



## RAPPORT MORAL DU PRESIDENT ANNEE 2016

### ASSEMBLEE GENERALE DU 11 JUIIN 2017

Chers Adhérents,

Chaque année, depuis 25 ans, grâce à votre confiance, Assistance Médicale Toit du Monde développe en Inde et au Népal trois actions convergentes : santé, développement et parrainage.

Il y a déjà un an, lors de l'assemblée générale du 26 juin 2016, j'ai pris la relève de Laurent CHARBONNIER devenu Président d'honneur de notre Association. Grâce à lui et en quinze ans, AMTM a accompli un grand chemin avec un souci de gestion et de respect des dons largement atteint chaque année : 83 % sur le terrain chaque année.

En six mois, souhaitant m'inscrire dans la continuité et l'héritage historique de l'association mon bilan personnel, vous le comprendrez, sera encore bref.

Une fois de plus les trois axes de nos actions ont été développés sur chaque site visité durant trois missions annuelles classiques : deux au Népal, une en Inde et 2 mini missions en janvier et février 2016 au Népal.

Après le séisme de 2015, puis le blocus économique Inde-Népal, 2016 est une année de transition et d'adaptation. Suite à ces deux gros chocs géopolitiques majeurs, le Népal en particulier évolue et se structure.

Nous devons, dès 2017, nous adapter à ces changements majeurs internes au pays et à ses nouvelles règles de fonctionnement institutionnel qui nous obligent à réfléchir avec le conseil d'administration et le comité de direction que j'ai souhaité créer à la question suivante :

**Comment aider au mieux aujourd'hui un monde népalais et indien nouveau et animé par les réseaux sociaux ?**

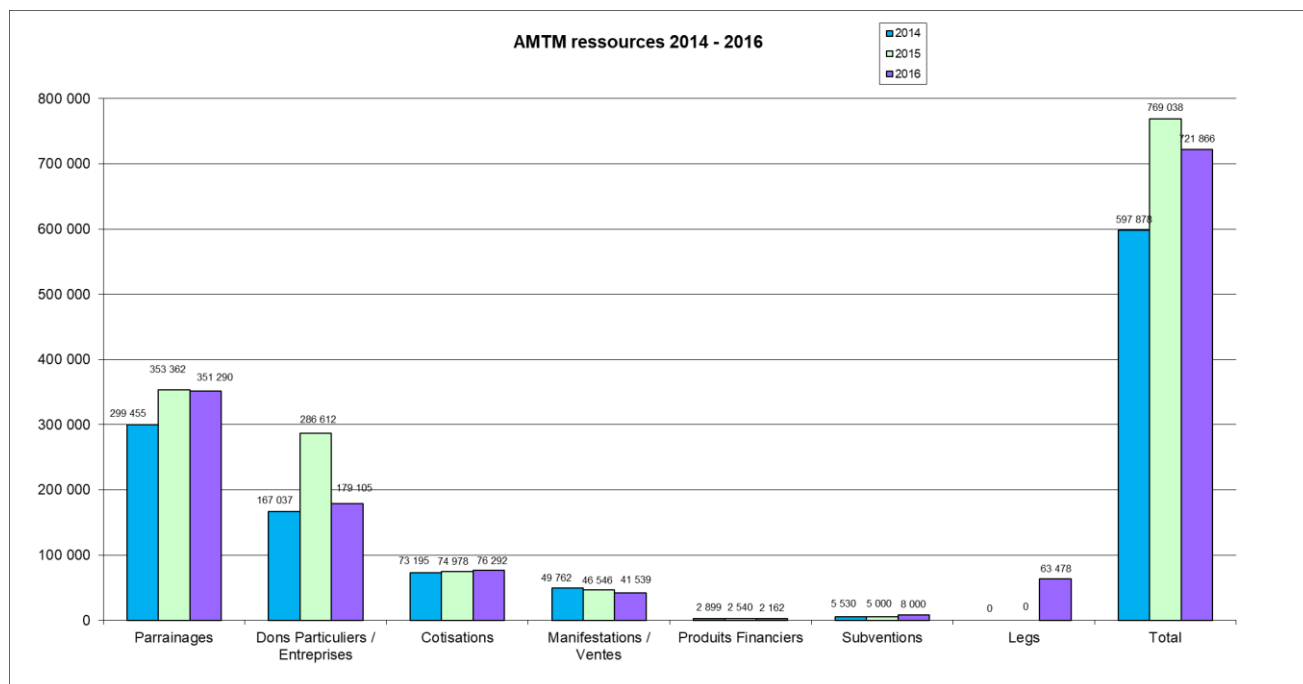
**Comment aider au mieux aujourd'hui ces 2 pays où les structures institutionnelles et de santé ont évolué ?**

**En bref, comment garder le sens de notre action, ici, pour nos salariés et nos bénévoles, là-bas pour développer nos actions ?**

Pour cela, la mobilisation de tous reste bien évidemment nécessaire car c'est seulement ensemble que nous pourrons atteindre nos objectifs et réaliser nos projets.

En 2016, nos 3500 membres nous ont apporté un soutien très généreux avec des ressources financières (hors reports) de 721.866 € dont un produit exceptionnel lié au legs reçu en 2016 de 63.478 € de Mr Pelletier, donateur à AMTM et ancien parrain au Samye Memorial.

Néanmoins c'est une diminution de 6,13 % par rapport à l'année dernière.  
 Le résultat annuel est de - 9.519 €, à comparer à un excédent de 14.822 € en 2015.  
 Ce résultat reste évidemment satisfaisant compte tenu de la conjoncture.  
 A cet effet, rappelons que l'objectif de 650.000€ fixé au budget 2016 a été réalisé.



Les tendances sont les suivantes :

- Le secteur **parrainage**, assure toujours la base solide de l'association, indépendamment de la conjoncture. Il représente près de la moitié des ressources de l'association.  
 Il est en recul de 0,59% et représente 351.290 € (353.362€ en 2015).

- Les **dons** sont en recul de 37,51% et représentent 179.105 €. Pour rappel, 2015 avait été une année exceptionnelle du fait du séisme au Népal. Nos donateurs se sont montrés très sensibles à la détresse de nos amis népalais et à l'appel de fonds dédiés pour 115.042 €.

Cependant une comparaison des dons, hors l'apport exceptionnel lié au séisme, montre que les dons 2016 sont en hausse de 7.535 € soit 4,39% avec notamment des dons de nos précieux partenaires réguliers (Trader's pour 10 000 € concernant les entreprises) et de belles initiatives grâce à un de nos donateurs, Alain Le Gaillard, qui a récolté plus de **21.200 €** pour son 70<sup>ème</sup> anniversaire.

AMTM a donc pu développer significativement son action sur le terrain.

- Les **cotisations** (+ de 1,75% sur 2015-2016) sont en légère hausse à **76.292 €** contre 74.978 €. AMTM compte 540 adhérents en 2016 (515 l'année précédente).

C'est aussi le succès du Club des 200+ qui explique cette solidité. Cette ressource récurrente est un bel encouragement pour l'équipe car il s'agit de financer le cœur d'AMTM : les missions médicales et humanitaires et le siège de Nanterre.

Le Club compte 203 membres, nous avons néanmoins atteint un palier. Sans celui-ci une grande partie des frais fixes récurrents de l'association ne seraient pas couverts. Ne nous sentons pas limités par son appellation : **Club des 200+ !**

- Les **manifestations-ventes** marquent une petite baisse (-8,85 % sur 2015-2016) récoltant tout de même une belle somme de **41.539 €**.

Le moindre succès de notre fête de Noël est sans doute la cause principale de ce recul.

- Les **subventions** représentent **8.000 €** (5 000 € en 2015). Astrazeneca, via la FDF nous a octroyé 8.000 € pour le financement de notre campagne de vaccination Hépatite B.

Ces subventions restent exceptionnelles. Elles résultent de l'adéquation entre les fonds proposés et la nature des projets en cours.

- **Un Legs**

Au terme de son testament, Monsieur Robert PELLETIER, a institué AMTM légataire.

Nous avons bénéficié cette année, conformément aux volontés du défunt, d'un montant de **63.478,08 €** au titre d'un contrat d'assurance vie.

En résumé, tout comme en 2015 le seuil symbolique de **1.000.000 €** a été dépassé en tenant compte des engagements à réaliser sur ressources affectées.

La rigueur de notre gestion nous permet d'améliorer nos ratios, pour atteindre de ce point de vue la meilleure année depuis la création d'AMTM :



NB : la part terrain inclut les engagements à réaliser sur ressources affectées

Il n'en reste pas moins vrai que, tant que la conjoncture mondiale restera maussade, c'est la mobilisation des membres qui, seule, peut faire la différence.

Dans cette conjoncture difficile, il est important de maintenir l'identité de notre association afin de différencier notre action car les donateurs sont sollicités en permanence à nos portes et pour le monde entier.

Maintenir cette motivation forte depuis la crise de 2008 reste un challenge significatif...

Challenge relevé en 2016. Notre équipe de membres actifs en France (**128 bénévoles et 6 salariés**, dont 5 temps partiels) a travaillé efficacement.

Nos réalisations sur le terrain, où nous affectons donc plus des trois quarts de nos fonds en témoignent.

Stabilité ou croissance, le maintien de ce ratio est un objectif prioritaire car il est la meilleure preuve d'une bonne gestion pour une association.

Le bilan de l'année 2016 (I) et les perspectives futures d'AMTM (II) mettent en lumière la nécessaire mobilisation de tous.

## **I) LE BILAN DE NOS ACTIONS POUR L'ANNEE 2016**

L'activité fut soutenue tant au Népal et en Inde (A), qu'en France (B).

### **A) Activités au Népal et en Inde**

- Les missions : l'objectif d'AMTM est d'être présent sur le terrain chaque année.

Nos actions ont donc été nombreuses en Inde comme au Népal avec l'envoi de 3 missions globales qui sont le cœur de notre activité plus deux mini missions en janvier et février 2016 à Katmandou (Népal)

- Mars 2016 à Katmandou (Népal)
- Avril 2016 à Kalimpong et au Sikkim (Inde)
- Octobre 2016 à Katmandou (Népal)

Les missions traditionnelles permettent un travail transversal en équipe.

Les petites missions d'appoint peuvent être aussi une opportunité à laquelle nous pourrions réfléchir.

Ces différentes missions ont permis de soigner, de vacciner, d'informer sur les règles d'hygiène de base, de remettre les parrainages, de s'assurer que l'argent a été employé utilement et de travailler à la mise en place de partenariats locaux. Vous les avez peut-être suivies en image, au jour le jour lorsque c'est possible, sur notre page Facebook (<http://www.facebook.com/amt.org>) et sur notre site internet (<http://www.amtm.org>).

Quoiqu'il en soit, les actions sur l'année et les nombreux projets ont pu avancer en 2016.

A titre d'exemple :

#### **1) Le médical**

Les besoins de ce secteur sont vitaux et les actions ont nécessité 31.729 € cette année pour le médical (opérations chirurgicales, frais d'hospitalisation, vaccinations, vacations...) et 11.245 € pour le secteur pharmacie, soit **42.974 €** au total.

Grâce au travail des équipes de Christine Boissinot et de Nadine Arcis, les missions sur le terrain qui sont le cœur des actions médicales se sont déroulées efficacement. La prévention est une priorité constante.

Nos partenariats locaux avec des médecins et des infirmières et leurs réseaux de soins, assurent une présence efficace et rassurante.

Nos équipes médicales et paramédicales se doivent d'être des forces de propositions et de suggestions afin d'entretenir cette collaboration. Echanger ensemble sur leur mode de fonctionnement et sur les soins et thérapeutiques à apporter dans le respect des règles culturelles des deux pays que nous aidons et des suggestions de l'OMS.

En cours d'année, ces partenaires assurent aussi le suivi indispensable entre nos missions, comme c'est aussi le cas des Sœurs de Cluny à Kalimpong en Inde.

Pour ces dernières, l'aide a été affectée à leur campagne annuelle de chirurgie, à l'approvisionnement en médicaments des 8 dispensaires locaux de la région (établissements qui effectuent au total plus de 30.000 consultations par an).

Les sœurs sont un bel exemple de partenariat de confiance dans la durée.

Les besoins du secteur médical restent vitaux. Mais il y a tout lieu de penser que le budget de celui-ci sera en forte évolution dans le futur.

En effet, désormais, et c'est tant mieux, le Népal, comme l'Inde, ont désormais des structures hospitalières qui permettent des examens onéreux dans un système où la protection sociale n'existe pas : échographie, scanner, IRM qui s'avèrent évidemment utiles mais qui nécessitent des fonds.

Il est important de développer le Cercle Santé.

Sur le terrain, 3.814 € reçus via l'appel de fonds Hépatite B ont déjà été utilisés sur l'ensemble de nos sites.

Enfin, notre appel de fonds Ophtalmo de décembre 2016 a récolté plus de **12.109 €** de dons à ce jour.



## 2) Le développement

De belles réalisations en 2016 pour un total de 88.144 €, une variation en baisse qui s'explique par les nombreux projets de reconstruction au Népal liés au séisme en 2015 (37.100 € en 2015 - 18.515€ en 2016).

Sur plan du développement, deux personnes nouvelles ont intégré le secteur : Elisabeth BERANGER pour le Népal et Richard TUFFIER pour l'Inde, que j'ai commencé à former pour pouvoir leur déléguer le secteur que j'avais l'honneur de représenter.

Quelques exemples de réalisations :

Construction Jangsar - Inde : **14.400 €**  
Grâce à la course des HEROS.







Projet Electricité sur 3 sites au Népal : **6.335 €**

Solde projet séisme : 18.513 €  
**dont nouveau puits au Samye 7.000 €**  
 L'eau est la base indispensable de toute action durable...



L'opération "Kit hygiène», qui a fait ses preuves, est étendue à tous nos sites. Il s'agit de fournir à chacun les éléments de bases nécessaires à une bonne hygiène : **5.000 €**

Construction Palyul - Népal  
 Grâce à un appel de fonds et via la plateforme ALVARUM, don de **25.000 €** de M. Alain LE GAILLARD



Dechen Tache Phoo, nonnerie au Spiti en Inde : douches et WC : **5.000 €**

### 3) Les parrainages

- L'association, début 2009, a passé un cap symbolique avec le **1.000<sup>ème</sup> parrainage**, dont une majorité d'enfants.

Avec **314.525 €** les parrainages versés sur le terrain représentent la base stable des emplois Missions sociales de l'association.

La récurrence des parrainages, avec la propriété de nos locaux de Nanterre est un important gage de pérennité de l'association.

Les parrainages sont suivis tout au long de l'année par Sabine JAUFFRET, Nicole COLLIN, Sophie MOUTERDE et tous les référents de sites. Leur nombre impose une organisation efficace pour maintenir la qualité de notre aide.

Nous pouvons saluer le gros travail de toute l'équipe.

- Des éléments traditionnels expliquent la baisse du nombre de filleuls (936 à fin 2016). Outre la crise, les nouveaux parrains sont plus difficiles à trouver car notre réseau est déjà très sollicité. Ensuite vient le départ des filleuls arrivés en fin de cycle scolaire. Il s'agit d'enfants suivis depuis les débuts d'AMTM, le simple renouvellement de ces départs nécessite plus d'une centaine de nouveaux parrainages par an. Un important travail de fidélisation a permis de conserver les parrains. Puis désormais le décès des réfugiés tibétains désormais très âgés.

Il y a eu au total 110 demandes de parrainage (64 anciens parrains ont repris et 36 nouveaux parrains et marraines ont été trouvés).

C'est un bon résultat car notre site internet défaillant ne permet plus de faire des formulaires en ligne de demande de parrainage, c'est un vrai frein (car il faut que la personne intéressée fasse un mail, ce qui est moins simple donc moins efficace), nous espérons donc avoir un nouveau site rapidement...

- Un élément particulier explique la baisse des parrainages en 2016. Le Conseil d'Administration du 14 septembre 2016, a dû prendre la difficile décision d'arrêter le partenariat commencé en 1992 avec le Buddha Academy Boarding School, dit BABS.

Les querelles de succession après le décès de son fondateur nous ont contraints, la mort dans l'âme, à stopper ce partenariat afin de pouvoir respecter au mieux les fonds collectés auprès des derniers 52 marraines et parrains.

C'est au total sur ce site 69 parrainages qui ont été arrêtés en 2016, 52 après la décision du CA et 17 traditionnellement en mai juin 2016, pour les jeunes ayant fini leurs études et le diplôme du SLC.

Sabine JAUFFRET s'est attachée, comme Directrice des parrainages et Vice-Présidente de l'association, à expliquer individuellement à ces derniers les raisons de notre décision.

Un gros travail a permis de reconduire 24 parrainages sur d'autres sites mais il nous faut rester très mobilisés en 2017.

Il faut à cet effet saluer l'initiative d'Hélène Legastellois, une *Youtubeuse* tenant un Blog sur la beauté féminine, et ancienne marraine du BABS, qui a fait ainsi aboutir 15 démarrages de parrainages pour éviter l'impact financier sur les sites.



Nombre moyen de visites par semaine : 250  
Nombre de visites la dernière semaine de décembre : 2.400 !

- Le secteur parrainage a également mené, en fin d'année 2016, une enquête et réflexion afin de connaître le degré de satisfaction de nos marraines et de nos parrains.

Il en ressort une satisfaction générale.

La photographie des filleuls est indispensable mais peut être améliorée en termes de prise de vue et d'originalité.

Le compte-rendu des missions est apprécié, lu et conservé !

L'interview est aussi perfectible et 85% des parrains sont prêts à recevoir une vidéo à la place d'une interview.

La relation avec le filleul, même si elle est importante, remporte des intérêts contrastés : soit très investie, soit assez peu.

90% pensent qu'il est important d'écrire à son filleul !

Pour nos marraines et nos parrains le site Web et Facebook restent deux médias utiles avec une légère avance pour Facebook (53%) mais le site Web est encore important et plus facile d'utilisation pour 47%.

Malgré l'automatisation de certaines procédures, la charge de travail reste très importante et les nouveaux sont bienvenus.

Ce sont des engagements forts. AMTM compte désormais **29 sites d'intervention**, dont 28 avec des parrainages.

Chaque mission sur le terrain nous rappelle le soutien vital, financier et psychologique, que constitue chaque parrainage.



## A) Activités en France

### Pérennisation de notre structure

#### 1) Nouvelle base de données.

La nouvelle base, en ligne, dénommée « **Myriade** », sécurise AMTM, et permet d'améliorer nettement notre gestion et d'accompagner le développement futur.

Après l'exemple éclairant du reçu fiscal global qui regroupe tous les versements faits par personne et par type (don, cotisation, etc.), plus simple pour les donateurs, plus économique et demandant moins de travail de manutention en cours d'année en 2016, nous avons eu :

- l'export des lettres de missions, qui facilite le travail du référent et du secrétariat,
- l'ajout des catégories de filleuls, important pour le traitement des parrainages sur le terrain.

En outre, les données vont pouvoir être analysées plus finement, améliorant notre efficacité : traitement des donateurs inactifs depuis un certain nombre d'années, séparation des membres selon leur langue, accès en ligne des données pour les membres dans une version ultérieure etc. Bref, c'est une véritable révolution pour AMTM et un vrai soulagement pour tous.



## 2) Le secteur Ressources humaines

**Un pôle RH et de recrutement**, notamment avec la nomination d'une DRH en la personne de Françoise Pachulski, a été activé en 2013.

Vu la taille d'AMTM, plus de 100 bénévoles et 5 salariés en France, une équipe Népal de 7 personnes, cette absence de structure RH était le second point faible identifié lors de l'audit externe de l'association.

Françoise a déjà beaucoup travaillé et affiné la liste des postes à pouvoir. Elle a en outre déjà recruté plusieurs bénévoles....

Là encore, il n'y aura pas de développement futur sans cet apport.

## 3) Actions habituelles

Plusieurs autres actions ont été menées pour assurer le budget des missions et le fonctionnement de l'association et notamment :

- La **fête de Noël** reste un pilier du secteur manifestation, elle permet d'informer nos membres, d'en rencontrer de nouveaux, de passer un bon moment ensemble...

Notre traiteur, Mario Martini de la société Fennix, nous avait trouvé un lieu très agréable et accessible sur la Seine à Sèvres (à tarif associatif car nous avons la chance d'être une association du 92) : la base nautique de l'Ile de Monsieur.

Une joyeuse fête, avec des activités pour les enfants (maquillage, clown) était au rendez-vous en décembre 2016 avec des recettes de 28.980 € pour les entrées et pour les stands.

Pour l'avenir, notre fête de Noël doit peut-être marquer plus son caractère et son identité au profit des populations que nous aidons, afin aussi de se différencier des autres associations.

- **Vente de calendriers et de cartes** : 4.831 € de recettes.

C'est aussi un excellent moyen de faire durablement connaître AMTM.

Cette année, c'est André Darmon de l'agence StratNum et Michèle WEBER qui nous ont offert la conception graphique de celui-ci.

- Notre système de **paiement en ligne** a reçu 27.463 € pour l'année 2016.

L'essentiel vient des dons.

Par ailleurs, 3.280 € de cotisations ont été recueillis par ce biais (pour 2.890 € en 2015) soit une hausse de +13,5%).

Sans compter tous les dons en nature que reçoit AMTM (comme des spots publicitaires gratuits sur Europe 1, RFM et Virgin pour une valeur de 78.893 € en 2016), un budget 2017 de 650.000 € est nécessaire pour, au minimum, poursuivre nos actions.

**En réalité, sans une mobilisation de tous, il n'est pas possible d'atteindre un tel objectif.  
Bravo et merci à tous, donateurs, bénévoles, adhérents et salariés.**

## II) LES PERSPECTIVES POUR LE FUTUR

Malgré une conjoncture qui reste peu dynamique, le souhait de tous est de voir croître notre aide car il est vrai que les besoins sont énormes.

Après une phase de consolidation (mise en place après la crise de 2008), une phase de renouvellement s'ouvre devant nous. Et c'est bien normal après 25 ans d'existence...

C'est le renouvellement de nos ressources financières (A) et humaines (B) qui va permettre de poursuivre notre croissance maîtrisée et nos buts.

## A) Renouvellement des ressources financières

### a) Développement d'outils de communication modernes.

#### 1) Nouveau site web [www.amtm.org](http://www.amtm.org)

Il s'agit de maintenir son attractivité pour que nos membres continuent à y venir régulièrement. Notre site a reçu **15.000 visites** durant l'année 2016, soit environ 1.250 visites par mois. C'est une légère baisse (-1000), mais les réseaux sociaux prennent le devant de la scène internet... Il reste notamment précieux pour la recherche de nouveaux parrains.

C'est le prochain gros chantier car notre site est déjà ancien et une refonte aux normes actuelles serait bénéfique, notamment pour l'adapter aux usages mobiles avec l'adoption d'un « Responsive Design » permettant une lecture facile quel que soit l'outil utilisé (ordinateur, tablette, mobile...).

C'est crucial pour le futur car l'accès internet (et donc les dons en ligne ou les parrainages par exemple) se fera bientôt majoritairement avec des outils mobiles...

Notre expérience avec le site actuel nous a permis de mieux comprendre quels sont nos besoins dans ce domaine et surtout à quelles contraintes il doit répondre pour nous satisfaire. Nous saurons mieux les exprimer maintenant.

Il faut donc commencer par exprimer clairement ce que nous souhaitons.

Frank Gille a commencé à rédiger l'expression des besoins qui sera partagée avec toutes les personnes concernées dans l'association et qui servira de fil rouge pour le suivi des étapes de la mise en œuvre du site.

#### 2) Animation de la page Facebook AMTM. Elle compte **1.750 "likes"** soit **+18%** en 1 an : <http://www.facebook.com/amtm.org>

C'est un bon moyen de rallier de nouvelles personnes pour AMTM. Elle permet d'informer les membres de manière réactive et « virale », les publications les plus appréciées étant les photos quotidiennes en mission...

Cet outil permet aussi de communiquer facilement et rapidement avec des communautés mondiales, comme les fans d'Il Divo et notre Parrain Sébastien Izambard.

#### 3) Envoi d'une newsletter mensuelle aux **2500 membres (stable)** dont nous avons l'adresse E-mail.

Cette belle hausse est consécutive à la Course des Héros qui a amené de nouveaux membres.

Il s'agit d'informer régulièrement sur l'emploi des fonds recueillis et d'avertir des événements (missions, fêtes, concert, etc.). La collecte des adresses E-mails reste prioritaire.

#### 4) Envoi de notre revue annuelle « Toit du Monde » à nos 3500 membres.

L'impression n'est plus offerte par notre partenaire, JPA Imprimeur et Axa ne prend plus en charge le mailing.

Cet objet de communication reste efficace et permet aussi de développer des articles de fond.

Les revues sont aussi un bon moyen de faire découvrir nos actions à de nouvelles personnes.

### b) Développer des actions couvrant les frais fixes.

#### 1) Organiser des **manifestations récurrentes**

La stratégie consiste à organiser des événements de taille moyenne et récurrents. Les petits sont inutilement épuisants et les très grands improbables pour l'instant.

2016 a été un succès de ce point de vue avec :

- La Course des Héros : 39.000 €
- La fête de Noël : 28.980 € brut
- L'exposition "AMTM Art'Expo" : 10.680 € brut
- Le trophée de Golf AMTM : 4.887 € brut
- La soirée Elle-Vino : 1.000 € brut

Il est clair que si chacune de ces manifestations peut être optimisée de manière récurrente, les objectifs du secteur seront déjà atteints...

#### 2) Promouvoir le [Club des 200+](#)

Il s'agit de trouver les membres qui acceptent de financer le cœur d'AMTM, à savoir les missions sur le terrain ainsi que le fonctionnement du siège.

C'est donc l'action la plus utile pour la pérennité d'AMTM.

Le nombre d'adhérents au Club des 200+ est stable à **205** membres fin mai 2017.

Grâce au soutien du Club, c'est plus de **60.000 €** de ressources annuelles pérennes pour AMTM.

Soit **76.292 €** au total avec les cotisations ordinaires.

Je tiens à remercier très chaleureusement tous nos adhérents pour cette aide !

#### 3) Développer le [Cercle santé](#)

L'axe médical doit lui aussi avoir des ressources régulières, ses besoins étant récurrents (missions sur le terrain, opérations chirurgicales, achats médicaments...).

Il compte désormais **62** membres et a apporté **8.893 €** en 2016.

Il convient d'accroître ce cercle de donateurs, les besoins d'aides médicales étant très importants.

#### 4) Développer les [Dons de Fonctions](#)

Certains membres souhaitent un engagement durable sans relation personnelle avec un filleul. Ils peuvent ainsi financer un poste crucial pour une école (une infirmière, un cuisinier, une femme de ménage...), voire un poste transverse (maison AMTM).

Si le poste était déjà financé par AMTM, cela allège d'autant les frais de la mission concernée. Le but n'étant pas d'augmenter les dépenses par la création de nouveaux postes en cette période délicate...

**14.760 €** annuels (+16,36% par rapport à 2015) ont déjà été trouvés grâce au travail de l'équipe en charge de ces dons, notamment Claude et Laurent BICHON.

#### 5) Développer les **Dons en nature**

Il faut en effet noter que de nombreux dons en nature viennent alléger nos dépenses et sont une aide très précieuse (quoique non valorisée dans nos comptes) : buffet de la fête de Noël (maison Fennix), Strategik & Numerik - M. André Darmon (conception graphique), Qatar Airways (billets d'avion à tarif groupe et gratuité des excédents de bagages).

Il nous faut tenter de développer en 2017 de nouveaux partenariats (mailings, frais postaux, logiciels informatiques, matériel photo et vidéo etc.)

Sachez que nous avons réfléchi avec le Conseil d'Administration à ce que notre association soit également éligible à l'ISF et des contacts avaient été pris afin que nous puissions être éventuellement portés par la Fondation de France.

A ce stade de la réflexion, compte tenu de l'année présidentielle et du programme des candidats qui annonçaient, pour une grande partie d'entre eux, la suppression de l'ISF, cette piste n'a pour un temps pas été retenue.

Elle pourrait être cependant être réactivée dans l'avenir, sous réserve de trouver les fondateurs généreux, car elle permettrait à AMTM de bénéficier des atouts de la notoriété et du crédit de la Fondation de France.

Le but de toutes ces actions est de maintenir et développer notre aide au Népal et en Inde.

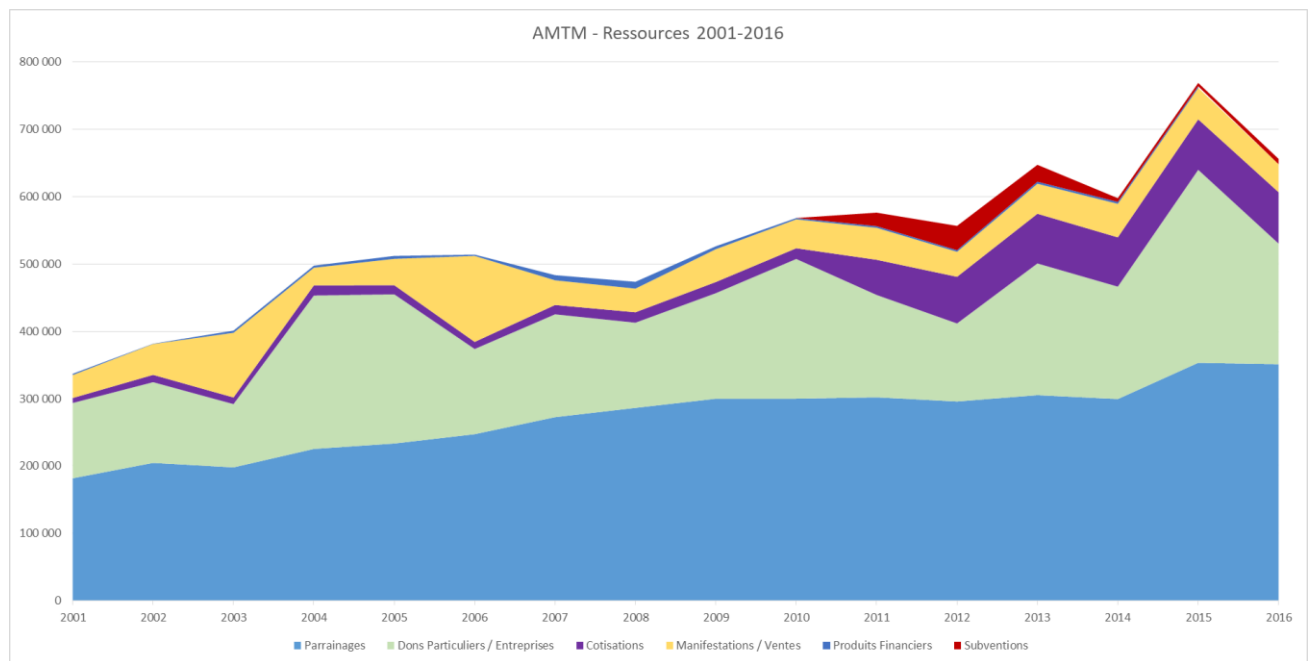
### **B) Renouvellement des ressources Humaines**

Le recrutement de nouveaux bénévoles est la priorité.

Il est clair que ceux qui étaient actifs en 1992 (voire 1990 pour les prémisses), ne peuvent être tous présents 24 ans après. Un **renouvellement** des forces vives est donc nécessaire, tant il vrai que le plaisir de tous ceux qui sont engagés est indispensable.

En outre, notre monde se complexifie et se spécialise sans cesse et de nouvelles compétences sont nécessaires. Cette ouverture doit amener de nouvelles énergies, de nombreux secteurs ont des besoins non pourvus : Comptabilité, Développement, Pharmacie, Vente, Mailings, Commercial, Subventions, Parrainages, Community manager...

Les besoins sont en ligne <http://amtm.org/top-menu/agir-avec-amtm/devenir-benevole.html>



Depuis 2016, je me suis attachée à :

1. Poursuivre l'action,
2. Préserver l'héritage et construire le futur,
3. Veiller à la meilleure utilisation de toutes les contributions,
4. Travailler ensemble dans la joie et la simplicité.

Pour 2017, la dynamique est bien engagée.

- La migration de notre logiciel de comptabilité sage en version Sage on line cloud (plus de sécurité, sauvegardes et évolutions des versions gérées par sage, accès web de partout) pour la trésorière et la comptabilité est faite.
- La Mise en place de la charte des bénévoles est en cours.
- Notre appel de fonds Sweet Dream a récolté près de 7.775 € à ce jour.
- Un nouveau logo spécial 25 ans, proposé gracieusement par L'agence Stratum, a été choisi par les membres actifs lors de la réunion du 20 janvier 2017.
- La 5<sup>ème</sup> course des héros de Paris permet d'ores et déjà de penser que nous pourrons atteindre avec 67 collecteurs dont [24 collecteurs Talentsoft](#), notre objectif de 40.000 €.
- Les missions Inde et Népal de mars et avril se sont déroulées efficacement.

Enfin, et surtout, dans le cadre de la Responsabilité Sociétale Entreprise (RSE) un partenariat vient d'être mis en place avec la société Talentsoft.

La réunion des membres actifs du 20 janvier 2017 a eu lieu dans les locaux prêtés par Talentsoft à



Boulogne-Billancourt.

Ce partenariat historique avec AMTM va être renforcé sur proposition de ses fondateurs.

2 jeunes collaborateurs de Talentsoft sont partis avec l'équipe de mission printemps Népal et pourront renforcer la communication interne et être moteur sur des futurs events TS / AMTM.



**Préserver l'héritage et construire l'avenir afin d'assurer au mieux la pérennité d'AMTM** c'est engager ensemble une réflexion globale.

Nos précieux partenaires locaux que sont Eric RUSSENBERGER et son épouse KUNZANG souhaitent légitimement, dans les années qui viennent, prendre leur retraite. Il nous faudra donc trouver des relais et partenariats locaux nouveaux. Avec eux, des pistes de travail s'ouvrent à nous afin que nous puissions travailler sur le terrain dans le respect des règles avec des femmes et des hommes, mais aussi des associations locales.

Je ne vous cache pas que c'est une idée à laquelle je suis particulièrement attachée et qui me semble juste, nécessaire et indispensable.

Merci à tous pour votre confiance et votre engagement.

Merci de votre présence lors de cette 25<sup>ème</sup> assemblée générale, la première que j'ai l'honneur de présider.

La Présidente,  
Nathalie JAUFFRET

