



HET TEAM/LE TEAM

Carine COOPMAN
nationaal coördinator/coordination nationale 0474 534789
carine.coopman@testament.be

Patrice MACAR
coordination Wallonie-Bruxelles 0479 760000
patrice.macar@testament.be

Jan RACHELS
voorzitter vzw testament.be/externe relaties
président asbl testament.be/relations extérieures 0478 905635
jan.rachels@testament.be

Marnix PUYPE
communicatie/communication 0479 760076
marnix.puype@testament.be

Wie hief mee denken en doen?/Qui participe à la réflexion et à l'action?

- juridisch advies/avis juridiques = Ann Maelfait (Rivus), Anke Van Langenhove (Rivus) Me Renaud Verstraete et Me Valérie Bruyaux
- juridische helpdesk/help-desk juridique = Dirk Vercoutter
- grafische vormgeving/conception graphique = Folio (Marijke Deweerdt/Lieven Neyrinck)
- websites database/sites web database = Duotix (Marleen Vandamme/Dennis Vieren/ Dieter Vieren)
- communicatie/communication tournée généreuse, facebook, blog = Nic Grymonprez, Ludo Vangilbergen, Lara Ghyselen (Studiostraid)
- de gids Goed Geregel Goed Gegeven/Le Guide du Testament Bien Réglé Bien Léguer = Die Keure/La Charte (Rik Carton/Bruno Hubrecht/Bea Bossaerts)
- ITC = Computerkliniek Sharecom
- boekhouding/comptabilité = Fiduciaire Oost-Boek bvba Thomas Steen, Sophie Ysenbrandt
- radio-en tv-spot = Ronny Courtens, Anouchka Demeulemaere, Marcel Claude
- gespersonaliseerde spotjes/clips personnalisés = Jan Van Maele/Alexander Van Maele
- cartoons = Marec, Kroll, Clou, Fritz, Lectr
- verzending gids/distribution guide = Distrimedia Tielt
- onderzoek/research = HOGent, HelmoLiège, Artevelde Hogeschool Gent
- de vrijwilligers op Zenith / les bénévoles à Zenith
- ambassadrice Vlaanderen in Brussel = Paula Sémer
- ambassadeur Wallonie et Bruxelles = Jacques Mercier
- verslag van de bedrijfsrevisor/rapport du réviseur d'entreprises:
www.vzwtestament.be/www.asbltestament.be

Huidvettersstraat 58-62 Rue des Tanneurs 1000 Brussel/Bruxelles

8STE CAMPAGNE / 8IÈME CAMPAGNE

De campagne was in de beginjaren beperkt tot één week advertising. Dit is ondertussen geëvolueerd naar een permanente mediacampagne, waarbij de boodschap van testament.be het hele door zichtbaar is via diverse kanalen: TV, radio, print, affiches en recenter ook online (webvertising, partnermailing, facebook,...). De optie 'online' bleek voor de campagne een juiste keuze te zijn geweest: het aantal adressen van kandidaat-erflaters dat we hiermee aan de goede doelen kunnen bezorgen, is in 1 jaar verdubbeld. De deelnemers ontvangen maandelijks via een digitale nieuwsbrief een overzicht van het lopende mediaplan.

Dans les premières années, la campagne restait limitée à une semaine de publicité par an. Entre-temps, elle a évolué pour devenir une campagne médiatique quasi permanente. Aujourd’hui, nous mettons les messages de testament.be en lumière toute l’année, via divers canaux : télévision, radio, imprimes, affiches et surtout « online » (webvertising, partnermailing, dedicated-newsletter, facebook,...). L’option « online » s’est avérée être un très bon choix pour notre campagne. En effet, le nombre d’adresses de candidats-testateurs, que nous transmettons aux bonnes causes, a doublé en un an. En outre, nos participants reçoivent chaque mois la newsletter électronique qui leur donne un aperçu détaillé du plan médiatique en cours.

TV: één, Canvas, La Une, La Deux, RTL-TV1

Radio: Radio 1, Radio 2, La Première, VivaCité, Musiq3, Bel-RTL

Print: Dag Allemaal, De Zondag, Humo, Gezond Thuis, Het Laatste Nieuws, De Morgen, Het Nieuwsblad, De Streekrant, Brussel Deze Week, Goed Gevoel, Zenith magazine, L'Avenir, VLAN, Le Soir, Le Soir Magazine, Sudpresse, La Libre, Imagine, Bio Info, Magazine Papillon

Webvertising: nieuwslad.be, standaard.be, gva.be, hblv.be, demorgan.be, hln.be, neos.be, davidsfonds.be,

markant.be, lemma.be, vrt.be, een.be, canvas.be, radio1.be, radio2.be, zenith.be, knack.be, plusmagazine.be,

vlan.be, sudinfo.be, lessor.be, rtbf.be/tvlaudeux.be, rtbf.be/lavenir.net, bioinfo.be

Partnermailing: Plus Magazine, De Morgen Newsletter, SenNet, Dedicated 50+ E-tips (Roularta), Dedicated Finance Professionals (Roularta), De Standaard 50+, Femma, Belang van Limburg, Le Soir, Plus Magazine, Souvenir Eternel (RTL-TV1)

Facebook: testament.belgië (5.019 volgers in mei 2016), testament.belgique (4.641 like en mai 2016) / vaste rubrieken: goede doelen, quotes, de gids, blogs, cartoons, actuele items...

Rubriques permanentes : bonnes causes, citations, le guide, blogs, illustrations, thèmes d'actualité...

En [positief!] redactioneel artikel weegt uiteraard zwaarder door dan een advertentie. Redactionele inhoud is

dan ook een aanzienlijke toevoegde waarde voor elke organisatie en elke campagne.

Het voorbije jaar konden wij op dat vlak alweer niet klagen. Zowel in de Franstalige als in de Nederlandstalige pers werd er op geregeld tijdstippen aandacht geschonken aan ons thema en telkens werd testament.be daarbij opgevoerd als dé specialist terzake.

Un éditorial positif dans la presse, vous le savez, apporte évidemment plus de valeur à nos organisations membres et à notre campagne qu'une publicité achetée.

Au cours de la dernière année, nous n'avons pas vraiment été à plaindre. En effet, la presse francophone et la

presse flamande ont mis régulièrement le focus et l'attention sur le thème des legs en faveur des bonnes cause,

et à chaque fois, dans ces différents éditoriaux et articles, l'asbl testament.be était nommée comme "la spécialiste"

en matière de legs pour les bonnes causes.

In 2011 werd het eerste grootschalige face2face-evenement gerealiseerd in Brugge en Namen: Het Salon van het Testament. Dit concept werd herhaald in Bozar, Square en Zenith. Diverse feedback uit diverse hoeken heeft er ons toe gebracht een alternatief concept uit te werken, waarbij we de boodschap van testament.be (via gids en voordrachten en advies) centraal blijven zetten, maar vermijden dat het grote publiek een 'overdosis' goede doelen voorgeschoteld krijgt en waardoor een sfeer van concurrentie onder de goede doelen ontstaat.

In de 8ste campagne was testament.be - zonder de fysieke aanwezigheid van de goede doelen - present op de Boekenbeurs in Antwerpen (november 2015) en in de Zenith beurs in Brussel (februari 2016).

De bladvizierwand, met voor elk goed doel een gepersonaliseerde bladvizier, gratis uit te kiezen door de geïnteresseerden, bleek een succes. Niettegenstaande het tegenvalend bezoekersaantal op Zenith werden toch zo'n 2000 gidsen verspreid.

En 2011, le premier événement face2face à grande échelle fut réalisé à Bruges et à Namur : Le fameux "Salon du Testament". Ce concept a été répété à Bozar, Square et Zenith, jusqu'en février 2016. Après analyse des différents "feedbacks" auprès de nos membres et partenaires, nous avons décidé de remplacer l'ancienne formule du Salon du testament par un concept alternatif, dans lequel nous mettons toujours le message de testament.be bien en évidence (via un guide, des conférences et des consultations juridiques gratuites). Toutefois, nous avons voulu éviter que le grand public reçoive une "surdoze" de présentations de bonnes causes afin de ne pas créer une atmosphère de concurrence entre celles-ci. Dans la 8ème campagne, nous étions présents à la Boekenbeurs (foire du livre) à Anvers, en novembre 2015, et au salon Zenith à Bruxelles, en février 2016, mais sans les bonnes causes. Celles-ci étaient représentées par un "marque-page" reprenant toutes les infos les concernants. Or, nos présentoirs avec marques-pages ont eu beaucoup de succès. En ce qui concerne les Guides, malgré le nombre décevant de visiteurs à Zenith, près de 2.000 guides ont quand même pu être diffusés

De communicatie met en inspraak voor de goede doelen werd gerealiseerd via de maandelijkse digitale nieuwsbrief, het jaarverslag, het auditverslag, de jaarlijkse enquête en het jaarlijks evaluatiebezoek (onze Tournée Générale).

Ook in de 8ste campagne kregen we interessante tips en suggesties van de deelnemers. Waar mogelijk wordt hiermee rekening gehouden in de uitwerking van de volgende campagnes.

Twee keer per jaar wordt aan de deelnemers gevraagd om hun gegevens op de website na te kijken en ons eventuele wijzigingen door te mailen. Deze gegevens worden overgenomen in de gids en op de bladvizier.

Rubriques permanentes : bonnes causes, citations, le guide, blogs, illustrations, thèmes d'actualité...

La communication avec nos bonnes causes a été fortement développée grâce aux différents outils suivants :

la newsletter digitale mensuelle, le rapport annuel, le rapport d'audit, l'enquête annuelle et, bien entendu, la visite d'évaluation annuelle (Notre Tournée Générale).

Dans la 8ème campagne, les participants nous ont également donné des conseils utiles et des suggestions intéressantes. A chaque fois, où c'est possible, nous en tenons compte pour le développement des campagnes suivantes.

Nous avons également décidé que deux fois par an, nous demanderons aux membres de vérifier leurs données sur notre site web et, le cas échéant, de nous transmettre d'éventuelles modifications par mail. Ce sont ces données qui sont reprises dans le guide et sur le marque-page.

Deze vraag is facultatief: men is niet verplicht om goede doelen aan te duiden. Ongeveer 20% van de aanvragers doet dit wel.

De adressen die testament.be op die manier verkrijgt worden onmiddellijk doorgegeven aan de goede doelen. Bedoeling is dat de goede doelen zelf deze contacten discreet en op regelmatige basis onderhouden.

testament.be houdt zelf regelmatig contact met deze kandidaat-erflaters via de nieuwsbrief.

Le guide juridique gratuit « Bien régler, bien léguer » est le principal moyen d'action de la campagne. Le tirage de l'édition générale : 20.000 exemplaires.

Notre site web www.testament.be, qui s'adresse aux candidats-testateurs, a été révisé en 2016. Dorénavant, nous mettons le lien vers les bonnes causes et le guide « Bien régler, bien léguer » directement sur notre page d'accueil. Notez également que les coordonnées des bonnes causes ont été développées.

Autre nouveauté 2016 : L'Agenda. Cette rubrique reprend les activités de testament.be et aussi les tables-rondes ou autres événements organisés par nos bonnes causes dans le cadre de leurs recherches de legs. Par ailleurs, notre blog, en collaboration avec Studiostraid, est

mis à disposition pour l'envoi du guide. Distrimedia a été mise en place pour l'envoi du guide. Distrimedia a distribué un total de 13.500 guides dans la 8ème campagne.

Le résultat fut sans conteste un atelier captivant avec un public enthousiaste. Tous les participant(e)s de la campagne testament.be ont reçu en cadeau (de nouvel-an) le livre de S. Pidgeon, intitulé « How to love your donors (to death) ». Lecture obligatoire !

On demande systématiquement à toutes celles et ceux qui commandent le guide gratuit d'indiquer leur(s) bonne(s) cause(s) préféré(e)s, c'est-à-dire la ou les bonne(s) cause(s) en faveur de qui un legs serait envisagé. Toutefois, cette option est facultative puisque l'indication d'une bonne cause favorite n'est pas obligatoire.

Néanmoins, près de 20% des demandeurs le font. Par leur réponse, les demandeurs acceptent que les bonnes causes les informent et

les tiennent au courant de leurs activités. Les adresses obtenues de cette manière par testament.be sont immédiatement transmises aux bonnes causes. Le but est de permettre à celles-ci d'entretenir elles-mêmes le contact de manière discrète et adaptée. Le site testament.be maintient, lui aussi, un contact régulier avec tous ces candidats-testateurs via la newsletter.

KOFFIETAFELS MET ONDERSTEUNING TESTAMENT.BE / TABLES RONDES AVEC LE SUPPORT DE TESTAMENT.BE

Tropisch Instituut, UAntwerpen, FWO, SOS Kinderdorpen, Plan, Trias, BZN, UZ Brussel, De Zoo, Gaia, Broederlijk Delen, Caritas, Chapelle Musicale Reine Elisabeth, SOS Villages d'Enfants, Entraide et Fraternité, Fondation Contre le Cancer, CNCD 11 11 11, SOS Faim, Louvain Cooperation, ICHEC, Ligue Belge de la Sclérose en Plaques, Institut De Duve, Les Amis de l'Institut Bordet

Huidvettersstraat 58-62 Rue des Tanneurs 1000 Brussel/Bruxelles



INSPRAAK EN COMMUNICATIE / PARTICIPATION ET COMMUNICATION

De gratis juridische gids van testament.be is het centrale actiemiddel van de campagne.

Oplage algemene editie: 20.000

Alle advertising en communicatie staat in het teken van een zo massaal mogelijke verspreiding van dit interessante naslagwerk.

In samenwerking met Studiostraid wordt de blog systematischer ingezet en in het kader van de sensibilisering ook verspreid via facebook en newsletter.

Aantal unieke bezoekers van 1 april 2015 tot 31 maart 2016: 95.239.

De website vzwtestament.be werd eveneens herwerkt en bevat hoofdzakelijk informatie voor de (kandidaat) deelnemers.

Eind 2015 werden alle websites van de deelnemers - in opdracht van testament.be -

doorgelicht door Bea Bossaerts.

Begin 2016 ontving elke deelnemer zijn persoonlijk rapport 'giffen via testament -

dit thema goed zichtbaar op uw website'.

Twee keer per jaar wordt aan de deelnemers gevraagd om hun gegevens op de website na te kijken en ons eventuele

wijzigingen door te mailen. Deze gegevens worden overgenomen in de gids en op de bladvizier.

La communication avec nos bonnes causes a été fortement développée grâce aux différents outils suivants :

la newsletter digitale mensuelle, le rapport annuel, le rapport d'audit, l'enquête annuelle et, bien entendu,

la visite d'évaluation annuelle (Notre Tournée Générale).

Dans la 8ème campagne, les participants nous ont également donné des conseils utiles et des suggestions intéressantes. A chaque fois, où c'est possible, nous en tenons compte pour le développement des campagnes suivantes.

Nous avons également décidé que deux fois par an, nous demanderons aux membres de vérifier leurs données sur notre site web et, le cas échéant, de nous transmettre d'éventuelles modifications par mail. Ce sont ces données qui sont reprises dans le guide et sur le marque-page.

Deze vraag est facultatif: men is niet verplicht om goede doelen aan te duiden. Ongeveer 20% van de aanvragers doet dit wel.

De adressen die testament.be op die manier verkrijgt worden onmiddellijk doorgegeven aan de goede doelen.

Bedoeling is dat de goede doelen zelf deze contacten discreet en op regelmatige basis onderhouden.

testament.be houdt zelf regelmatig contact met deze kandidaat-erflaters via de nieuwsbrief.

Le guide juridique gratuit « Bien régler, bien léguer » est le principal moyen d'action de la campagne.

Le tirage de l'édition générale : 20.000 exemplaires.

Notre site web www.testament.be, qui s'adresse aux candidats-testateurs, a été révisé en 2016. Dorénavant, nous mettons le lien vers les bonnes causes et le guide « Bien régler, bien léguer » directement sur notre page d'accueil. Notez également que les coordonnées des bonnes causes ont été développées.

Autre nouveauté 2016 : L'Agenda. Cette rubrique reprend les activités de testament.be et aussi les tables-rondes ou autres événements organisés par nos bonnes causes dans le cadre de leurs recherches de legs. Par ailleurs, notre blog, en collaboration avec Studiostraid, est

mis à disposition pour l'envoi du guide. Distrimedia a été mise en place pour l'envoi du guide. Distrimedia a distribué un total de 13.500 guides dans la 8ème campagne.

Le résultat fut sans conteste un atelier captivant avec un public enthousiaste. Tous les participant(e)s de la campagne testament.be ont reçu en cadeau (de nouvel-an) le livre de S. Pidgeon, intitulé « How to love your donors (to death) ». Lecture obligatoire !

On demande systématiquement à toutes celles et ceux qui commandent le guide gratuit d'indiquer leur(s) bonne(s) cause(s) préféré(e)s, c'est-à-dire la ou les bonne(s) cause(s) en faveur de qui un legs serait envisagé. Toutefois, cette option est facultative puisque l'indication d'une bonne cause favorite n'est pas obligatoire.

Néanmoins, près de 20% des demandeurs le font. Par leur réponse,

les demandeurs acceptent que les bonnes causes les informent et

les tiennent au courant de leurs

activités. Les adresses obtenues de cette manière par testament.be sont immédiatement transmises aux bonnes causes. Le but est de permettre à celles-ci d'entretenir elles-mêmes le contact de manière discrète et adaptée. Le site testament.be maintient, lui aussi, un contact régulier avec tous

NEEM EEN GOED DOEL OP IN UW TESTAMENT

BUDGET € 1.156.668,50

- Lidgeld deelnemers/cotisation participants: 1.117.800
- Subsidie Nationale Loterij/Subside Loterie Nationale: 18.000
- Diverse/Divers: 20.868,50

UITGAVEN/DEPENSES € 1.075.477,08

- advertising € 481.766,96
- gids update + verzending / guide update + envois € 130.233,21
- gepersonaliseerde support / support personnalisé € 104.021,48
- face2face events € 87.626,26
- juridische helpdesk/assistance juridique € 32.066,26
- testament.be academy € 58.123,52
- website/site web € 30.164,05
- back office € 151.475,34

Saldo = reserve/réserve TOURNEE GENEREUSE 2016 2017 = 81.191,42

AJOUTEZ UNE BONNE CAUSE DANS VOTRE TESTAMENT

TESTAMENT.BE

8^{STE} CAMPAGNE / 8^{IEME} CAMPAGNE



RESULTATEN

HOGent, Helmo Luik en Socialware voeren momenteel in opdracht van testament.be een onderzoek uit naar de evolutie van inkomsten uit legaten. De eerste resultaten worden verwacht begin september 2016. Jaarlijkse update is voorzien.

IL semble que le fait de rédiger son testament, tout comme le fait d'introduire une bonne cause dans son testament, soit devenu « normal ».

C'est ce qu'on peut conclure de l'intérêt énorme pour notre guide « Bien régler, bien léguer », tout comme le succès des tables rondes organisées par les bonnes causes afin d'informer à propos du legs. Sans oublier, d'un côté, l'augmentation de l'indication d'une bonne cause lors de la commande du guide (20%) et de l'autre, l'attention accrue de la Presse et le feedback de la Fédération des Notaires. Tous ces éléments laissent penser que rédiger son testament et coucher une bonne cause dans celui-ci sont des actions clairement en hausse ces dernières années...

Ceci est dû aussi à la solidarité de nos bonnes causes qui font exister notre campagne de groupe testament.be. Depuis quelques années, on assiste à une considérable augmentation du nombre de testaments dans lesquels une bonne cause est reprise. Certaines associations générant déjà plus de revenus de legs. Des chiffres officiels récents du Ministère du Budget démontrent que le total des montants hérités par des bonnes causes a doublé entre 2011 et 2015.

Wij zijn er van overtuigd dat deze **positieve evolutie** zich verder zal bestendigen. Het blijft uiteraard gissen naar de toekomstige inkomsten uit legaten. In België is er weinig openheid rond de inhoud van testamenten.

Veel legatarissen zijn bij de goede doelen ook totaal onbekend. Een Harvard-studie spreekt van een potentieel dat dubbel zo hoog ligt als de geraamde en gekende bedragen.

Veel testamenten ten voordele van een goed doel zijn nu in opmaak. Binnen afzienbare tijd zullen deze testamenten openvallen en zal het financieel potentieel voor de goede doelen en de ROS (return on society) de komende jaren in grote mate toenemen.

Immers, de generatie die komt te overlijden is bij uitstek een geïngageerde generatie die méér bezit in minder of geen kinderen heeft. De goede doelen bereiden zich best nu al voor op een **vriendelijke tsunami van legaten**.

Finaal zullen uiteraard alle goede doelen dankzij het engagement en de solidariteit van de testament.be-goede doelen winnen! Immers: 'bewustmaking' kan je niet afbakenen ...

Nombre de testaments en faveur d'une bonne cause sont en préparation. Sous peu, ils s'ouvriront et le potentiel financier qui en sortira viendra aider les associations, tout comme le ROS [return on society] qui augmentera parallèlement.

En effet, la génération qui entrera prochainement dans les classes de mortalité est une génération idéliste et engagée, qui n'hésitera pas à léguer une partie de son patrimoine aux bonnes causes. Ces personnes possèdent plus de biens et certains n'ont pas d'enfant. Les bonnes causes devraient de se préparer déjà maintenant à une forte augmentation des legs altruistes.

Dans la 9ème et 10ème campagne, testament.be va, à l'occasion de son dixième anniversaire, lancer l'option stratégique « Réaliser les campagnes locales » via un nouveau projet ambitieux.

In rui voor de solidariteit en het financiële engagement krijgen de testament.be-goede doelen naast de ROI (return on investment) op lange termijn (méér inkomsten uit legaten) ook een ROI op korte termijn: de gegevens van de kandidaat-erflaters. Tijdens het Europees overlegplatform is gebleken dat enkel België dit onderdeel heeft uitgewerkt.

En attendant, en échange pour leur solidarité et leur engagement financier, les bonnes causes membres de testament.be reçoivent, en plus du ROI à long terme (return on investment), également un ROI à court terme, à savoir les coordonnées des candidats-testateurs. Il a été démontré, pendant la plateforme de concertation européenne, à Amsterdam, en 2014, que la Belgique est le seul pays qui a vraiment mis au point cette partie.

De ROI à court terme pour les bonnes causes de testament.be :

• meilleure visibilité de leur mission et de leurs réalisations (site web, guide, publicité via radio, télévision, imprimés, online, événements, ...)	€ 481.766,96
• précieuses adresses de candidats-testateurs (nombre doublé en 2015)	€ 130.233,21
• support de testament.be (back office / ateliers / table-ronde/ helpdesk juridique / matériel personnalisé: publicité, banners, guide, clip)	€ 104.021,48
• support de testament.be (back office / ateliers / table-ronde/ helpdesk juridique / matériel personnalisé: publicité, banners, guide, clip)	€ 87.626,26
• support de testament.be (back office / ateliers / table-ronde/ helpdesk juridique / matériel personnalisé: publicité, banners, guide, clip)	€ 32.066,26
• support de testament.be (back office / ateliers / table-ronde/ helpdesk juridique / matériel personnalisé: publicité, banners, guide, clip)	€ 58.123,52
• support de testament.be (back office / ateliers / table-ronde/ helpdesk juridique / matériel personnalisé: publicité, banners, guide, clip)	€ 30.164,05
• support de testament.be (back office / ateliers / table-ronde/ helpdesk juridique / matériel personnalisé: publicité, banners, guide, clip)	€ 151.475,34

LES RESULTATS

STRATEGISCHE OPTIE 9^{DE} EN 10^{DE} CAMPAGNE TESTAMENT.BE: REALISEREN LOKALE CAMPAGNES

OPTION STRATEGIQUE POUR LA 9^{IEME} ET LA 10^{IEME} CAMPAGNE: LA REALISATION DES CAMPAGNES LOCALES

In de 9de en 10de campagne wil testament.be, ter gelegenheid van haar 10-jarig bestaan, de strategische optie 'realiseren lokale campagnes' via een nieuw en ambitieus project uitwerken.

Door recente officiële cijfers van het Ministerie van Begroting blijkt dat tussen 2011 en 2015 het bedrag aan erfgenissen voor goede doelen in Vlaanderen is verdubbeld.

Wij zijn er van overtuigd dat deze **positieve evolutie** zich verder zal bestendigen. Het blijft uiteraard gissen naar de toekomstige inkomsten uit legaten. In België is er weinig openheid rond de inhoud van testamenten.

Veel legatarissen zijn bij de goede doelen ook totaal onbekend. Een Harvard-studie spreekt van een potentieel dat dubbel zo hoog ligt als de geraamde en gekende bedragen.

Veel testamenten ten voordele van een goed doel zijn nu in opmaak. Binnen afzienbare tijd zullen deze testamenten openvallen en zal het financieel potentieel voor de goede doelen en de ROS (return on society) de komende jaren in grote mate toenemen.

Immers, de generatie die komt te overlijden is bij uitstek een geïngageerde generatie die méér bezit in minder of geen kinderen heeft. De goede doelen bereiden zich best nu al voor op een **vriendelijke tsunami van legaten**.

Daarnaast blijft de nationale campagne het hele jaar door lopen, worden in januari de workshops ingepland, alsook van februari tot september de overlegvergaderingen met de deelnemers.

Dans la 9ème et 10ème campagne, testament.be va, à l'occasion de son dixième anniversaire, lancer l'option stratégique « Réaliser les campagnes locales » via un nouveau projet ambitieux.

En rui voor de solidariteit en het financiële engagement krijgen de testament.be-goede doelen naast de ROI (return on investment) op lange termijn (méér inkomsten uit legaten) ook een ROI op korte termijn: de gegevens van de kandidaat-erflaters. Tijdens het Europees overlegplatform is gebleken dat enkel België dit onderdeel heeft uitgewerkt.

En attendant, en échange pour leur solidarité et leur engagement financier, les bonnes causes membres de testament.be reçoivent, en plus du ROI à long terme (return on investment), également un ROI à court terme, à savoir les coordonnées des candidats-testateurs. Il a été démontré, pendant la plateforme de concertation européenne, à Amsterdam, en 2014, que la Belgique est le seul pays qui a vraiment mis au point cette partie.

Le ROI à court terme pour les bonnes causes de testament.be :

• meilleure visibilité de leur mission et de leurs réalisations (site web, guide, publicité via radio, télévision, imprimés, online, événements, ...)	€ 481.766,96
• précieuses adresses de candidats-testateurs (nombre doublé en 2015)	€ 130.233,21
• support de testament.be (back office / ateliers / table-ronde/ helpdesk juridique / matériel personnalisé: publicité, banners, guide, clip)	€ 104.021,48
• support de testament.be (back office / ateliers / table-ronde/ helpdesk juridique / matériel personnalisé: publicité, banners, guide, clip)	€ 87.626,26
• support de testament.be (back office / ateliers / table-ronde/ helpdesk juridique / matériel personnalisé: publicité, banners, guide, clip)	€ 32.066,26
• support de testament.be (back office / ateliers / table-ronde/ helpdesk juridique / matériel personnalisé: publicité, banners, guide, clip)	€ 58.123,52
• support de testament.be (back office / ateliers / table-ronde/ helpdesk juridique / matériel personnalisé: publicité, banners, guide, clip)	€ 30.164,05
• support de testament.be (back office / ateliers / table-ronde/ helpdesk juridique / matériel personnalisé: publicité, banners, guide, clip)	€ 151.475,34

