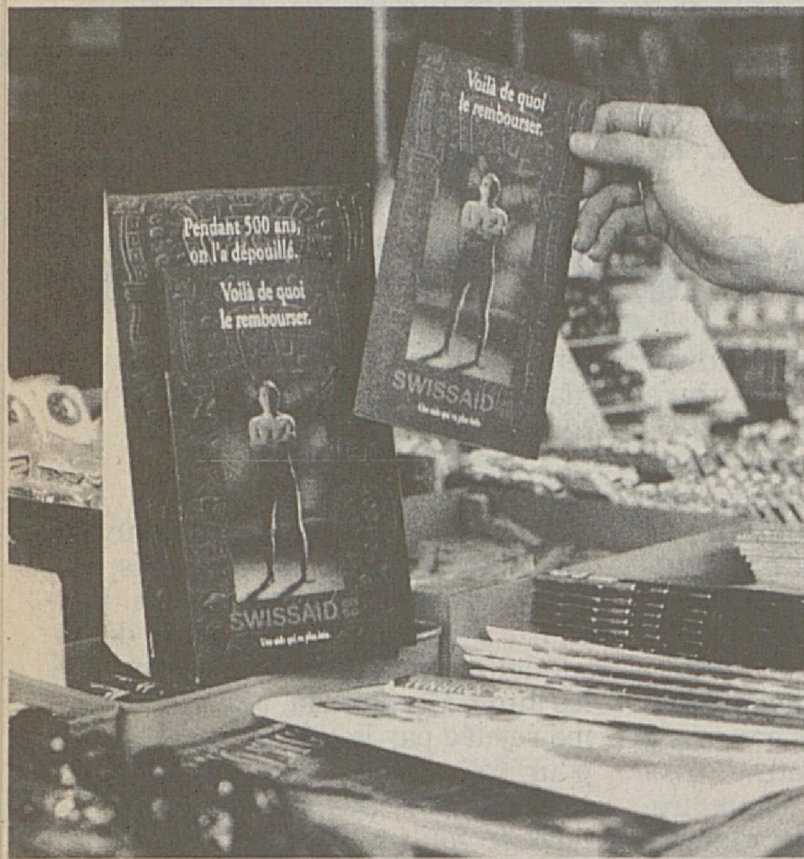


Moins de papier, moins de frais - Moins de dons ?

Vous êtes de plus en plus nombreux à maudire le flot d'imprimés qui vient chaque jour envahir votre boîte à lettres. Ces imprimés finissent pour la plupart à la corbeille, sans avoir été ni lus, ni même regardés. Vous êtes de plus en plus nombreux à coller sur votre boîte la petite étiquette "Non merci, pas de publicité !". Que signifie cette évolution pour une organisation d'entraide qui, dans son travail, a absolument besoin que Monsieur et Madame Tout-le-Monde reçoivent leurs brochures d'information et leurs bulletins de versement ? Cette année, SWISSAID a décidé d'adopter une nouvelle méthode de collecte de fonds : moins de papier, moins de frais. Mais pour que les dons rassemblés soient malgré tout suffisants, il faut que nos donatrices et nos donateurs s'engagent davantage encore.



L'information SWISSAID: cette année, dans les kiosques.

En quelques années, les autocollants "Non merci, pas de publicité !" se sont multipliés. De plus en plus souvent, nous lisons dans les journaux articles et lettres de lecteurs fustigeant l'inondation quotidienne d'imprimés. Les organisations d'entraide, dont les campagnes régulières "tous ménages" bénéficient de moins en moins d'attention de la part de la population, souffrent aussi de cette saturation, ou du moins de cette indifférence à l'égard d'un courrier jugé inopportun. Comment peuvent-elles encore se faire entendre et communiquer leurs informations et leurs bulletins de versement à tout un chacun sans que donatrices et donateurs ne s'en irritent ?

Une tentative

Pour sa prochaine collecte, SWISSAID a décidé de procéder différemment. Jusqu'ici, cette organisation d'entraide distribuait chaque année quelque 2,5 millions de prospectus dans toute la Suisse. En 1992, elle n'effectuera pas de campagne "tous ménages". Comment va-t-elle s'y prendre ? Ce ne sera plus dans la boîte à lettres, mais dans les

Il est temps de rembourser !

Fondation suisse indépendante, SWISSAID déploie ses activités humanitaires en Suisse et à l'étranger. Son objectif est de promouvoir la solidarité des Suisses envers les populations défavorisées dans le monde. Le soutien apporté aux plus démunis en Afrique, en Amérique latine et en Inde est complété en Suisse par un vaste travail d'information et une action au niveau de la politique de développement.

Cette année, vous ne trouverez pas de bulletin de versement de SWISSAID dans votre boîte aux lettres. Demandez-le par téléphone au 155 18 80, dès avril au 021 20 37 30 ou versez directement votre don sur le compte CCP 10-1533-1.

SWISSAID
Rue de Bourg 49, 1003 Lausanne

kiosques que les personnes intéressées trouveront un petit prospectus accompagné d'un bulletin de versement. Elles pourront aussi le commander par téléphone. Par ailleurs, un film publicitaire au cinéma et à la télévision, des affiches, des annonces gratuites petit format ainsi que des articles dans la presse appelleront la population à s'arrêter au prochain kiosque ou à lancer un rapide coup de fil. D'aucuns prédisent à cette idée un flop monumental. SWISSAID pour sa part est convaincu: "Les Suissesses et les Suisses demeurent prêts à soutenir financièrement les projets judicieux. Ils sont aussi suffisamment motivés pour faire preuve, aujourd'hui, de davantage d'initiative".

Un risque

Cet essai comporte un risque. L'engagement personnel sera-t-il cette fois plus fort que notre amour du confort ? Réussirons-nous à économiser environ 18 tonnes de papier et des frais importants tout en rassemblant néanmoins suffisamment de dons ? Chère lectrice, cher lecteur, il vous appartient aussi d'en décider. Pour que notre tentative réussisse, il ne suffit pas que quelques milliers de gens trouvent l'idée bonne. Ils doivent aussi agir en conséquence. Cette année, bien que la Confédération finance les deux tiers des projets à l'étranger, SWISSAID a besoin de quelque 6 millions de francs pour pouvoir continuer à soutenir ses partenaires en Afrique, en Asie et en Amérique latine. En effet, la Confédération ne verse ses deux tiers de participation que si SWISSAID peut financer elle-même l'autre tiers. Nous devons donc rassembler six millions de francs, que ce soit par de modestes dons, des dons plus importants et par la vente d'environ 350 000 insignes.

On ne peut pas totalement s'en passer

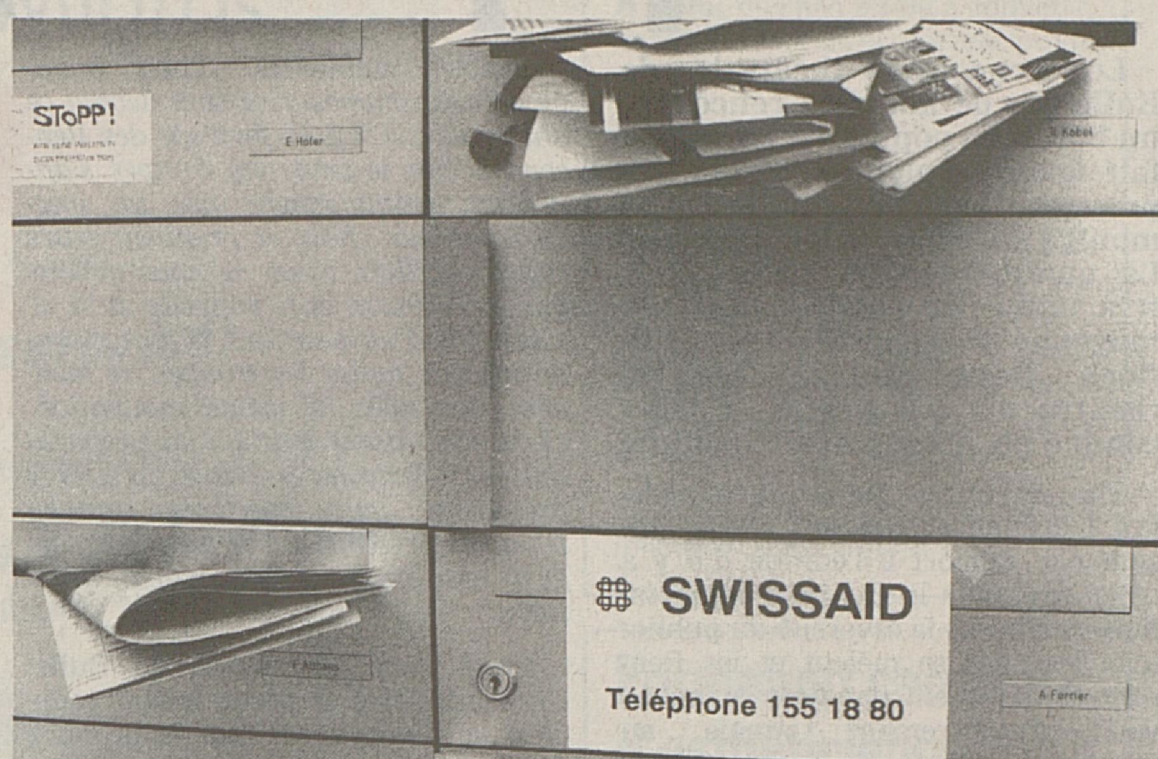
Il est impossible de se passer totalement de papier. Aucune organisation d'entraide n'est à même de remplir sa tâche sans information ni publicité. La mission de SWISSAID est d'informer les Suisses sur la situation des plus défavorisés sur cette terre. En effet, seule une meilleure compréhension des rapports et des liens d'interdépendance entre le Nord et le Sud nous permettra de construire un monde plus juste et plus pacifique. Par ailleurs, les donatrices et les donateurs ont le droit d'être informés en détail et avec sérieux sur l'utilisation qui est faite de leur argent. Diverses possibilités s'offrent à cet égard pour assurer information et contact. En optant pour un petit journal modeste, paraissant chaque trimestre, SWISSAID a choisi la variante simple, économique et néanmoins efficace du point de vue informatif.

La fidélité est payante

Tant les donatrices et les donateurs que les organisations d'entraide ont intérêt à ce que les campagnes de collecte de fonds coûtent le moins possible. Par contre, gagner de nouveaux fidèles coûte beaucoup plus que rester en contact avec les anciens. Les adresses de toutes celles et de tous ceux qui ont versé une ou plusieurs fois leur contribution sont le capital le plus précieux dans le travail accompli et la plupart désirent poursuivre leur participation. En d'autres termes : contacter régulièrement les adresses connues évite le gaspillage. Au contraire, c'est la méthode la plus rationnelle de rassembler des fonds.

Votre intérêt et votre soutien feront le succès de la tentative SWISSAID. De nombreuses firmes et de nombreux particuliers ont déjà offert à SWISSAID un soutien magnifique pour la planification et la réalisation de cette campagne d'un nouveau genre. Des professionnels de la publicité, des imprimeurs, des lithographes, des traducteurs, des musiciens, l'interprète du spot publicitaire et bien d'autres encore ont offert leur temps et leurs idées gratuitement ou à un prix très bas. Les cinémas et la télévision ont accordé de grands rabais, les kiosques mettront gratuitement les prospectus à la disposition du public. Grâce à la participation de tous, cette campagne a coûté un minimum et laisse aujourd'hui d'autant plus de fonds disponibles pour les projets d'auto-développement dans les pays du Sud.

Bruno Riesen



Cette année, SWISSAID court un risque en renonçant à son envoi traditionnel de 2,5 millions de prospectus : le public participera-t-il en commandant les bulletins de versement par téléphone ? (Photos: SWISSAID)

Donnez à bon escient!

• Notez bien ce signe :



Le cachet ZEW (Bureau central des oeuvres de bienfaisance) est accordé aux institutions d'utilité publique. Il désigne et confirme la validité des buts poursuivis par l'institution envers les donateurs.

• Versez vos dons par conviction, et non par pitié ou mauvaise conscience.

• N'éparpillez pas vos dons. Soutenez plutôt un petit nombre d'organisations, en versant des sommes plus importantes. Vous contribuerez ainsi à diminuer les frais d'administration et de ports et recevrez moins d'imprimés.

• Si vous ne désirez vraiment plus recevoir d'envois réguliers, retour-

nez le courrier reçu accompagné d'un petit commentaire (poli mais ferme). S'en débarrasser dans la corbeille à papiers est source de frais inutiles.

• Si vous ne désirez qu'un seul, deux ou plusieurs bulletins de versement et moins d'informations, faites-en part à "votre" organisation d'entraide.

• En nous communiquant à temps votre changement d'adresse, vous permettez de réduire grandement les frais de recherche et de nouvel affranchissement.

• Lorsque vous avez des doutes ou des questions, appelez "votre" organisation d'entraide qui sera heureuse d'entendre de vive voix l'avis de ses donatrices et donateurs.

• Ne les mettez pas toutes dans le même sac. Si vous êtes déçu d'une organisation, informez-vous sur d'autres. Elles sont nombreuses à faire vraiment un bon travail dans tous les domaines.



Pendant 500 ans, ils ont été dépouillés.

Le 12 octobre 1492, les habitants d'une île des Caraïbes découvrirent les premiers Espagnols. Leur chef s'appelait Christophe Colomb. Croyant être arrivé en Inde, il appela ce peuple pacifique les Indiens. Mais la paix fut de courte durée. Bientôt, la convoitise de l'or engendra 500 ans d'oppression et de résistance. La conquête de l'Amérique, il y a 500 ans, n'a

pas seulement conduit à l'oppression et à l'exploitation économique des peuples du "nouveau continent". Elle a aussi marqué le début de la partition du monde, les riches au Nord et les pauvres au Sud.

Cependant, les gens du Tiers Monde ne s'apitoient pas sur leur sort. Ils veulent s'en sortir par eux-mêmes et savent

ce qu'il faut faire pour améliorer leur situation. Nous pouvons tous les aider à surmonter les barrières auxquelles ils se heurtent sans cesse. **Aux côtés des groupes de populations rurales les plus défavorisés, SWISSAID œuvre pour une meilleure répartition des terres, contre l'exploitation des paysannes et des paysans et pour un développement efficace.**