

**Rapport Moral de l'Assemblée Générale
d'Echos Communication
du 16 juin 2017
Portant sur l'exercice 2016**

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 défis d'Echos Communication pour l'année à venir :

- **Défis opérationnels**

- Changement de stratégie opérationnelle : de Faire (seul et avec ses ressources internes) à Faire Ensemble (en partenariat où chacun apporte compétence et financement un projet commun). Accroître le pouvoir d'influence.

- **Défis de communication**

- Trop d'informations en interne ne sont pas partagées avec l'externe, alors qu'il en existe beaucoup.
- N'GO Magazine : Être plus largement lus : accroître la diffusion et être mieux lus (accroître l'impact de la lecture sur le changement de comportements). Ce dernier point, notamment à travers l'organisation de débats ayant pour objet le dossier du magazine.
- Diversifier les medias de communication (video, photos, réseaux sociaux, ...)
- Devenir référence et accroître notre notoriété : simplifier la communication et position l'association au cœur de la thématique qui l'anime : les dynamiques humaines.

- **Défis de récolte de fonds**

- Réduire la dépendance financière par rapport à la DGD en diversifiant les sources (démultiplication des bailleurs de fonds et donateurs) et la nature des revenus (dons, activités génératrices de revenus, valorisation, ...).