NATIONS UNIES

E

Conseil économique et social

Distr.
LIMITÉE

E/ICEF/1994/AB/L.4
30 mars 1994
FRANÇAIS
ORIGINAL : ANGLAIS

FONDS DES NATIONS UNIES POUR L'ENFANCE
Conseil d'administration
Seconde session ordinaire de 1994
25-29 avril 1994

POUR INFORMATION

OPÉRATION CARTES DE VOEUX ET ACTIVITÉS CONNEXES

Rapport provisoire sur la campagne de 1993

(portant sur la période du 1er mai 1993 au 30 avril 1994)

RÉSUMÉ

On trouvera dans le présent document les résultats provisoires de la campagne de 1993 (1er mai 1993-30 avril 1994) de l'opération Cartes de voeux (OCV) de l'UNICEF et des activités connexes.

Les figures I et II permettent de comparer, par région, le volume et le produit brut des ventes escomptées en 1993 avec les résultats effectifs de 1992 et ce qui avait été prévu au budget pour 1993.

Au tableau 1, on trouvera une comparaison des résultats financiers provisoires pour 1993 avec les prévisions budgétaires pour 1993 et les chiffres effectifs de 1992.

Selon les projections, 156,5 millions de cartes de voeux auraient été vendues pendant la campagne de 1993 (soit 6,4 millions de plus qu'en 1992) et le produit brut des ventes s'établirait à 140,2 millions de dollars (soit une diminution de 10,8 millions de dollars - imputable en totalité aux taux de change défavorables - par rapport à 1992).

Le bénéfice net d'exploitation de l'OCV est estimé à 60 millions de dollars pour la vente des produits et à 43 millions de dollars pour les collectes de fonds dans le secteur privé, soit au total 102 millions de dollars si l'on tient compte des dépenses au titre du Programme de création de comités nationaux dans les pays d'Europe centrale et orientale (1 million de dollars).

94-15976 (F) 210494 220494 23/04/94

/...

On a procédé à un ajustement de change d'un montant de 9 millions de dollars pour déduire les pertes effectives ou escomptées dues aux fluctuations des taux de change affectant les éléments d'actif et de passif qui ne sont pas libellés en dollars des États-Unis (pertes subies essentiellement sur les sommes à recevoir) et à un autre ajustement d'un montant de 2 millions de dollars au titre d'exercices antérieurs. Le montant total qui sera versé par l'OCV à la masse commune des ressources de l'UNICEF devrait donc s'élever à 91 millions de dollars, soit une diminution de 16,2 millions de dollars par rapport aux chiffres effectifs de 1992 et de 9,6 millions de dollars par rapport au budget de 1993.

TABLE DES MATIÈRES

		Paragraphes	Page
I.	INTRODUCTION	1 - 4	3
II.	CARTES DE VOEUX ET AUTRES PRODUITS	5 - 13	5
III.	COLLECTE DE FONDS DANS LE SECTEUR PRIVÉ	14 - 17	7
IV.	RÉSULTATS PROVISOIRES D'ENSEMBLE	18 - 20	9

Liste des tableaux

1.	État des recettes pour 1992, prévisions budgétaires et résultats provisoires pour 1993	4
2.	Collecte de fonds dans le secteur privé — État des recettes pour 1992, prévisions budgétaires et chiffres provisoires pour 1993	8

Liste des figures

I.	Ventes par région, 1993 — Résultats provisoires, comparés aux résultats effectifs de 1992	5
II.	Ventes par région, 1993 — Résultats provisoires, comparés aux prévisions budgétaires de 1993	6

Annexe

PROGRAMME D'EXPANSION DES COLLECTES DE FONDS : RAPPORT D'ACTIVITÉ — 1er mai 1991-31 DÉCEMBRE 1993	10

/...

I. INTRODUCTION

1. L'opération Cartes de voeux (OCV) et les activités connexes comprennent deux volets producteurs de recettes, dont le but est d'accroître au maximum les ressources de l'UNICEF en sollicitant le grand public : a) les cartes de voeux et produits connexes; et b) les collectes de fonds dans le secteur privé, y compris les activités spéciales de collecte de fonds.

2. Le rapport provisoire de l'OCV sur la campagne de 1993 (1er mai 1993-30 avril 1994) est fondé sur les chiffres estimatifs de recettes reçus au 31 janvier 1994 des comités nationaux pour l'UNICEF et des bureaux extérieurs de l'UNICEF dans chacune des six régions de commercialisation. Le chiffre des dépenses est un montant estimatif portant sur la période de 12 mois prenant fin le 30 avril 1994.

3. Dans le présent rapport, les différents types d'activités productrices de recettes font chacun l'objet d'une partie distincte et ils sont groupés dans le tableau 1, qui donne les résultats provisoires de l'OCV de 1993, comparés aux chiffres effectifs de 1992 et au plan de travail et au budget approuvés pour 1993.

4. On trouvera dans le tableau 2 le montant estimatif des bénéfices nets et des dépenses correspondant à la collecte de fonds dans le secteur privé.

Tableau 1

État des recettes pour 1992, prévisions budgétaires et résultats provisoires pour 1993

	1992 Chiffres effectifs[a]		1993 Prévisions budgétaires		1993 Chiffres provisoires		Écart	
							Écart entre 1992 (chiffres effectifs) et 1993 (chiffres provisoires)	Écart entre 1993 (prévisions budgétaires) et 1993 (chiffres provisoires)
Nombre de cartes vendues (en millions)	150,1		162,0		156,5		6,4	-5,5
	Millions de dollars É.-U.	Pourcentage du produit brut des ventes	Millions de dollars É.-U.	Pourcentage du produit brut des ventes	Millions de dollars É.-U.	Pourcentage du produit brut des ventes	Millions de dollars É.-U.	Millions de dollars É.-U.
Produit brut des ventes								
— Produits de l'OCV	151,0	100,0	154,0	100,0	140,2	100,0	-10,8	-13,8
À déduire : Commission et dépenses directes des bureaux extérieurs	38,3	25,4	38,2	24,8	35,2	25,1	-3,1	-3,0
Produit net des ventes	112,7	74,6	115,8	75,2	105,0	74,9	-7,7	-10,8
À déduire : Coût total des marchandises livrées	29,5	19,5	29,5	19,2	29,5	21,0	0,0	0,0
Frais d'exploitation	17,7	11,7	23,8	15,5	23,0	16,4	5,3	-0,8
Provision pour créances irrécouvrables	0,8	0,5					-0,8	0,0
À ajouter : Recettes diverses	7,3	4,8	7,8	5,1	7,5	5,3	0,2	-0,3
Bénéfice net d'exploitation								
— Produits de l'OCV	72,0	47,7	70,3	50,1	60,0	42,8	-12,0	-10,3
— Collecte de fonds dans le secteur privé (tableau 2)	40,6		31,3		43,0		2,4	11,7
— Programme de création des comités nationaux dans les pays d'Europe centrale et orientale	-1,2		-1,0		-1,0		0,2	0,0
Bénéfice net d'exploitation								
— Montant global	111,4		100,6		102,0		-9,4	1,4
À déduire : Ajustement de change	4,3				9,0		4,7	9,0
Ajustement au titre d'exercices antérieurs	-0,1				2,0		2,1	2,0
Bénéfice net global	107,2		100,6		91,0		-16,2	-9,6

[a] Les chiffres de 1992 ont été recalculés pour tenir compte de la présentation adoptée dans le budget et le plan de travail pour 1993.

/....

II. CARTES DE VOEUX ET AUTRES PRODUITS

5. Grâce aux efforts déployés par les partenaires commerciaux de l'OCV, le nombre des cartes vendues devrait augmenter de 6,4 millions d'unités en 1993 par rapport aux résultats effectifs de 1992, selon les projections. Toutefois, la récession mondiale, qui persiste, les difficultés économiques des pays d'Europe centrale et orientale et la fermeté du dollar des États-Unis ont affecté la vente des cartes de voeux. Les taux de change défavorables devraient se traduire par une perte de 17 millions de dollars dans le produit brut des ventes de la campagne 1993. En outre, les résultats d'exploitation de l'OCV qui dépendent de fluctuations monétaires sur lesquelles elle n'a pas prise (voir E/ICEF/1993/AB/L.6, par. 18) ont été érodés par des ajustements de change (9 millions de dollars) reflétant les pertes escomptées dues à la fermeté du dollar et aux effets correspondants sur la réévaluation des avoirs de l'OCV qui ne sont pas libellés en dollars des États-Unis (voir par. 19 ci-dessous).

A. Ventes

6. Les données communiquées par les six régions de commercialisation permettent d'estimer que le nombre des cartes vendues a augmenté de 6,4 millions d'unités par rapport aux résultats effectifs de 1992. La figure I ci-après permet de comparer les ventes par région en 1993 aux ventes effectives de 1992; elles semblent devoir augmenter dans cinq régions sur six (E/ICEF/1994/AB/L.5).

Figure I

Ventes par région, 1993

Résultats provisoires, comparés aux résultats effectifs de 1992

(En millions de cartes et en millions de dollars des États-Unis)

Région	1992 Résultats effectifs		1993 Résultats provisoires		Écart Augmentation (diminution)	
	Nombre de cartes vendues	Dollars É.-U.	Nombre de cartes vendues	Dollars É.-U.	Nombre de cartes vendues	Dollars É.-U.
I. Amérique du Nord	14,5	13,4	15,4	13,8	0,9	0,4
II. Amérique latine	9,3	7,8	10,8	7,9	1,5	0,1
III. Asie	10,0	7,9	10,4	9,2	0,4	1,3
IV. Pacifique, Inde et Pakistan	7,6	3,3	8,3	3,1	0,7	(0,2)
V. Europe	103,9	113,5	106,9	102,3	3,0	(11,2)
VI. Afrique et Moyen-Orient	4,8	5,1	4,7	3,9	(0,1)	(1,2)
Ensemble des régions	150,1	151,0	156,5	140,2	6,4	(10,8)

7. La figure II ci-après, qui permet de comparer les chiffres provisoires des ventes de 1993 dans les six régions de commercialisation avec les prévisions budgétaires pour 1993 (voir E/ICEF/1993/AB/L.6), fait ressortir un écart négatif de 5,7 millions de cartes.

Figure II

Ventes par région, 1993

Résultats provisoires, comparés aux prévisions budgétaires de 1993

(En millions de cartes et en millions de dollars des États-Unis)

Région	1993 Prévisions budgétaires		1993 Résultats provisoires		Écart Augmentation (diminution)	
	Nombre de cartes vendues	Dollars É.-U.	Nombre de cartes vendues	Dollars É.-U.	Nombre de cartes vendues	Dollars É.-U.
I. Amérique du Nord	17,2	14,0	15,4	13,8	(1,8)	(0,2)
II. Amérique latine	11,2	8,5	10,8	7,9	(0,4)	(0,6)
III. Asie	10,1	9,3	10,4	9,2	0,3	(0,1)
IV. Pacifique, Inde et Pakistan	9,0	3,2	8,3	3,1	(0,7)	(0,1)
V. Europe	109,5	113,9	106,9	102,3	(2,6)	(11,6)
VI. Afrique et Moyen-Orient	5,2	5,1	4,7	3,9	(0,5)	(1,2)
Ensemble des régions	162,2	154,0	156,5	140,2	(5,7)	(13,8)

B. Produit brut des ventes

8. Le produit brut des ventes de 1993 est estimé à 140,2 millions de dollars, soit 10,8 millions de dollars de moins que les chiffres effectifs de 1992 et 13,8 millions de dollars de moins que les prévisions budgétaires pour 1993. Ce déficit par rapport aux prévisions budgétaires est dû surtout au redressement du dollar des États-Unis (voir par. 5 plus haut). L'effet des fluctuations des taux de change sur le produit brut des ventes réalisées sur les principaux marchés est estimé à 17 millions de dollars, soit 10,8 % du total.

C. Commissions et dépenses directes des bureaux extérieurs

9. Les commissions se sont élevées selon les estimations à 35,2 millions de dollars, y compris les fonds retenus par les comités nationaux pour l'UNICEF et les autres vendeurs associés à l'opération, les dépenses engagées par les bureaux extérieurs et les commissions payées aux réceptionnaires. En pourcentage du produit brut des ventes, les commissions et dépenses directes des bureaux extérieurs devraient s'élever à 25,1 %, soit 0,3 % de moins que le pourcentage effectif de 1992, mais 0,3 % de plus que les prévisions budgétaires pour 1993.

D. Dépenses

Coût total des marchandises livrées, du fret, des droits et taxes et des matériaux de promotion

10. Ces dépenses sont estimées à 29,5 millions de dollars, ce qui coïncide avec les prévisions budgétaires pour 1993 et les dépenses effectives de 1992. En pourcentage du produit brut des ventes, le coût des marchandises livrées, du fret, des droits et taxes et des matériaux de promotion est estimé à 21 %, soit

1,5 % de plus que les dépenses effectives de 1992 et 1,8 % de plus que les prévisions budgétaires pour 1993. Cette augmentation en pourcentage est imputable à l'incidence des taux de change défavorables sur le produit brut des ventes (diminution estimée à 17 millions de dollars, voir par. 5 plus haut).

Dépenses d'exploitation

11. Les dépenses d'exploitation pour 1993 devraient s'élever à 23 millions de dollars, soit 0,8 million de dollars de moins que les prévisions budgétaires pour 1993, mais 5,3 millions de dollars de plus que les dépenses d'exploitation effectives de 1992. L'accroissement représente principalement des dépenses liées à des études prospectives menées sur des marchés potentiels particulièrement intéressants, à la mise au point de nouveaux produits et à la première phase de l'introduction d'un nouveau système informatique.

E. Recettes diverses

12. Les recettes diverses de 1993, qui proviennent surtout des redevances perçues sur la vente d'articles sous licence et des ventes d'articles divers par les comités nationaux, sont estimées à 7,5 millions de dollars, ce qui représente une diminution de 0,3 million de dollars par rapport aux prévisions budgétaires pour 1993 et une augmentation de 0,2 million de dollars par rapport aux résultats effectifs de 1992.

F. Bénéfice net d'exploitation (produits de l'OCV)

13. Le bénéfice net d'exploitation prévu pour 1993 au titre des produits de l'OCV s'élève à 60 millions de dollars, soit 12 millions de moins qu'en 1992 et 10,3 millions de moins que les prévisions budgétaires pour 1993. Comme il est indiqué au paragraphe 8, cette réduction tient au fait que les taux de change ont été défavorables en 1993.

III. COLLECTE DE FONDS DANS LE SECTEUR PRIVÉ

A. Recettes

14. Comme l'a demandé le Conseil d'administration, on présente les recettes tirées de la collecte de fonds dans le secteur privé et les dépenses connexes dans un tableau distinct de celui des recettes tirées des produits de l'OCV (tableau 2). Les recettes provenant des activités spéciales de collecte de fonds sont regroupées avec les recettes issues du secteur privé.

15. Le produit net pour 1993 est évalué à 54,8 millions de dollars, soit 4,5 millions de dollars de plus que les résultats effectifs de 1992 et 11,7 millions de dollars de plus que les prévisions budgétaires pour 1993.

B. Dépenses

16. Les dépenses d'exploitation sont estimées à 4,5 millions de dollars et les coûts de recherche-développement à 1,4 million (ce qui coïncide avec les prévisions budgétaires pour ces deux catégories de dépenses). Les dépenses du programme d'expansion des collectes de fonds sont évaluées à 5,9 millions de

dollars, ce qui est également conforme aux prévisions budgétaires. Les sommes plus importantes investies dans ce programme (par rapport aux chiffres effectifs de 1992) ont eu un effet positif sur les recettes provenant de la collecte de fonds dans le secteur privé en 1993 et créent une base solide pour accroître les recettes dans les années à venir (voir par. 15). Un rapport intérimaire sur le programme d'expansion des collectes de fonds est reproduit en annexe.

C. Bénéfice net d'exploitation

17. Le montant estimatif du bénéfice net d'exploitation s'élève à 43 millions de dollars, soit 2,4 millions de dollars de plus que les chiffres effectifs de 1992 et 11,7 millions de dollars de plus que les prévisions budgétaires pour 1993. Ces augmentations sont la conséquence d'une participation accrue des comités nationaux et des bureaux extérieurs de l'UNICEF aux activités de collecte de fonds dans le secteur privé parrainées par l'OCV. Le Programme triennal d'expansion des collectes de fonds, lancé en 1991, a permis aux comités nationaux et aux bureaux extérieurs d'augmenter le nombre de leurs donateurs habituels, ce qui se traduit par un accroissement des recettes pour la période 1993-1994 et crée une base solide pour une croissance soutenue dans les années à venir.

Tableau 2

Collecte de fonds dans le secteur privé

État des recettes pour 1992, prévisions budgétaires et chiffres provisoires pour 1993

(En milliers de dollars des États-Unis)

	1992 Chiffres effectifs	1993 Prévisions budgétaires	1993 Chiffres provisoires	Écart	
				Écart entre 1992 (chiffres effectifs) et 1993 (chiffres provisoires)	Écart entre 1993 (prévisions budgétaires) et 1993 (chiffres provisoires)
Produit net	50 252	43 050	54 757	4 505	11 707
À déduire :					
Frais d'exploitation	3 168	4 574	4 538	1 370	-36
Coûts de recherche-développement	388	1 350	1 350	962	0
Dépenses du programme d'expansion des collectes de fonds	3 575	5 851	5 851	2 276	0
Frais de production et organisation de manifestations	2 502			-2 502	0
Total des dépenses	9 633	11 775	11 739	2 106	-36
Bénéfice net d'exploitation	40 619[a]	31 275	43 018	2 399	11 743

[a] Les chiffres de 1992 ont été recalculés pour tenir compte de la présentation adoptée dans le budget de 1993.

IV. RÉSULTATS PROVISOIRES D'ENSEMBLE

A. Bénéfice net d'exploitation - montant global

18. Après déduction des dépenses d'un montant de 1 million de dollars relatives au programme de création de comités nationaux dans les pays d'Europe centrale et orientale, le montant estimatif global du bénéfice net d'exploitation de l'OCV pour 1992 s'élève à 102 millions de dollars (voir tableau 1), soit 9,4 millions de dollars de moins que les résultats effectifs de 1992, mais 1,4 million de dollars de plus que les prévisions budgétaires pour 1993.

B. Ajustement de change et ajustement au titre d'exercices antérieurs

19. Un ajustement de change de 9 millions de dollars a été opéré. Par suite de l'appréciation du dollar des États-Unis, les avoirs et le passif de l'OCV qui ne sont pas libellés en dollars des États-Unis devraient se traduire par des pertes. Il s'agit essentiellement de sommes à recevoir de vendeurs associés à l'opération, pour lesquelles on risque d'enregistrer des pertes en raison des variations des taux de change. Le montant indiqué comprend également des pertes de change effectives subies avant le 31 janvier 1994, sur les sommes à recevoir au titre d'exercices antérieurs. Les ajustements au titre d'exercices antérieurs sont estimés à 2 millions de dollars.

C. Bénéfice net - montant global

20. Une fois déduits du bénéfice net d'exploitation (102 millions de dollars) le montant de 9 millions de dollars correspondant aux pertes de change et le montant de 2 millions de dollars correspondant aux ajustements au titre d'exercices antérieurs, le bénéfice net de l'OCV est estimé à 91 millions de dollars, ce qui représente une diminution de 16,2 millions de dollars par rapport au bénéfice effectivement réalisé en 1992 et de 9,6 millions de dollars par rapport aux prévisions budgétaires pour 1993.

Annexe

PROGRAMME D'EXPANSION DES COLLECTES DE FONDS

RAPPORT D'ACTIVITÉ – 1er MAI 1991-31 DÉCEMBRE 1993

1. Le Programme d'expansion des collectes de fonds est en cours depuis 32 mois sur une durée prévue de trois ans. Trente-quatre programmes au total ont été financés dans 14 pays. À ce jour, 11 comités nationaux et 3 bureaux extérieurs ont bénéficié du programme. Les engagements s'élèvent à 9,8 millions de dollars au total et les décaissements à 5,1 millions de dollars. Des programmes d'un montant global estimé à 4,7 millions de dollars sont en cours d'exécution. Il en sera rendu compte au Conseil d'administration en 1995.

2. Le montant de 5,1 millions de dollars investi à ce jour a donné lieu à des recettes de 11 millions de dollars pour l'UNICEF. Qui plus est, on compte plus de 220 000 nouveaux donateurs, dont 27 000 se sont engagés à faire un versement mensuel, et il y en aura beaucoup plus à l'avenir. Au total, les recettes nettes escomptées sont évaluées à 36 millions de dollars en cinq ans et à 51 millions de dollars en 10 ans.

3. Tous les chiffres qui figurent dans le présent rapport sont basés sur les données que la Section du soutien aux opérations de collecte de fonds de l'OCV avait reçues des comités nationaux et des bureaux extérieurs de l'UNICEF au 31 décembre 1993.

4. On entend par "fonds collectés" les recettes de la campagne se rapportant directement à la somme investie par le programme.

5. On entend par "nouveaux donateurs" les donateurs de source extérieure qui ont fait pour la première fois un don à l'UNICEF. On entend par nouveaux "donateurs qui se sont engagés à faire un versement mensuel" les donateurs qui effectuent un versement mensuel, qu'ils aient déjà fait des dons à l'UNICEF au préalable ou qu'il s'agisse de nouveaux donateurs.

6. Le montant net des recettes futures est estimé à partir de projections fondées sur l'expérience acquise en ce qui concerne le montant des versements effectués par des donateurs dans un certain nombre de pays dans lesquels l'UNICEF collecte des fonds auprès du grand public.

Programme d'expansion des collectes de fonds

Rapport d'activité : 1er mai 1991-décembre 1993

Pays	Programme	Date d'approbation	Objectifs approuvés	Montant total engagé (dollars É.-U.)	Montant total décaissé (dollars É.-U.)	Observations	Fonds collectés imputables directement au programme (dollars É.-U.)	Nouveaux donateurs imputables directement au financement par le programme
Allemagne	Programme de recrutement par publipostage de nouveaux donateurs s'engageant à effectuer des versements mensuels	15/11/91	Atteindre 500 000 ménages. Accroître de 7 500 le nombre des nouveaux donateurs afin de recueillir auprès d'eux des recettes brutes d'un montant de 1 871 000 dollars en quatre ans.	298 000	301 205	La campagne a permis de recruter 7 160 nouveaux donateurs grâce à la liste de l'UNICEF.	316 000	4 737
Allemagne	Campagne de publipostage basée sur le rapport annuel	15/11/91	Fidéliser les donateurs/réduire le taux d'abandon de ceux figurant sur la liste de distribution de l'UNICEF. Envoyer à 160 000 des meilleurs donateurs un rapport annuel de qualité et les encourager à accroître leur contribution.	21 000	20 482	Les fonds du programme ont servi de capital de lancement pour subventionner la campagne basée sur le rapport annuel (20 %).	175 000	
Allemagne	Campagne de recrutement au moyen de l'agenda de poche de 1993	26/10/92	Ajouter plus de 90 000 donateurs à la liste de distribution du Comité national. Faire en sorte que les recettes dépassent de plus de 550 000 dollars É-U. le coût de la campagne.	968 000	866 227	Les fonds du programme ont servi à subventionner une campagne de recrutement de 3 millions de dollars qui a considérablement allongé la liste de distribution du Comité.	1 455 000	53 052
Allemagne	Campagne de prospection au moyen de l'agenda de poche de 1994	29/7/93	Faire passer de 980 000 à 1 036 000 le nombre d'adresses sur la liste de distribution du Comité. Obtenir des recettes nettes de 142 000 dollars.	1 000 000		Campagne en cours.		
Australie	Programme de publipostage intégré	15/11/91	Faire passer de 17 000 à au moins 50 000 d'ici à 1995 le nombre d'adresses sur la liste de distribution. Inscrire des donateurs nouveaux ou existants sur la liste des donateurs principaux ou des donateurs à versement mensuel. Faire passer de 250 000 dollars à 1,5 million de dollars australiens par an les recettes annuelles tirées du publipostage.	451 000	157 806	Les objectifs initiaux ont été révisés en raison des changements de personnel. Les campagnes de 1992 ont permis de recueillir 159 000 dollars et de recruter 4 928 nouveaux donateurs. Les campagnes de 1993-1994 sont en cours.	159 000	4 928
Belgique	Campagne de recrutement de donateurs principaux par publipostage	20/8/92	Ajouter 12 000 donateurs à la liste de distribution du Comité national. Obtenir des recettes nettes de 1,9 million de francs belges (60 000 dollars É.-U.).	220 000	220 000	Les recettes totales se sont chiffrées à 533 000 dollars, dont 57 % imputables directement au programme.	305 000	15 886
Brésil	Campagne de recrutement de donateurs à l'aide de la liste de distribution d'ECO-92	20/8/92	Faire passer de 40 000 à 55 000 le nombre d'adresses sur la liste de distribution actuelle. Obtenir des recettes brutes de 300 000 dollars É.-U. en 1992 grâce au publipostage.	135 000	135 000	La campagne a permis d'obtenir des recettes nettes substantielles et de recruter 11 000 donateurs.	238 000	10 980

Pays	Programme	Date d'approbation	Objectifs approuvés	Montant total engagé (dollars É.-U.)	Montant total décaissé (dollars É.-U.)	Observations	Fonds collectés imputables directement au programme (dollars É.-U.)	Nouveaux donateurs imputables directement au financement par le programme
Brésil	Campagne de recrutement de donateurs principaux par publipostage	20/8/92	Porter à 75 000 le nombre d'adresses sur la liste de distribution actuelle de l'UNICEF. Jeter les bases de l'élaboration d'un programme de versement de contributions mensuelles en 1993. Obtenir en 1992 des recettes brutes de 450 000 dollars É.-U. par publipostage.	175 000	175 000	Les objectifs de la campagne ont été dépassés. Les recettes ont été considérables et de nouveaux donateurs ont été recrutés.	978 000	32 002
Brésil	Constitution d'une base de donateurs grâce au publipostage	5/10/93	Porter à 120 000 le nombre des adresses. Parvenir à des recettes nettes de 940 000 dollars É.-U. pour l'année en cours.	178 000		Campagne en cours		
États-Unis	Campagne multimédias avec commercialisation par vidéo et télévision	15/11/91	Relever sensiblement le niveau de contribution dans le cadre des appels de fonds adressés aux 1 850 principaux donateurs. Chercher à déterminer s'il est possible d'augmenter sensiblement la contribution des donateurs dans la fourchette de 100 à 999 dollars É.-U.	100 000	100 000	La campagne a été fructueuse puisqu'elle a permis d'augmenter de plus de 40 % le taux de réponses positives et de 100 dollars É.-U. le niveau moyen de contribution. Le taux de réponses positives le plus élevé était imputable aux donateurs de la tranche inférieure (ceux qui donnent 250 dollars É.-U. ou moins); toutefois, le niveau de contribution a été beaucoup plus faible.	375 000	
États-Unis	Campagne de collecte des enfants des écoles, "Courir pour l'UNICEF" (Run for UNICEF)	6/3/92	Exécuter un programme pilote visant à recruter 100 écoles élémentaires pour la campagne "Courir pour l'UNICEF". Porter de 200 à 1 000 dollars É.-U. en moyenne la contribution par école. Faire connaître aux écoles les documents de l'UNICEF sur les activités de plaidoyer et d'éducation au service du développement.	35 637		Campagne reportée en 1994. Le Comité national des États-Unis a appris que la course permet de mobiliser des fonds et essaie de mettre au point des méthodes rentables de recrutement des écoles.		
États-Unis	Campagne de collecte nationale à l'occasion de la Journée de l'UNICEF (en cours d'amélioration)	10/7/92	Accroître le taux de participation et le rendement des investissements des donateurs à l'occasion de Halloween (Trick or Treat). Accroître le taux des réponses positives et le rendement des investissements des campagnes visant à recruter de nouveaux donateurs. Augmenter la contribution moyenne des nouveaux donateurs et des donateurs de longue date.	96 765	79 831	L'application des nouvelles méthodes de publipostage a prouvé que la méthode de campagne traditionnelle est la plus rentable. Toutefois, la télécommercialisation est prometteuse si elle est assurée par le personnel de terrain et des volontaires du Comité des États-Unis.		

Pays	Programme	Date d'approbation	Objectifs approuvés	Montant total engagé (dollars É.-U.)	Montant total décaissé (dollars É.-U.)	Observations	Fonds collectés imputables directement au programme (dollars É.-U.)	Nouveaux donateurs imputables directement au financement par le programme
États-Unis	Campagne de contribution planifiée	26/10/92	Établir un programme efficace de contribution planifiée au Comité des États-Unis afin d'accroître la base de donateurs potentiels à ce programme et le montant des contributions reçues. Intensifier la commercialisation des programmes de contribution planifiée. Faire des recherches approfondies sur les principaux donateurs.	68 000	68 000	Le solde pour la création de clubs de principaux donateurs a été reporté à 1994. Résultats : 8 dons irrévocables d'un montant total de 117 628 dollars É.-U.; 300 nouvelles demandes concernant des contributions planifiées, soit 290 de plus que les cinq dernières années; 50 notifications d'inscription dans un testament.		
États-Unis	Campagne de recrutement de donateurs par publipostage pour l'aide d'urgence en Somalie	26/10/92	Répondre à l'appel d'urgence de l'UNICEF en faveur de la Somalie en intensifiant la campagne de publipostage (2 millions de destinataires de plus qu'en janvier 1993).	404 000	404 000	La campagne a permis de recruter de nouveaux donateurs et de mobiliser des ressources à peu près au niveau prévu.	472 000	17 556
États-Unis	Campagne d'élimination des troubles dus à la carence en iode (avec Kiwanis International)	16/12/92	Mobiliser des fonds pour éliminer d'ici à l'an 2000 les troubles dus à la carence en iode. D'ici à juin 1994 : a) collecter un montant de 2 millions de dollars É.-U. et recevoir des annonces de contributions de 3 à 5 millions de dollars É.-U. des clubs Kiwanis de cinq districts, dont trois aux États-Unis; et b) susciter la participation active de 800 clubs.	248 300	131 600	Campagne en cours.		
États-Unis	Appels d'urgence en faveur de la Bosnie et du Soudan	11/6/93	Ajouter environ 39 600 donateurs à la base de donateurs du Comité des États-Unis. Répondre positivement aux appels d'urgence de l'UNICEF en faveur de la Bosnie et du Soudan.	828 000		Campagne en cours.		
États-Unis	Programme de prospection par publipostage	13/11/93	Ajouter environ 9 480 donateurs à la base de donateurs du Comité des États-Unis.	250 000		Campagne en cours.		
France	Campagne multimédias (télévision et presse)	15/11/91	Ajouter de nouveaux donateurs à la liste de l'UNICEF au moyen d'appels par publipostage et de programmes et spots publicitaires télévisés.	60 000	60 000	Les fonds du programme ont servi de capital de lancement pour subventionner un vaste programme qui a permis au Comité français de recruter plus de 100 000 nouveaux donateurs.	168 000	2 472
Hong-Kong	Campagne de recrutement de donateurs principaux par publipostage	20/8/92	Établir une liste de diffusion de l'UNICEF comportant 10 000 noms supplémentaires.	176 660	176 660	Les objectifs ont été dépassés. La campagne a permis d'obtenir des recettes substantielles, d'accroître le nombre des donateurs et de recueillir des informations précieuses sur les listes de distribution disponibles.	922 000	16 000

Pays	Programme	Date d'approbation	Objectifs approuvés	Montant total engagé (dollars É.-U.)	Montant total décaissé (dollars É.-U.)	Observations	Fonds collectés imputables directement au programme (dollars É.-U.)	Nouveaux donateurs imputables directement au financement par le programme
Hong-kong	Semaine des enfants chinois	9/12/93	Collecter des fonds pour l'éradication de la poliomyélite en Chine d'ici à la fin de 1995. Sensibiliser le public aux besoins des enfants chinois. Élargir la base d'appui du Comité national en la faisant passer de 30 000 à 33 750 personnes.	171 546		Campagne en cours.		
Japon	Campagne de recrutement de donateurs principaux par publipostage	26/10/92	Ajouter 2 750 donateurs à la liste de distribution du Comité national en cherchant à atteindre au moins le seuil de rentabilité. Déterminer ce qui, entre l'agenda de poche et d'autres articles, est le plus à même d'intéresser les donateurs dans le cadre du programme annuel de recrutement au Japon.	150 000	125 536	Les objectifs ont été dépassés. La campagne a permis d'obtenir des recettes substantielles, d'accroître le nombre des donateurs et de recueillir des informations sur le publipostage au Japon.	670 000	6 600
Japon	Campagne de recrutement de nouveaux donateurs — 1994.	9/12/93	Recruter 65 000 nouveaux donateurs particuliers afin de porter à 200 000 la liste des donateurs du Comité, recruter 500 nouvelles sociétés donatrices et 10 000 nouveaux donateurs et mobiliser 500 000 dollars É.-U. en recettes additionnelles à partir des campagnes publicitaires d'appui dans les principaux journaux.	900 000	320 300	Campagne en cours.		
Mexique	Campagne de recrutement de donateurs principaux par publipostage	26/10/92	Ajouter 2 250 donateurs à la liste de distribution du Comité national en cherchant à atteindre au moins le seuil de rentabilité. Tester diverses listes de distribution commerciales disponibles en utilisant l'agenda de poche de l'UNICEF pour la campagne annuelle de recrutement de donateurs.	100 000	107 850	La campagne a atteint son objectif et a permis de recruter 2 000 nouveaux donateurs. Elle a également permis de recueillir des informations utiles sur les possibilités de publipostage.	102 000	2 052
Mexique	Établissement d'une base de donateurs par publipostage	5/10/93	Faire passer le nombre d'adresses de 800 à 3 000. Réaliser des recettes nettes de 63 000 dollars É.-U.	70 000	80 754	Campagne en cours.		
Nouvelle-Zélande	Campagne de recrutement de donateurs principaux par publipostage	25/8/92	Ajouter 3 500 noms à la liste de distribution du Comité national. Élargir le programme de publipostage pour y inclure la campagne d'envoi d'agendas de poche sur une base annuelle.	65 000	59 574	Le Comité a tiré de nombreuses leçons de cette campagne, qui lui a également permis de recueillir des informations utiles sur le publipostage et d'autres éléments potentiellement utiles pour les futures campagnes.	26 000	1 893
Pays-Bas	Sept programmes de télévision visant à recruter des bailleurs de fonds pour l'opération "Donner une chance à un enfant"	15/11/91	Recruter entre 10 000 et 20 000 nouveaux donateurs qui s'engageraient à faire des versements mensuels, ce qui permettrait de mobiliser un montant brut annuel situé entre 750 000 dollars et 1,5 million de dollars É.-U.	1 000 000	781 285	Le programme a financé 50 % de cette campagne, qui a permis de recruter au total 46 679 nouveaux donateurs. À ce jour, 7 425 000 dollars É.-U. ont été versés à l'UNICEF.	3 713 000	23 239

Pays	Programme	Date d'approbation	Objectifs approuvés	Montant total engagé (dollars É.-U.)	Montant total décaissé (dollars É.-U.)	Observations	Fonds collectés imputables directement au programme (dollars É.-U.)	Nouveaux donateurs imputables directement au financement par le programme
Pays-Bas	Opération "Donner une chance à un enfant"	18/11/93	Voir ci-dessus.	54 814	54 814	Financement supplémentaire pour compenser les fluctuations des taux de change pendant la campagne 001.		
République de Corée	Campagne de recrutement de donateurs par publipostage à l'occasion de la Journée des enfants	30/3/92	Développer la liste UNICEF de donateurs coréens. Tester une opération de publipostage fondée sur l'idée qu'un don à l'UNICEF constitue un moyen approprié de célébrer la Journée des enfants. Ajouter plus de 5 000 nouvelles adresses à la liste de diffusion de l'UNICEF.	95 000	95 171	La campagne a permis de recruter de nouveaux donateurs et fourni des informations utiles sur les listes de diffusion disponibles en République de Corée.	119 000	4 700
République de Corée	Campagne de recrutement de donateurs par publipostage à l'occasion de Thanksgiving	20/8/92	Ajouter 5 000 nouveaux donateurs à la liste de diffusion de l'UNICEF. Produire des recettes d'un montant supérieur au coût de la campagne. Tester un assortiment d'articles moins raffinés et peu coûteux dans le cadre de la campagne de Thanksgiving. Tester 20 000 adresses additionnelles qui seraient sollicitées pour la campagne de Noël.	140 000	133 399	Les objectifs ont été dépassés. La campagne a permis de recueillir des informations utiles sur la collecte de fonds par publipostage en République de Corée.	190 000	7 414
République de Corée	Campagne de recrutement de donateurs principaux par publipostage	26/10/92	Lancer un appel par publipostage à 500 000 donateurs potentiels et à 11 000 donateurs connus figurant sur la liste de distribution de l'UNICEF. Ajouter 8 750 nouveaux donateurs à la liste de distribution de l'UNICEF. Atteindre le seuil de rentabilité pour cette campagne.	335 000	343 409	Les objectifs ont été dépassés. La campagne a permis de recruter de nouveaux donateurs et de recueillir des informations utiles sur la collecte de fonds par publipostage en République de Corée.	464 000	20 180
République de Corée	Campagne d'envoi d'agendas de poche à l'occasion de Noël 1993	18/11/93	Porter à 1,4 million le nombre d'adresses sur la liste de l'UNICEF. Recruter 25 000 nouveaux donateurs.	560 000	26 875	Campagne en cours.		
Royaume-Uni	Campagne "Change for Good" de British Airways	18/11/93	Lancer la campagne "Change for Good" à l'échelle du réseau de British Airways en janvier 1994, à la suite de la phase d'essai de novembre à décembre 1993.	373 500		Campagne en cours.		

Pays	Programme	Date d'approbation	Objectifs approuvés	Montant total engagé (dollars É.-U.)	Montant total décaissé (dollars É.-U.)	Observations	Fonds collectés imputables directement au programme (dollars É.-U.)	Nouveaux donateurs imputables directement au financement par le programme
Suisse	Examen annuel de la campagne par publipostage	15/11/91	Fidéliser les donateurs/réduire le taux d'abandon de ceux figurant sur la liste de distribution de l'UNICEF. Envoyer à 550 000 des meilleurs donateurs un rapport annuel de qualité et les encourager à accroître leur contribution. Réduire le coût du programme annuel grâce à la mondialisation de la production.	60 000	54 420	Les fonds du programme ont servi à couvrir environ 20 % du coût de la campagne.	178 000	
Total				9 788 222[a]	5 079 198[a]		11 024 000	223 691

[a] Des campagnes se chiffrant à 4 709 024 dollars des États-Unis étaient encore en cours.