

ECHOS COMMUNICATION

Rapport moral
Année 2012

juin 2013



RAPPORT MORAL : GRANDES AVANCEES DE L'ASSOCIATION

Depuis 2 ans maintenant, l'équipe d'Echos Communication accompagnée par le Conseil d'Administration, a réalisé d'énormes avancées sur une définition rajeunie de notre identité et sur sa traduction en opérations, tant dans nos projets que dans nos relations. Ce travail fut patient et tous les membres de l'équipe y ont contribué, par itération, toujours par enrichissement.

L'objet social d'Echos Communication consiste à « *Changer les processus de coopération entre la Belgique et l'Afrique pour qu'ils se nourrissent des identités propres et du génie collectif* ». Ce qui est une autre manière de dire que la relation entre les acteurs de la coopération au Nord et les partenaires et bénéficiaires au Sud est basée sur un rapport déséquilibré souvent décrit comme « *sauveur-assisté* ». Notre hypothèse, qui se vérifie chaque jour davantage, est que l'amélioration de la relation entre les hommes et femmes au Nord et au Sud aboutit à une co-création d'un « *développement* » choisi et porté dans la durée par l'ensemble des acteurs.

Dans le champ des facteurs humains, nous avons identifié deux domaines qui affectent tout particulièrement la relation, catalysant ou empêchant une co-création génératrice de développement :

- la **déconstruction des préjugés**, existant de part et d'autre. Le préjugé, quand il est très présent et négatif, introduit un lourd biais dans cette relation car il ne permet pas de voir en l'autre ses capacités de devenir partie de la solution. Alléger le poids du préjugé modifie complètement le rapport à l'autre. Il permet une rencontre où s'échangent infiniment plus facilement les savoirs, les compétences, les outils, les idées, les critiques. Il rend possible des processus d'intelligence collective et la valorisation des apports de chaque acteur.
- La capacité par les populations et les acteurs du Sud de **s'approprier leur futur**, de redevenir l'acteur principal de leur propre développement. Cela consiste donc à leur permettre de trouver leur place dans le processus de coopération. Notre analyse des mécanismes d'appropriation – notamment à travers le projet « coaching territorial » – semble répondre efficacement aux besoins du terrain lorsqu'ils sont transformés en programme d'actions.

Ces deux thématiques sont devenues les pierres angulaires qui donnent de la cohérence à l'opérationnalité et aux recherches-actions de l'ONG Echos Communication. Et qui soudent par la même occasion l'équipe autour d'un objectif commun, offrant à chacun de faire avancer les thématiques par l'expression de ses propres talents.

Cette cohérence interne se reflète directement sur la qualité des projets menés, allant de la qualité de la planification, à l'acceptabilité de l'approche par nos partenaires et/ou publics-cibles, jusqu'à un affinement des indicateurs d'évaluation. En d'autres termes, non seulement la planification se fait avec beaucoup de soin, mais le processus d'amélioration continue instauré graduellement commence à porter ses fruits.

Une autre avancée dans les options prises par l'ONG est le travail de concentration sur un certain nombre de thématiques. L'activité d'Echos Communication est transversale par essence, le facteur humain étant commun à toute activité qui rassemble au minimum 2

personnes. Le choix de se spécialiser dans certaines thématiques vise à mieux répondre aux attentes des partenaires qui ont l'habitude d'aborder les projets par cet angle-là. Une fois le partenariat engagé, ils ont l'occasion de découvrir que notre valeur-ajoutée réside dans l'adaptation d'outils liés au relationnel à leur thématique, quelle qu'elle soit. Les principales thématiques, non-restrictives, sont : le développement local en Afrique (couvrant les budgets participatifs, la problématique des marchands ambulants, le leadership auprès des maires, ...), les liens avec les medias, le Maroc et son contexte culturel spécifique, enseignement et déconstruction des préjugés, communication et déconstruction des préjugés, ... Ces thématiques représentent un outil de communication vers l'extérieur.

Une définition actualisée de l'identité de l'ONG rime également avec une revisite approfondie des métiers et de leur poids respectifs à sa réalisation. En plus des métiers traditionnels liés à la gestion de projets, nous investissons plus particulièrement dans 3 métiers :

1. la maîtrise d'une palette toujours plus large de grilles d'analyses et de méthodes psychologiques et sociologiques, pour diversifier les points de vue : outre l'Approche NeuroCognitive et Comportementale, nous sommes également en voie d'acquisition de l'approche intégrale, la systémique, la sociologie du préjugés,
2. les métiers de la pédagogie et de la formation, pour mieux transmettre nos réflexions
3. une communication adaptée au niveau et aux attentes des différents publics-cibles visés : de la publication de magazine, à une utilisation plus poussée des outils internet, en passant par les méthodes et techniques de sensibilisation durable, ...

La solidité de ces fondations laisse entrevoir trois nouvelles orientations majeures pour 2013 :

1. l'entame de partenariats offrant des synergies entre Echos Communication et d'autres ONG belges. En effet, la meilleure connaissance de notre identité laisse envisager de trouver des projets co-crésés avec d'autres associations qui y verraient également un intérêt en termes d'impact sur les publics-cibles et/ou en termes d'apprentissage.
2. La mobilisation d'autres acteurs du secteur autour de la thématique du facteur humain pour faire évoluer le système de la coopération au développement de manière à ce qu'il intègre plus explicitement cette composante et améliore ainsi l'efficacité dans l'atteinte de ses objectifs : promouvoir le développement et l'éducation au développement.
3. 2013 sera également l'année qui mettra à l'honneur la thématique qui consiste à mieux comprendre comment se renforcent – ou se déforcent -- le développement individuel et le développement collectif dans le processus du développement.

En conclusion, l'année 2012 fut une année où notre opérationnalité nous a ouvert le champ des possibles : créativité, capitalisation, capacité de transmission et ambiance d'équipe exceptionnelle : la transition est accomplie.