

# RAPPORT D'ACTIVITES ECHOS COMMUNICATION

## POUR L'ANNÉE 2016

### 1. CONSTATS GÉNÉRAUX

---

**Les activités d'Echos Communication sont mûres :** L'année 2014 a entamé beaucoup de nouvelles activités et les maladies de jeunesse ont été nombreuses : trouver la bonne approche, la bonne stratégie, développer les connaissances et les outils, développer le réseau de partenaires pour mener à bien les activités, etc. 2016 voit aboutir les résultats de ces efforts et ils ne déçoivent pas.

- Le Coaching Territorial connaît un succès grandissant auprès d'autres Régions d'Afrique, qui demandent activement à être accompagnées par la méthode et son expertise.
- Les activités Ecole du Vivre Ensemble ont un impact fort sur les enfants et sur les instituteurs : cela a été démontré à travers de multiples évaluations, internes et externes.
- Le magazine n'GO a été à l'origine d'un changement comportemental chez 6% de ses lecteurs, comme l'a révélé l'enquête auprès de ses lecteurs.
- Un livre « Harubuntu, des femmes et des hommes se lèvent », un jeu « Milepotes, un jeu de cartes photos-langages « Initiation solidaire » sont trois productions de l'année qui favorisent le Vivre Ensemble, que ce soit en famille, en classe ou en société.
- Un festival « Youmanity » en décembre, qui a rassemblé des personnes qui font bouger les lignes dans leur communauté ici en Belgique, inspirés par des personnes ordinaires qui font des choses extraordinaires en Afrique : un concept qui ressemble bien à l'identité d'Echos Communication.

Le fait que ces activités soient mûres signifie d'une part que l'équipe va pouvoir sortir de la phase « Recherche » et passer à la phase « Développement » et, ainsi, accroître l'impact de notre objet social (changement d'échelle). La deuxième conséquence est que la maturité des activités, avec leurs impacts mesurés, permet de mieux les valoriser chez de nouveaux mécènes et bailleurs de fonds.

**Les synergies font partie de l'ADN d'Echos Communication :** durant les années 2014 à 2016, 92 relais et synergies ont permis d'accroître le rayonnement des activités de l'association. Plutôt que de tenter de croître en interne, l'ONG recherche dorénavant des synergies avec des partenaires pour accroître son impact.

La définition de partenariat que nous manions en interne prend plus que jamais sa signification : il ne peut y avoir partenariat que si A apporte à B, que B apporte à A et que ni A, ni B ne pourrait réaliser seul l'activité commune.

**Un glissement résolu en direction du changement comportemental** : l'association vise très explicitement des changements comportementaux et, par conséquent, dès qu'un public-cible est sensibilisé, l'occasion lui est offerte dans la foulée de pouvoir aller un pas plus loin vers le changement comportemental par l'organisation ou le référencement d'ateliers pratiques et interactifs. Ce virage a été amorcé en 2016 et sera renforcé en 2017.

**Les progrès significatifs enregistrés dans la mesure des impacts** : 2016 aura connu de nombreuses évaluations, tant internes qu'externes, pour objectiver autant que possible l'impact des activités. La récolte des informations est truffée de casse-têtes méthodologiques et de difficultés opérationnelles pour arriver à appréhender les changements comportementaux et leurs impacts.

**La question migratoire**, qui a reçu beaucoup d'attention médiatique cette année et qui renforce toujours un peu plus un sentiment de méfiance par rapport à l'Islam et la des étrangers dans notre société, a suscité au sein de l'équipe une réaction en développant un projet inspiré par le Coaching Territorial dans quelques communes belges : comment rendre acteur et valoriser les jeunes, toutes origines confondues, comme passerelles entre les cultures et entre la Belgique et le pays d'origine ? Les activités démarreront en 2017.

**Les bureaux de l'association ont déménagé** : A la recherche depuis quelques temps d'un nouveau nid, Echos Communication a trouvé son bonheur à Louvain-la-Neuve. L'équipe découvre les joies d'être proche d'un public étudiant, de tomber dans un bouillon de réflexions et d'interpellations universitaires, de découvrir de nouveaux voisins et partenaires, ... Ce déménagement est perçu comme un nouveau départ.

**La diversification de la récolte de fonds a connu des déconvenues, mais pas que** : deux soumissions en consortium au niveau européen ont été jugées irrecevables à cause d'un partenaire qui n'a pas respecté les règles de soumission. La bonne nouvelle est toutefois que le **plan quinquennal (2017-2021) soumis pour financement à la DGD** a été accepté.

## 2. LES PRINCIPALES RÉALISATIONS PAR ACTIVITÉ EN BELGIQUE

### ECOLE DU VIVRE ENSEMBLE

**Des impacts quantitatifs et qualitatifs élevés**, tant auprès des enseignants qu'auprès des élèves: Le nombre de personnes qui sont passés à l'acte après avoir assisté à une de nos activités en Belgique, enfants et adultes confondus, sur les années 2014 à 2016 est de 1022 personnes, dont 740 enfants, de 16 écoles et de 42 classes. Le nombre de personnes qui ont été sensibilisées sur ces 3 mêmes années est de 4300 personnes, 5 fois plus que planifié. Durant la période 2014-2016, 278 instituteurs/ directeurs/trices /éducateur ont été formés.

L'objectif était de mener une intervention institutionnelle visant une réduction des discriminations dans l'école. L'intervention ne pouvait donc se limiter à des animations ponctuelles dans les classes. C'était une condition de pérennité de nos actions.

La stratégie initiale consistait à présenter un catalogue de formations en tablant qu'une fois la formation reçue, le relais serait assuré. Après 2 ans, nous avons évolué vers une co-construction de l'offre sur base des demandes exprimées par les enseignants : abaisser les barrières au changement de comportement (adresser les peurs, outiller pour accroître la confiance en soi, ...) et augmenter la dynamique positive (accompagner les premières formations, co-animer, encourager et valoriser. De plus, nous avons rajouté un volet accompagnement dans les classes, en contact direct avec les élèves, qui permet de faciliter la transposition des acquis cognitifs en pratique effective.

## **N'GO MAGAZINE**

La stratégie mise en place consiste à prendre le contre-pied des préjugés en montrant une Afrique source d'inspiration plutôt que misérabiliste : cette approche reste encore très porteuse : l'équipe d'Echos Communication cherche à mettre en lumière les contributions, le potentiel de personnes en Afrique mais aussi chez nous en Belgique de personnes issues de la migration, stigmatisées dans la société. Echos Communication entame donc un rôle de passerelle entre le Nord et le Sud. Mettre en lumière ces parcours de vie a permis aux gens de se reconnaître et de créer des ponts à partir desquels se rassembler pour porter des changements.

La communication n'est effective que quand elle est répétée par différentes voies, pour ainsi atteindre un maximum d'intéressés, et pour renforcer l'ancrage du message. Selon cette logique, n'GO a investi dans la diversification de ses supports d'information : un magazine bimensuel, un blog, une présence sur les médias sociaux et des rencontres qui mettent en relation les acteurs du développement concernés par notre thématique (débat/conférences/colloques). Il est devenu une ligne de produits de communication cohérente, diversifiée et complémentaire, destinée à diffuser regard spécifique plus largement, avec des fréquences différentes, et de façon plus dynamique et interactive.

De trop nombreux témoignages nous rapportent que peu lisent le magazine jusqu'au bout et que sa diffusion est trop étroite. Pour y remédier, les 3 principaux axes de réflexion sont :

1. La transition d'un mensuel classique digital vers une plateforme web (site) d'information continue.
2. Construire des partenariats avec des acteurs de la coopération et avec d'autres acteurs de publication + rejoindre l'agenda des acteurs pour atteindre un public plus large (effet-levier).
3. Orienter davantage les contenus des articles vers la pratique sur le terrain (best practices, case studies) et les outils. Ceci a été une demande lors de l'enquête de lecteurs de 2015.

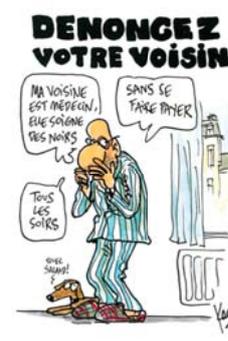
## FESTIVAL « HUMANITY » : LE FESTIVAL QUI Rassemble LES PERSONNES ORDINAIRES QUI FONT DES CHOSES EXTRAORDINAIRES

En novembre et décembre 2016 a été organisée la campagne Youmunity pour rassembler des personnes au Sud et au Nord qui sont porteurs de changement.

La campagne a été lancée dans la continuité du projet Harubuntu qui vise à valoriser les hommes et les femmes en Afrique qui se battent pour porter des changements et prendre le contre-pied des images misérabilistes véhiculées dans les médias.

Le festival avait pour objectif de mettre en lumière ces porteurs de changements en Afrique mais pas seulement. L'idée est aussi de valoriser toute une série de personnes qui s'engagent autour de nous et qui apportent leur pierre à l'édifice.

Afin de mobiliser ces acteurs de changement, nous avons lancé une campagne de sensibilisation. Et nous avons invité des gens à "dénoncer leurs voisins s'ils font des choses bien" (en prenant ainsi le contre-pied du site créé par le gouvernement qui invite les gens à dénoncer d'autres pour fraudes sociales, travail en noir, etc). Cette campagne a été signée par Kroll et a été diffusée via le réseau Boomerang. Des artistes ont également apporté leurs voix au projet : Jali, Idyl, Typh Barrow et Bj Scott.



### 3. ETAT DES LIEUX DE L'ACTIVITÉ « COACHING TERRITORIAL » AU MAROC

Sa Majesté Mohamed VI du Maroc, mentionne dans chacun de ses discours des références au capital humain, à la nécessité de plus d'applications des citoyens dans les réformes politiques et sociales et enfin, la réintégration du royaume du Maroc à l'Union Africaine comme une vocation au service du citoyen africain, où qu'il soit. Ces discours prononcés offrent une opportunité inespérée d'asseoir le coaching territorial comme un des outils permettant de mettre en œuvre ces visions.

**Le Coaching Territorial (CT) augmente la diversité des thématiques sur lesquelles il peut intervenir.** Les années 2014 et 2015 ont mis l'accent sur l'application du CT au service d'une meilleure gouvernance locale. En 2016, la logique du CT a exploré de nouvelles thématiques : l'environnement avec la COOP22, l'agroécologie, l'entrepreneuriat, la formation des enfants dans le scolaire, ...

**Le CT doit accroître sa robustesse** au-delà du Maroc : la méthode est applicable au niveau d'une région marocaine, de provinces et de communes, toutes marocaines. La récente acceptation de financement d'un programme au Sénégal permettra de la tester au Sénégal.

**Institutionnalisation lente mais constante** : le programme mise sur l'institutionnalisation comme outil principal de pérennisation et de diffusion d'un changement de culture de gouvernance. Le cap le plus difficile à passer fut l'organisation des élections en septembre 2016 : celle-ci ralentit le rythme d'avancement mais les nouveaux élus ont néanmoins repris le flambeau. Au niveau du Conseil Régional de l'Oriental, l'adoption du CT par l'institution est également visible : inauguration du Centre d'Excellence, budgétisation du Coaching Territorial au sein du Conseil Régional de l'Oriental en passe d'être renouvelé pour au-delà de 2017, élargissement des partenariats à l'Université Mohamed 1<sup>er</sup>, ...

L'**effet levier avec les partenaires** institutionnels marocains est exploité au maximum : 25% du montant total en moyenne sur les 3 ans est issu d'Échos Communication, le reste provenant des partenaires ; les frais d'accueil des multiples forums et séminaires sont pris en charge par les partenaires ; les deux publications de 64 pages au sujet du CT ont été intégralement financées par l'Agence de l'Oriental et largement diffusées ;

**La communication** comme élément essentiel de la dynamique et de l'engouement au sein de la Région. Une communication régulière, mettant les acteurs en valeur, les désignant comme ambassadeurs du CT pour convaincre les indécis, l'utilisation des réseaux sociaux et des publications papiers, ... sont toutes des méthodes d'amplification indispensables à la création de notoriété, à l'engouement et à l'attractivité du programme pour ceux qui n'en font pas encore partie.

Le **grand écart du début du programme** (ne toucher quasi exclusivement les élus locaux et seulement très peu les populations) s'amenuise au fur et à mesure que la confiance des autorités en la méthode et ses intentions apparaît. Ainsi, les forums et assises citoyens sont très novateurs dans le contexte marocain.

**La capitalisation de la formation pour le métier de coach territorial** est phase de clôture. Elle a été plus longue que prévue mais elle est satisfaisante. Sa finalisation permettra de lancer dans la foulée une 2<sup>e</sup> promotion de coachs territoriaux, tant dans l'Oriental qu'en international.

La **certification** du programme de formation pour le métier de coach territorial a pris du retard mais connaît actuellement un nouveau souffle.

Le signal de départ d'une intervention du CT **vers de nouvelles régions d'Afrique** est lancé, avec des régions candidates du Mali, du Bénin, du Burkina Faso, du Sénégal, de Côte d'Ivoire.

#### **4. LES RÉALISATIONS PAR ACTIVITÉ AU MAROC**

Durant la durée du programme, la consécration de la rencontre des élus et de la population a été l'organisation de 8 **assises citoyennes**, une par province de la Région. Pour un pays comme le Maroc avec une forte tradition centralisatrice, faire remonter les problématiques

ET les solutions proposées par la population représentent une rupture avec le passé. Ces assises traduisent la mise en œuvre effective de la constitutionnalisation du concept de « la démocratie participative ». Elle devient un levier incontournable et le moteur de toute stratégie de développement. Ces forums ont permis la rencontre des citoyens pour produire directement et à leur niveau la représentation de l'intérêt général recueillir le meilleur feedback et la remontée fidèle de leurs attentes et préoccupations. Elles ont également permis d'aiguiser davantage le sens d'appartenance, d'application et de reconnaissance de l'autre, à travers l'appropriation de la population du territoire. Au total elles ont regroupé 600 personnes réparties sur 8 provinces.

Dès l'entame du projet, **la communication** sous toutes ses formes a reçu énormément d'attention, partant des principes suivants :

- Au plus les sources seront diversifiés, au plus l'information sera crédible
- Au plus les praticiens deviendront ambassadeurs, au plus l'information sera crédible
- Les réseaux sociaux qui publient les engagements des élus locaux, le fond de la publicité et deviennent par la même occasion sources de transparence et permettent à la société civile et aux habitants d'interpeller les élus sur les promesses faites. Ceci constitue un effet anti-retour intéressant pour inciter les élus à persévérer dans leur changement culturel de gouvernance

**L'approche du CT s'est révélée également particulièrement pertinente comme outil de sensibilisation d'habitants du territoire sur des thématiques précises.** C'est ainsi que le Conseil Régional de l'Oriental a sollicité le programme et ses coachs territoriaux à pratiquer du speed-coaching (séances brèves de 15 minutes de coaching) pour révéler à chaque coaché qu'il/elle est beaucoup plus acteur que ce qu'il/elle ne pense en matière environnementale. Ceci dans la perspective de la participation de la Région de l'Oriental à la COP22. En effet, sans trop creuser profondément, chaque citoyen peut sortir de sa séance avec quelques astuces lui permettant de prendre conscience qu'à sa mesure, il/elle est une solution aux problématiques environnementales rencontrées actuellement : éteindre la lumière, ne pas gaspiller l'eau, transmettent des messages liés à l'environnement à ses enfants, etc. Il n'y a aucun côté moralisateur dans cette démarche mais plutôt une tentative de faire émerger les domaines de prédilection de chacun des coachés et, par là, le consolider ou le renforcer dans sa motivation.

1500 séances de speed-coaching se sont tenues réparties sur la Pré-COOP et la COOP22, ce qui témoigne d'un franc succès et d'une haute satisfaction. Il fait peu de doute que les 80 % de toute satisfaction ont été largement rencontrés, en tablant notamment sur l'effet novateur de ce type d'approche.

**La formation de 21 coachs territoriaux, stables, fiables et compétents,** permet de faire rayonner la méthode bien au-delà des frontières de la région, comment témoignent les demandes de leurs interventions qui affluent. N'oublions pas qu'ils ou différemment que 2,5 ans de travail effectif derrière eux, et déjà leur notoriété est élevée.

Une déception suite à **l'arrêt du programme sur la migration au Maroc.** Pour rappel ; l'idée était de dépasser les préjugés que les Marocains résidant à Oujda (Région de l'Oriental) ont

vis-à-vis des migrants sub-sahariens. Espoirs, car un film a été réalisé pour illustrer les dégâts de la discrimination envers les migrants, vus par ceux-ci et avec un regard croisé : les Marocains arrivés en Belgique il y a quelques années et les Sub-Sahariens arrivés au Maroc plus récemment. Ce film a assez bien circulé dans différents lieux de la ville d'Oujda et a suscité un certain engouement. Déception, car nous n'avons pas réussi à convertir cet engouement en initiatives concrètes de travail ensemble entre marocains et Sub-Sahariens.

Le **programme de coaching territorial s'est considérablement renforcé** durant ces 3 dernières années. En tout cas pour ce qui est un contexte marocain, l'approche a démontré sa pertinence et son efficacité sur la dynamique de la gouvernance locale. Il est maintenant urgent de penser à préparer la mesure de l'impact de cette approche sur les conditions de vie des populations touchées, avec un accent sur les plus vulnérables. Le processus est enclenché avec une première phase d'évaluation externe accomplie, mais doit être poursuivi.

Un autre point d'attention qui ressort pour le futur et de donner un coup d'accélérateur à tout ce qui concerne la capitalisation de l'expérience acquise dans la Région de l'Oriental. En effet, les autorités de la Région parlent de plus en plus fréquemment de considérer le coaching territorial comme un des éléments différenciant / porte-drapeau de la région par rapport aux autres. Par ailleurs, l'entame d'un processus de coopération avec une région est une ville du Sénégal, nécessitera un transfert de savoir du Maroc vers le Sénégal. Un des prérequis est d'avoir structuré la matière à transmettre.

Enfin, ce programme intègre avec facilité les problématiques les plus brûlantes rencontrées dans la région : agroécologie, migration, entrepreneuriat, etc. Aussi, l'expérience mitigée avec nos partenaires associatifs dans le domaine de la migration risque bien d'être remise à l'ordre du jour, cette fois-ci portée par les autorités locales communales, provinciales ou régionales. Ceci changera radicalement la dynamique qui, avec l'expérience acquise, devrait pouvoir mener à des résultats plus probants.