



Conseil économique
et social

Distr.
LIMITÉE

E/ICEF/1995/AB/L.6
4 avril 1995
FRANÇAIS
ORIGINAL : ANGLAIS

FONDS DES NATIONS UNIES POUR L'ENFANCE
Conseil d'administration
Deuxième session ordinaire de 1995
22-26 mai 1995
Point 9 (d) de l'ordre du jour provisoire*

POUR INFORMATION

OPÉRATION CARTES DE VOEUX ET OPÉRATIONS CONNEXES

Rapport financier et comptes de l'exercice terminé
le 30 avril 1994

RÉSUMÉ

On trouvera ci-après les résultats de l'opération Cartes de voeux de l'UNICEF (OCV) et des opérations connexes pour l'exercice terminé le 30 avril 1994.

L'UNICEF tient des comptes séparés pour chacune des deux activités productrices de recettes de l'OCV; ces comptes sont présentés séparément à l'état I.

Le bénéfice net d'exploitation réalisé sur la vente des cartes et d'autres produits a été de 63,4 millions de dollars, soit une marge de 45,9 % par rapport au produit brut des ventes. En 1993, 154 millions de cartes ont été vendues, soit une augmentation de 4 millions de cartes (2,7 %) par rapport à 1992. Toutefois, le produit brut des ventes a régressé de 151,0 millions de dollars en 1992 à 138,1 millions de dollars en 1993. Cette diminution est essentiellement imputable à l'effet défavorable de la parité renforcée du dollar des États-Unis face aux autres grandes devises.

E/ICEF/1995/13.

95-09697

/...

Le bénéfice net d'exploitation provenant de la collecte de fonds privés s'est établi à 46,7 millions de dollars, soit une augmentation de 5,4 millions (12,9 %) par rapport à 1992. Déduction faite des dépenses (800 000 dollars) relatives au Programme de développement des comités nationaux de l'UNICEF en Europe centrale et orientale, le bénéfice net d'exploitation consolidé de l'OCV s'est chiffré à 109,3 millions de dollars, soit 2,2 millions de dollars (2,0 %) de moins qu'en 1992.

Déduction faite de 8,5 millions de dollars pour perte de change et d'ajustements négatifs pour exercices antérieurs à hauteur de 1,4 million de dollars, l'apport de l'OCV à la masse commune des ressources de l'UNICEF a été de 99,4 millions de dollars (bénéfice net consolidé), soit 7,8 millions de dollars (7,3 %) de moins qu'en 1992. En outre, 40,5 millions de dollars (contre 23,5 millions en 1992) ont été générés par la collecte de fonds privés, réservés par les partenaires à l'affectation à des projets financés à l'aide de fonds supplémentaires.

L'annexe I rend compte des résultats par pays de la vente de cartes de vœux et autres produits pendant la période quinquennale 1989-1993, ainsi qu'une analyse détaillée des chiffres de 1993. L'annexe II présente le compte rendu par pays du produit net résultant de la collecte de fonds privés.

TABLE DES MATIÈRES

	<u>Paragrap</u> hes	<u>Page</u>
AVANT-PROPOS		4
I. RAPPORT FINANCIER DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 30 AVRIL 1994	1 - 37	5
A. Vue d'ensemble des résultats	1 - 5	5
B. États financiers pour l'exercice terminé le 30 avril 1994	6	5
État I. État des recettes et dépenses de l'exercice terminé le 30 avril 1994		7
État II. État de l'actif, du passif et du solde au 30 avril 1994		8
État III. Comparaison entre les résultats de l'exercice terminé le 30 avril 1994 et le budget approuvé		9
C. Notes relatives aux états financiers	7 - 37	7
II. RÉCAPITULATION DES PRINCIPES COMPTABLES IMPORTANTS	38 - 46	18
<u>Annexes</u>		
I. RAPPORT SUR LES RÉSULTATS PAR PAYS DE LA VENTE DE CARTES DE VOEUX ET AUTRES PRODUITS		30
Tableau 1. Nombre de cartes vendues et produit brut des ventes (tous articles) par région et principaux marchés : comparaison 1993/1992		30
Tableau 2. Résultats de l'opération Cartes de voeux par pays, de 1989 à 1993 : indicateurs de rendement		32
II. RECETTES NETTES PROVENANT DE LA COLLECTE DE FONDS PRIVÉS : COMPARAISON 1993/1992		36

AVANT-PROPOS

J'ai le plaisir de faire savoir qu'à l'issue de la campagne de 1993, l'opération Cartes de vœux (OCV) et les opérations connexes ont permis d'apporter une contribution nette de 99,4 millions de dollars à la masse commune des ressources de l'UNICEF et qu'il s'est vendu 154 millions de cartes.

Ce succès est l'oeuvre de centaines de milliers d'individus de par le monde. Nous adressons nos remerciements aux comités nationaux de l'UNICEF et autres groupes qui, par l'intermédiaire de leur personnel et de bénévoles, ont vendu des cartes et produits de l'UNICEF, aux centaines d'artistes, de musées et de collectionneurs qui nous ont gratuitement prêté leurs oeuvres d'art pour illustrer nos cartes de vœux, de même qu'aux millions de personnes qui ont acheté ces cartes et d'autres produits et qui ont fait don de leur temps et de leur argent tout au long de l'année pour assurer le succès de la cause de l'UNICEF. Ces résultats sont tout autant le fruit des efforts qu'ont déployé les comités nationaux et les bureaux extérieurs de l'UNICEF pour recueillir des fonds, et de la générosité des millions de personnes qui, dans le monde entier, ont répondu à ces appels.

Le Directeur général a.i. du Fonds des Nations Unies pour l'enfance

(Signé) Richard JOLLY

I. RAPPORT FINANCIER DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 30 AVRIL 1994

A. Vue d'ensemble des résultats

1. La campagne de 1993 de l'OCV a permis de dégager une contribution à la masse commune des ressources de 99,4 millions de dollars en termes de recette nette consolidée, contre 107,2 millions de dollars en 1992, soit une diminution de 7,8 millions (7,3 %). Ce montant se décompose comme suit : bénéfice net d'exploitation consolidé réalisé sur la vente de cartes de voeux et autres produits de l'UNICEF, 63,4 millions de dollars; bénéfice net d'exploitation dégagé par la collecte de fonds privés, 46,7 millions de dollars, dont il convient de déduire les dépenses (800 000 dollars) relatives au Programme de développement des comités nationaux d'Europe centrale et orientale; dépenses autres que les dépenses de fonctionnement, 9,9 millions de dollars, y compris les différences de change (8,5 millions de dollars) et les pertes et profits sur les exercices antérieurs (1,4 million de dollars).

2. Il a été vendu 154 millions de cartes en 1993, soit 4 millions (2,7 %) de plus qu'en 1992. Malgré cette augmentation de volume, les recettes brutes ont diminué, passant de 151 millions de dollars en 1992 à 138,1 millions de dollars en 1993, soit un recul de 12,9 millions de dollars (8,5 %). Cette diminution est due essentiellement à l'effet inévitable de la parité renforcée du dollar des États-Unis face aux autres grandes devises.

3. Le bénéfice net d'exploitation dégagé par la vente de cartes et d'autres produits en 1993 s'est établi à 63,4 millions de dollars (45,9 % des recettes brutes), soit une diminution de 7,9 millions de dollars (11,1 %) par rapport à 1992.

4. Le résultat net d'exploitation réalisé grâce à la collecte de fonds privés liée à la masse commune des ressources est passé de 41,3 millions de dollars en 1992 à 46,7 millions de dollars en 1993, soit une augmentation de 5,4 millions de dollars (12,9 %). Un montant supplémentaire de 40,5 millions de dollars (contre 23,1 millions de dollars en 1992) a été dégagé grâce à la collecte de fonds privés destinés, par les partenaires, à être affectés à des projets financés à l'aide de fonds supplémentaires.

5. Des explications plus détaillées figurent dans les notes relatives aux états financiers (voir par. 7 à 37) et dans l'analyse des résultats par pays pour la période quinquennale 1989-1993 de la vente des cartes de voeux et d'autres produits de l'UNICEF, qui est présentée à l'annexe I, ainsi que dans l'analyse des résultats par pays des recettes nettes résultant de la collecte de fonds privés, qui est présentée à l'annexe II.

B. États financiers pour l'exercice terminé le 30 avril 1994

6. Les trois états financiers ci-dessous s'appuient sur les notes relatives aux états financiers, notamment le résumé des politiques comptables

/...

significatives (par. 38 à 46). Ces notes font partie intégrante du rapport financier.

État I

État des recettes et dépenses de l'exercice terminé le 30 avril 1994

(en milliers de dollars des Etats-Unis)

	Note	Campagne 1993		Campagne 1992		Variation	
		1er mai 1993 - 30 avril 1994	%	1er mai 1992 - 30 avril 1993	%	Augmentation/(diminution)	(%)
Nombre de cartes vendues (en millions)		154		150		4	2,7
Produit brut des ventes - produits OCV	1	138 096	100,0	150 987	100,0	(12 894)	(8,5)
À déduire : Commissions versées et frais directs des bureaux extérieurs	2	33 922	24,6	38 469	25,5	(4 547)	(11,8)
Produit net des ventes		104 171	75,4	112 518	74,5	(8 347)	(7,4)
À déduire : Coût des produits livrés	3	29 002	21,0	29 034	19,2	(32)	(0,1)
À déduire : Dépenses d'exploitation	4	75 169	54,4	83 484	55,3	(8 315)	(10,0)
Provision pour créances irrécouvrables	5	19 222	13,9	18 725	12,4	497	2,7
À ajouter : Recettes diverses	6	21	0,0	810	0,5	(789)	(97,4)
Bénéfice net d'exploitation - produits OCV	7	55 926	40,5	63 949	42,4	(8 023)	(12,5)
Bénéfice net d'exploitation - Collecte de fonds privés ^a	8	7 459	5,4	7 336	4,8	123	1,7
Programme de développement des comités nationaux d'Europe centrale et orientale	9	63 385	45,9	71 285	47,2	(7 900)	(11,1)
Bénéfice net d'exploitation consolidé	10	46 699		41 345		5 354	12,9
À déduire : Différences de change	11	(801)		(1 156)		(355)	(30,7)
Pertes et profits sur années antérieures	12	109 283		111 474		(2 191)	(2,0)
Bénéfice net consolidé	13	8 532		4 340		4 192	96,6
		1 345		(84)		1 429	1 701,6
		99 406		107 218		(7 812)	(7,3)

Les notes jointes font partie intégrante du présent état et doivent être lues conjointement avec celui-ci.

^a Non compris 40,5 millions de dollars affectés aux fonds supplémentaires, contre 23,1 millions de dollars en 1992 (voir par. 19). Ce montant figure dans le rapport financier de l'UNICEF.

Le Contrôleur Le Directeur général a.i.

(Signé) Lemart ABERG

(Signé) Richard JOLLY

État II

État de l'actif, du passif et du solde au 30 avril 1994

(En milliers de dollars des États-Unis)

	Notes	30 avril 1994	30 avril 1993	Augmentation/(diminution)
Actif				
Encaisse	14	986	1 122	(136)
Comptes débiteurs	15	164 168	144 033	20 135
À déduire : Provisions pour perte de change et pour créances irrécouvrables		16 446	15 183	1 263
Comptes débiteurs : montant net	16	147 722	128 850	18 872
Stocks	17	20 854	19 269	1 585
Charges payées d'avance	18	139	845	(706)
Immobilisations, déduction faite des amortissements	19	1 601	1 299	302
Total de l'actif		171 302	151 385	19 917
Passif				
Comptes créditeurs	20	7 001	6 326	675
Compte interservices de l'UNICEF	21	64 895	37 841	27 054
Total du passif		71 896	44 167	27 729
Solde	22	99 406	107 218	(7 812)
Total du passif et du solde		171 302	151 385	19 917

Le Contrôleur Le Directeur général a.i.

(Signé) Lennart ABERG

(Signé) Richard JOLLY

/ . . .

État III
Comparaison entre les résultats de l'exercice terminé le 30 avril 1994 et le budget approuvé
(en milliers de dollars des États-Unis)

	Campagne 1993			Variation	
	Montants effectifs	Budget	(%)	Augmentation/(diminution)	(%)
Nombre de cartes vendues (en millions)	154	162		8	4,9
Produit brut des ventes OCV			%		
À déduire : Commissions versées et frais directs des bureaux extérieurs	138 093	154 000	100,0	(15 907)	(10,3)
Produit net des ventes	33 922	38 200	24,6	(4 278)	(11,2)
À déduire : Coût des produits livrés	104 171	115 800	75,4	(11 629)	(10,0)
Frais de transport, droits et taxes	20 259	19 807	14,7	452	2,3
Supports promotionnels	2 967	3 749	2,1	(782)	(20,9)
Coût total des produits livrés	5 776	5 971	4,2	(195)	(3,3)
À déduire : Produits et commercialisation	29 002	29 527	21,0	(525)	(1,8)
Dépenses de fonctionnement et de financement	6 859	8 826	5,0	(1 967)	(22,3)
Bureau du directeur	11 423	13 960	8,2	(2 537)	(18,2)
Montant total des dépenses d'exploitation	940	964	0,7	(24)	(2,5)
À déduire : Provision pour créances irrécouvrables	19 222	23 750	13,9	(4 528)	(19,1)
À ajouter : Recettes diverses	21	0	0,0	21	-
Bénéfice net d'exploitation - produits de l'OCV	7 459	7 800	5,4	(341)	(4,4)
Bénéfice net d'exploitation - Collecte de fonds privés ^a	63 385	70 323	45,9	(6 938)	(9,9)
Programme de développement des comités nationaux d'Europe centrale et orientale	46 699	31 300		15 399	49,2
Bénéfice net d'exploitation consolidé	(801)	(1 000)		199	(19,9)
À déduire : Différence de change	109 283	100 623		8 660	8,6
Pertes et profits sur exercices antérieurs	8 532	0		8 532	-
Bénéfice net consolidé	1 345	0		1 345	-
	99 406	100 623		(1 217)	(1,2)

La note 23 jointe fait partie intégrante du présent état et doit être lue conjointement avec celui-ci.

^a Non compris 40,5 millions de dollars affectés aux fonds supplémentaires en 1993, contre 23,1 millions de dollars en 1992 (voir par. 19). Ce montant figure dans le rapport financier de l'UNICEF.

Le Contrôleur

(Signé) Lennart ABERG

Le Directeur général a.i.

(Signé) Richard JOLLY

10. On trouvera à l'annexe I une analyse détaillée par pays des ventes de cartes de vœux et autres produits et des résultats obtenus.

Note 2. Commissions et frais directs des bureaux extérieurs

11. Ce poste comprend les commissions versées aux comités nationaux et autres partenaires de vente, les commissions versées aux consignataires et les frais directs de commercialisation des bureaux extérieurs. Ce poste s'est élevé à 33,9 millions de dollars (24,6 % du produit brut des ventes), soit une diminution de 4,6 millions (11,8 %) par rapport au montant effectif de 1992. On en trouvera ci-après la ventilation :

	(Millions de dollars É.-U.)			
	1993	1992	Variation	
			Dollars	%
Comités nationaux et autres partenaires de vente	30,9	33,9	(3,0)	(8,8)
Bureaux extérieurs de l'UNICEF	3,0	4,6	(1,6)	(34,7)
Total	33,9	38,5	(4,6)	(11,8)

Note 3. Coût total des produits livrés

12. Le coût total des produits livrés, y compris le matériel de promotion, les frais de transport, les droits et les taxes, s'est élevé à 29 millions de dollars, soit un montant identique à celui de 1992. Pour favoriser l'essor des comités nationaux et des autres partenaires de vente et élargir leur rayon d'action, on a augmenté la diffusion de matériel de promotion et de panneaux d'affichage, qui a coûté 200 000 dollars de plus qu'en 1992. Malgré l'augmentation du coût tant des produits livrés que du matériel de promotion, le coût du transport, des droits et des taxes a diminué de 600 000 dollars (16,7 %). On en trouvera ci-après la ventilation :

/...

	(Millions de dollars É.-U.)			
	1993	1992	Variation	
			Dollars	%
Coût des produits livrés	20,2	19,8	0,4	2,0
Transport, droits, taxes	3,0	3,6	(0,6)	(16,7)
Matériel de promotion	5,8	5,6	0,2	3,6
Total	29,0	29,0	(0,0)	(0,0)

Note 4. Dépenses d'exploitation

13. Les dépenses d'exploitation de l'OCV imputées au poste "vente de produits" comprennent les dépenses du groupe "produits et commercialisation", du groupe "dépenses de fonctionnement et finances", et du bureau du directeur. En 1993, elles ont été de 19,2 millions de dollars, soit une augmentation de 500 000 dollars (2,7 %) par rapport au montant effectif pour 1992. Exprimés en pourcentage du produit brut, les frais d'exploitation s'élèvent à 13,9 %, soit une augmentation de 1,5 % par rapport au niveau de 19,2 % atteint en 1992. On trouvera ci-dessous un résumé des dépenses d'exploitation :

	(Millions de dollars É.-U.)			
	1993	1992	Variation	
			Dollars	%
Produits et commercialisation	6,9	6,3	0,6	9,5
Dépenses de fonctionnement et finances	11,4	11,0	0,4	3,6
Bureau du directeur	0,9	1,4	(0,5)	(35,7)
Total	19,2	18,7	0,5	2,7

Note 5. Provision pour créances irrécouvrables

14. La provision pour créances irrécouvrables comprend les sommes à recevoir dont le recouvrement est incertain; elles ont été estimées à 21 000 dollars, contre 810 000 dollars en 1992. Bien que des créances jugées non recouvrables soient provisionnées, l'OCV poursuit ses efforts en vue de les encaisser.

/...

Note 6. Recettes diverses

15. Cette catégorie regroupe :

a) Les recettes provenant de programmes régis par des accords de licence, qui comprennent les redevances sur les programmes spéciaux, les recettes provenant des ventes de télégrammes décorés de fleurs séchées de la Nippon Telegraph and Telephone Corporation au Japon, et les recettes provenant de la vente des produits des comités nationaux et de divers articles;

b) Les dons, qui sont recueillis grâce aux bons de commande insérés dans les brochures de l'opération Cartes de vœux;

c) Les recettes accessoires, qui comprennent les intérêts bancaires, les remises sur achats, les ventes de matériel périmé et les recettes accessoires.

16. Les recettes diverses se sont élevées, en 1993, à 7,4 millions de dollars, soit une augmentation de 100 000 dollars (1,7 %) par rapport à 1992. On trouvera ci-après une comparaison entre les chiffres de 1993 et de 1992.

	(Millions de dollars É.-U.)			
			Variation	
	1993	1992	Dollars	%
Produits régis par des accords de licence	4,4	4,5	(0,1)	(2,2)
Dons	1,5	1,7	(0,2)	(11,8)
Recettes accessoires	1,5	1,1	0,4	36,4
Total	7,4	7,3	0,1	1,4

Note 7. Bénéfice net d'exploitation - produits de l'OCV

17. Pour la campagne de 1993, le bénéfice net d'exploitation pour les produits de l'OCV a atteint le chiffre de 63,4 millions de dollars, soit 7,9 millions (11,1 %) de moins qu'en 1992. Cette diminution est essentiellement imputable à l'effet défavorable de la parité renforcée du dollar des États-Unis face aux autres grandes devises. Le bénéfice net d'exploitation pour 1993 représente 45,9 % du produit brut des ventes, soit une diminution de 1,3 % par rapport au taux de 47,2 % en 1992.

/...

Note 8. Bénéfice net d'exploitation - collecte de fonds privés

18. Comme le montre le tableau ci-dessous, le bénéfice net d'exploitation résultant de la collecte de fonds privés en 1993 s'est élevé à 46,7 millions de dollars, soit une augmentation de 5,4 millions (13 %) par rapport à 1992. Il s'agit d'un montant net, déduction faite des dépenses d'exploitation du groupe "collecte de fonds privés", des dépenses du Programme d'expansion des collectes de fonds et des dépenses de recherche-développement.

19. En outre, un montant de 40,5 millions a été réservé à divers projets de l'UNICEF financés à l'aide de fonds supplémentaires. La procédure de comptabilisation des recettes au titre de fonds supplémentaires par le biais de l'OCV n'était pas encore appliquée en 1993. Le montant de 40,5 millions de dollars réservé par les partenaires à des projets financés à l'aide de fonds supplémentaires a dès lors été estimé sur base des documents de comptabilité de caisse transmis par les partenaires. Il apparaît uniquement sous la forme d'une note de bas de page de l'état I et a été inclus en tant que recette dans le rapport financier consolidé de l'UNICEF.

20. En 1993, le produit net total des activités de collecte de fonds privés qui a été dégagé au profit de l'UNICEF s'est élevé à 59,2 millions de dollars (voir annexe II). Ce montant représente une augmentation de 8,9 millions de dollars par rapport au montant effectif pour 1992. Cette hausse est due au fait que les comités nationaux et les bureaux extérieurs de l'UNICEF ont utilisé des formules nouvelles et de plus grande portée pour recueillir des fonds auprès du secteur privé.

21. Pour permettre à l'OCV de remplir sa mission de collecte de fonds auprès du secteur privé, le Conseil d'administration a approuvé un programme d'expansion des collectes de fonds étalé sur trois ans et doté de 12 millions de dollars. Le but de ce programme était de donner aux comités nationaux et aux bureaux extérieurs les moyens de constituer un noyau plus important de donateurs privés (voir E/ICEF/1991/AB/L.6 et E/ICEF/1991/15, décision 1991/35). En 1993, dernière année du programme triennal, l'OCV a dégagé 7 millions de dollars prélevés sur le programme d'expansion au profit de ses partenaires. Le programme d'expansion a représenté un des facteurs majeurs qui ont contribué à l'augmentation record des recettes nettes de la collecte de fonds privés en 1993. (Pour plus de détails sur le programme d'expansion, voir le rapport provisoire de l'OCV pour la campagne 1994 (E/ICEF/1995/AB/L.7)).

22. Un montant de 1,3 million de dollars a été affecté à la recherche-développement en vue de mettre au point des méthodes nouvelles et de vérifier l'efficacité des campagnes de collecte de fonds en 1993. Ce montant représente une augmentation de 900 000 dollars par rapport à 1992.

Produit net d'exploitation - Collecte de fonds privés

(En milliers de Dollars des États-Unis)

	1993	1992 ^a	Variation	
			Augmentation/ (diminution) (Dollars)	Augmentation/ (diminution) (%)
<u>Produit net</u>	59 211 ^b	50 264 ^b	8 947	17,8
<u>Dépenses d'exploitation</u>				
Postes de projets (administrateurs)	1 919	1 371	548	40,0
Postes de projets (agents des services généraux)	940	481	459	95,4
Personnel temporaire	34	46	(12)	(26,8)
Frais de voyage, services de conférence et de liaison	351	167	184	110,1
Services et matériel d'appui	553	154	399	259,0
Locaux, matériel, fournitures et fret	429	281	148	52,8
Total des dépenses d'exploitation	4 226	2 500	1 726	69,0
<u>Recherche-développement</u>				
Recherche-développement	1 253	372	881	236,8
Programme d'expansion des collectes de fonds	7 033	3 545	3 488	98,4
Coûts de production et d'organisation de manifestations	0	2 502	(2 502)	(100,0)
Total, recherche-développement	8 286	6 419	1 867	29,1
Bénéfice net d'exploitation	46 699	41 345	5 354	13,0

^a Ce montant a été calculé à nouveau et comprend les recettes et dépenses liées aux manifestations de collecte de fonds.

^b Après déduction de 40,5 millions de dollars affectés aux fonds supplémentaires en 1993, contre 23,1 millions en 1992.

/...

Note 9. Programme de développement des comités nationaux d'Europe centrale et orientale

23. En 1992, le Conseil d'administration a approuvé le Programme de développement des comités nationaux d'Europe centrale et orientale. Les comités nationaux de cette région ont été autorisés à retenir, outre la retenue de 25 % sur le produit brut des ventes, 75 % du produit brut des ventes. Ce montant de 75 % était destiné à couvrir les dépenses qu'ils devaient engager pour sensibiliser et mobiliser le public, diffuser l'information, développer leur réseau de vente et recruter de nouveaux donateurs. Le montant approuvé pour 1993 se chiffrait à 1 million de dollars. Toutefois, la dépense effective s'est établie à 800 000 dollars, soit 400 000 dollars de moins qu'en 1992, suite au fait que les recettes ont été inférieures aux recettes prévues en raison de la situation économique dans cette région.

Note 10. Bénéfice net d'exploitation consolidé

24. Le bénéfice net d'exploitation consolidé provenant des ventes de produits de l'OCV et des collectes de fonds privés s'est chiffré à 109,3 millions de dollars en 1993, soit une diminution de 2,2 millions de dollars (2 %) par rapport à 1992. Le montant indiqué représente le bénéfice net d'exploitation avant charges autres que d'exploitation. Il ne tient pas compte, notamment, des différences de change ni des pertes et profits sur exercices antérieurs.

Note 11. Différences de change

25. Ce montant est le résultat net après constitution d'une provision de 10 % visant à tenir compte des pertes de change sur les comptes débiteurs non libellés en dollars des États-Unis et de l'effet de la réévaluation des éléments d'actif et de passif sur base du taux de change en vigueur aux Nations Unies au 30 avril 1994. En 1993, la différence de change a représenté une perte de 8,5 millions de dollars, soit 4,2 millions (96,6 %) de plus qu'en 1992.

Note 12. Pertes et profits sur exercices antérieurs

26. Conformément aux principes comptables de l'OCV, les ajustements non récurrents du produit brut afférents à des exercices antérieurs ont été comptabilisés comme pertes ou profits sur exercices antérieurs. En 1993, ils se sont soldés par une perte de 1,4 million de dollars.

Note 13. Bénéfice net consolidé

27. Compte tenu des différences de change (8,5 millions de dollars) et des pertes et profits sur exercices antérieurs (1,4 million de dollars), le bénéfice net consolidé dégagé en 1993 par les ventes de produits et les collectes de fonds privés s'élève à 99,4 millions de dollars, soit 7,8 millions de dollars (7,3 %) de moins qu'en 1992.

/...

État IINote 14. Encaisse

28. Le montant de ce poste (1 million de dollars) correspond aux soldes des comptes bancaires de l'OCV et à son fonds de caisse au siège et dans les bureaux extérieurs.

Note 15. Comptes débiteurs

29. Les chiffres indiqués représentent les sommes dues par les comités nationaux et autres partenaires de vente au titre de la vente de produits et de la collecte de fonds privés, les redevances à percevoir et les créances diverses. Leur montant brut s'établissait à 164,2 millions de dollars au 30 avril 1994, soit une augmentation de 20,1 millions de dollars par rapport à 1992. Celle-ci est essentiellement due à l'augmentation des recettes provenant de la collecte de fonds privés. Les accords passés avec les comités nationaux prévoient que les soldes débiteurs doivent être réglés au 31 août qui suit la campagne de chaque année. Au 31 décembre 1994, le solde de ces comptes s'établissait à 17,4 millions de dollars.

Note 16. Comptes débiteurs - montant net

30. Les principes comptables de l'OCV (voir par. 45) permettent de constituer des provisions au titre des créances jugées irrécouvrables et des écarts de conversion sur les créances qui ne sont pas libellées en dollars des États-Unis. En 1993, le montant total de ces provisions s'est élevé à 16,4 millions de dollars. Le montant net des comptes débiteurs s'est établi à 147,7 millions après déduction des provisions.

Note 17. Stocks

31. Les stocks (matières premières, articles en cours de fabrication, produits finis et marchandises en transit) sont évalués au coût standard; au 30 avril 1994, leur montant s'élevait à 20,9 millions de dollars, soit 1,6 million de plus qu'en 1992. Cet accroissement résulte essentiellement de la production et de l'expédition de produits pour la campagne de 1994. Les stocks au 30 avril 1994 se décomposaient comme suit :

(En milliers de dollars É.-U.)		
	30 avril 1994	30 avril 1993
Matières premières	3 773	4 141
Articles en cours de fabrication	2 222	2 676
Produits finis	9 997	10 490
Marchandises en transit	4 862	1 962
Total	20 854	19 269

/...

Note 18 Charges payées d'avance

32. Ces charges comprennent les sommes versées aux fournisseurs chargés de la fabrication des articles de l'OCV et de ses supports promotionnels pour 1994 et les campagnes ultérieures. Au 30 avril 1994, elles s'élevaient à 100 000 dollars, soit 700 000 dollars de moins qu'à la fin de l'exercice 1992.

Note 19. Immobilisations

33. Les immobilisations sont comptabilisées au prix coûtant, déduction faite du montant cumulé des amortissements (voir au tableau ci-après le résumé des immobilisations au 30 avril 1994). Selon les principes comptables de l'OCV, le montant des immobilisations d'une valeur de 100 000 dollars ou plus est capitalisé et amorti sur la durée de vie utile du bien. L'augmentation nette de 300 000 dollars du montant des immobilisations par rapport à l'exercice précédent représente l'acquisition de matériel informatique.

(En milliers de dollars É.-U.)		
	30 avril 1994	30 avril 1993
Matériel de production	566	566
Matériel de bureau et améliorations locatives	1 835	1 317
Total partiel	2 401	1 883
Montant des amortissements cumulés	(800)	(584)
Total	1 601	1 299

Note 20. Comptes créditeurs

34. Le montant total des comptes créditeurs au 30 avril 1994 s'établissait à 7 millions de dollars, soit 700 000 dollars de plus qu'en 1992. Étaient compris dans ce montant les dettes vis-à-vis des fournisseurs et des comités nationaux, soit 1,3 million de dollars.

Note 21. Compte interservices de l'UNICEF

35. Il s'agit du solde dû à l'UNICEF au titre des sommes avancées pour le fonds de roulement de l'OCV, solde d'un montant de 64,9 millions de dollars au 30 avril 1994. C'est par l'intermédiaire de ce compte que les recettes de l'OCV sont virées au compte de l'UNICEF en fin d'année.

/...

Note 22. Solde

36. Le montant indiqué sur cette ligne correspond aux recettes de l'OCV qui sont virées, d'année en année, à la masse commune des ressources de l'UNICEF. Au 30 avril 1994, il s'élevait à 99,4 millions de dollars.

État III

Note 23. Comparaison entre les résultats effectifs et le budget de 1993

37. La comparaison entre les résultats de l'OCV en 1993 et les prévisions budgétaires appelle les observations suivantes :

- a) Le nombre de cartes vendues a été inférieur de 8 millions, soit 4,9 %, à celui prévu au budget;
- b) Les recettes brutes du groupe "produits et commercialisation" ont été inférieures de 15,9 millions de dollars, soit 10,3 %, au montant prévu au budget, suite à l'effet défavorable de la parité renforcée du dollar des États-Unis face aux autres grandes devises;
- c) Les commissions, y compris les frais directs des bureaux extérieurs de l'UNICEF, ont été inférieures de 4,3 millions de dollars (11,2 %) au montant prévu au budget. En pourcentage des recettes nettes, ces commissions se sont établies à 24,6 % en 1993, contre 24,8 % prévus au budget, soit une réduction favorable de 0,2 %;
- d) Le coût total des produits livrés s'est élevé à 29 millions de dollars, soit 500 000 dollars (1,8 %) de moins que prévu au budget. Cette diminution est imputable à une réduction du coût du transport, des droits et des taxes (800 000 dollars) ainsi que du matériel de promotion (200 000 dollars), compensée par une augmentation du coût des marchandises livrées (500 000 dollars);
- e) Le montant total des dépenses d'exploitation de l'année s'est établi à 19,2 millions de dollars, soit 4,5 millions (19,1 %) de moins que prévu au budget. Ce montant représente 13,9 % des recettes brutes, soit 1,5 % de moins que prévu;
- f) Les recettes diverses ont atteint 300 000 dollars (4,4 %) de moins que prévu au budget;
- g) Le bénéfice net d'exploitation réalisé sur la vente des produits de l'OCV s'est élevé à 63,4 millions de dollars, soit 6,9 millions (9,9 %) de moins que prévu au budget. Ce montant correspond à 13,9 % des recettes brutes, soit 0,2 % de moins que le pourcentage prévu au budget;
- h) Le bénéfice net d'exploitation réalisé sur la collecte de fonds a été égal à 46,7 millions de dollars, soit 15,4 millions de dollars (49,2 %) de mieux que le montant de 31,3 millions de dollars inscrit au budget;
- i) Les dépenses du Programme de développement des comités nationaux d'Europe centrale et orientale sont supérieures de 200 000 dollars (19,9 %) au budget;

/...

j) Compte tenu des différences de change et des pertes et profits sur exercices antérieurs, l'OCV a affiché un bénéfice net consolidé de 99,4 millions de dollars, inférieur de 1,2 million (1,2 %) au montant prévu au budget (100,6 millions).

II. RÉCAPITULATION DES PRINCIPES COMPTABLES IMPORTANTS

38. Les comptes sont tenus conformément au règlement financier et aux règles de gestion financière de l'UNICEF, ainsi qu'au Supplément spécial concernant l'opération Cartes de vœux.

39. L'exercice comptable (exercice fiscal) de l'OCV va du 1er mai au 30 avril. Les comptes de l'OCV sont consolidés dans les comptes de l'UNICEF au 31 décembre. Les règles de césure établies pour cette opération, appliquées de la même manière d'un exercice à l'autre, consistent à intégrer les comptes de l'OCV dans les états financiers de l'UNICEF.

40. L'unité de compte est le dollar des États-Unis. Les montants libellés en d'autres monnaies sont convertis en dollars au taux de change pratiqué pour les opérations de l'ONU à la date de la transaction.

41. Les livraisons aux comités nationaux et aux autres agents de vente sont comptabilisées en monnaie locale et converties en dollars au taux de change pratiqué pour les opérations de l'ONU à la date de la livraison. Le produit brut des ventes, déclaré en monnaie locale par les partenaires de vente, est comptabilisé en dollars des États-Unis à un taux égal à la moyenne des taux pratiqués aux diverses dates de livraison. Les encaissements sont comptabilisés en dollars au taux de change pratiqué pour les opérations de l'ONU au moment du recouvrement.

42. Périodiquement, les éléments de l'actif et du passif libellés en monnaies autres que le dollar sont convertis au taux de change en vigueur pour les opérations de l'ONU. Toute différence due aux fluctuations de ces taux est comptabilisée comme gain ou perte et portée sur une ligne spéciale dans l'état des recettes et dépenses (réévaluation d'éléments d'actif et de passif - différences de change). Une provision égale à 10 % des montants restant à recevoir au 30 avril libellés en monnaies autres que le dollar peut être constituée pour couvrir les risques de change. En outre, une provision peut être constituée pour créances douteuses. Dans l'état de l'actif et du passif, cette provision est portée en déduction des comptes débiteurs.

43. Les stocks de matières premières, d'articles en cours de fabrication, de produits finis destinés à la campagne suivante et de marchandises en transit sont évalués au coût standard. Les produits finis invendus de la campagne en cours qui ne sont pas reportés sur la campagne suivante sont inscrits au poste "profits et pertes". Dans ce cas ou en cas de report à nouveau, les produits sont évalués au coût complet. Le matériel publicitaire et de promotion produit au cours de l'année mais destiné aux campagnes suivantes est comptabilisé dans les stocks au coût standard.

/...

44. Les immobilisations d'un coût égal ou supérieur à 100 000 dollars sont ajoutées à la valeur comptable du capital et amorties en fonction de leur durée d'utilisation prévue.

45. Les charges à payer sont comptabilisées dans les comptes de l'OCV conformément aux normes comptables reconnues, et les règles de césure pertinentes appliquées de la même manière d'un exercice à l'autre.

46. Les recettes provenant des collectes de fonds privés ainsi que les dépenses connexes sont inscrites sur des lignes distinctes dans les comptes de l'OCV.

Annexe I

RAPPORT SUR LES RÉSULTATS PAR PAYS DE LA VENTE DE
CARTES DE VOEUX ET AUTRES PRODUITS

1. Comme l'a demandé le Conseil d'administration de l'UNICEF lors de sa session de 1987, les résultats des ventes de cartes de voeux et autres produits obtenus par les différents partenaires de vente lui sont présentés chaque année, comme suit :

a) Le tableau 1 indique le produit brut des ventes (tous articles) et le nombre de cartes vendues par région et principaux pays de vente en 1993 et en 1992. Il permet de comparer les résultats des principaux marchés en donnant, pour chacun, le produit brut et le nombre de cartes vendues par milliers d'habitants en 1993 et 1992;

b) Le tableau 2 indique les résultats enregistrés par pays pendant la période 1989-1993;

2. Afin de mesurer les résultats par pays, on a retenu huit indicateurs, après consultation des différents partenaires de vente : comités nationaux pour l'UNICEF, bureaux extérieurs et consignataires. Ces indicateurs correspondent aux secteurs de responsabilité commune de l'opération, à savoir la prévision, les commandes, la vente, la fixation des prix et la promotion, et débouchent sur l'indicateur clef, "Contribution à l'OCV".

Résultats d'ensemble, 1989-1993

3. Le tableau 2 donne les résultats par pays sur une période de cinq ans. On peut récapituler ces résultats par pays, par région et au niveau du monde. À l'échelle mondiale, on peut dégager les tendances suivantes :

a) IR 1. Nombre de cartes vendues (en millions). Depuis 1991, le volume des ventes souffre de la récession mondiale, notamment des difficultés économiques qu'ont connues les pays d'Europe centrale et orientale. Le volume global des ventes est néanmoins passé de 152 millions de cartes en 1989 à 154 millions en 1993;

b) IR 2. Produit brut des ventes (en millions de dollars des États-Unis). Le produit brut des ventes a progressé régulièrement, passant de 107,5 millions en 1989 à 138,1 millions en 1993, soit une augmentation de 28,5 %;

c) IR 3. Recettes diverses (en millions de dollars des États-Unis) provenant notamment de programmes tels que la vente de produits sous licence ou la production d'articles par les partenaires. Les recettes diverses ont augmenté très légèrement, passant de 6,7 millions de dollars en 1989 à 6,8 millions de dollars en 1993;

/...

d) IR 4. Commissions et frais des bureaux extérieurs (montants retenus par les comités nationaux et autres partenaires, commissions versées aux consignataires et dépenses directes des bureaux extérieurs en pourcentage du produit brut des ventes). Les commissions et dépenses des bureaux extérieurs se sont établies à 25 % en 1993. Chaque année depuis 1989, les commissions et frais de commercialisation des agents de vente de l'OCV se sont globalement maintenus à 25 %;

e) IR 5. Le prix est indiqué en pourcentage du prix de base de la carte "format A" (format standard), fixé annuellement par l'OCV. L'astérisque (*) distingue les pays dans lesquels le prix a été égal ou supérieur au prix de base fixé par l'OCV. De 1989 à 1993, le prix a été revu de manière constante, l'augmentation du prix de base étant la plus forte en Europe, en Amérique du Nord et dans la région du Pacifique;

f) IR 6. Invendus (en pourcentage de la base): cet indicateur de rendement représente le pourcentage dépassant les ratios établis de distribution pour un partenariat de vente en consignation (base = 0). Suite à la faiblesse des ventes au cours de la période et au fait que celles-ci n'ont pas atteint le volume prévu, en particulier en 1993, la proportion d'invendus a atteint 12 % en 1993, contre 5 % en 1989;

g) IR 7. Coût des supports promotionnels (en pourcentage des recettes brutes): il s'agit des coûts directs de production de supports promotionnels fournis gratuitement par l'OCV à ses partenaires. Comme en 1989, les dépenses pour supports promotionnels se sont maintenues à 4 % des recettes brutes en 1993;

h) IR 8. Contribution à l'OCV (en pourcentage des recettes brutes): cet IR représente le résultat des recettes des ventes et des autres recettes moins les commissions, les coûts des bureaux extérieurs, les coûts des marchandises livrées et des supports promotionnels. Le coût des marchandises livrées est affecté par la précision des prévisions et des commandes des partenaires ainsi que par l'efficacité du système d'approvisionnement, de production et de distribution physique de l'OCV. La contribution globale à l'OCV est tombée de 61 % en 1989 à 59 % en 1993, essentiellement suite à la faible croissance du volume des ventes et aux incidences défavorables, sur les recettes brutes, du renforcement du dollar des États-Unis en 1993.

Résultats mondiaux en 1993

4. Les huit indicateurs de rendement ne servent pas seulement à mesurer les résultats de chaque pays mais aussi à faire une évaluation à l'échelle mondiale des résultats obtenus par l'OCV en coopération avec les comités nationaux et les autres agents de vente.

5. En tout, 40 pays (principaux marchés des différentes régions) et quatre groupes de pays ont été retenus pour l'analyse de la campagne de 1993; les huit indicateurs de rendement font apparaître les résultats décrits ci-après. (Par simplification, les références aux pays dans les paragraphes qui suivent

/...

concernent les quatre groupes de pays). Compte tenu de la situation qui prévaut dans les pays de l'ex-Yougoslavie, aucun indicateur n'a été présenté pour l'année 1993 pour ces pays.

Volume des ventes (IR 1)

6. Cet indicateur permet non seulement de mesurer les recettes potentielles, mais est aussi le seul qui donne une idée du rôle de l'UNICEF et mesure sa présence sur le marché mondial. Il présente donc un intérêt qualitatif et quantitatif.

7. En 1993, le volume des ventes a augmenté dans 19 pays, a diminué dans 12 pays et s'est, dans les autres, maintenu au niveau de 1992.

Produit brut des ventes (IR 2)

8. Malgré la position forte du dollar des États-Unis, le produit des ventes de l'OCV a augmenté dans 12 pays entre 1992 et 1993. Il est resté à peu près stable dans 11 pays et a baissé dans 21 autres.

Recettes diverses (IR 3)

9. Les recettes provenant des produits fabriqués sous licence, des redevances et des ventes des produits des comités ont augmenté dans 6 pays, diminué dans 8 pays et se sont maintenues au même niveau dans 5 pays.

Commissions/dépenses des bureaux extérieurs (IR 4)

10. Le pourcentage retenu par les comités nationaux, les dépenses des bureaux extérieurs et les commissions versées aux agents de vente sont restés au même niveau qu'en 1993 (25 %). Au total, 31 pays ont atteint un niveau inférieur ou égal à 25 % et 13 pays l'ont dépassé.

Prix (IR 5)

11. En 1993, les prix de vente ont atteint ou dépassé le prix de base dans 19 pays et ils ont été inférieurs à celui-ci dans 23 pays.

12. Dans les pays qui enregistrent un fort taux d'inflation, le système d'ajustement périodique des prix a permis de compenser les effets négatifs de l'inflation.

Proportion d'invendus (IR 6)

13. Globalement, la proportion d'invendus est passée de 7 % en 1992 à 12 % en 1993. Cette augmentation est essentiellement due au fait que les ventes sont restées inférieures aux prévisions en Europe et en Amérique du Nord. Quinze pays ont atteint ou maintenu un pourcentage d'invendus inférieur à la norme, 6 pays ont enregistré une diminution de leur pourcentage d'invendus et 23, une augmentation.

/...

Coût des supports promotionnels (IR 7)

14. Le coût global des supports promotionnels s'est maintenu à 4 % des recettes brutes en 1993. Ce coût a augmenté dans 18 pays, diminué dans 9 pays et est resté à peu près le même dans 17 pays.

Contribution à l'OCV (IR 8)

15. La contribution globale (59 % des recettes brutes) a diminué légèrement en 1993 (60 % en 1992).

16. La contribution à l'OCV a augmenté dans 20 pays. Elle a diminué dans 22 pays et est restée inchangée dans 2 pays. L'analyse par région indique qu'elle a augmenté en Amérique latine et en Asie et qu'elle a diminué en Amérique du Nord, dans les pays du Pacifique, en Inde et au Pakistan, en Europe, en Afrique et au Moyen-Orient.

Évaluation par région pour 1993

Région I - Amérique du Nord

17. En raison d'une conjoncture économique toujours difficile et marquée par la récession, le volume des ventes a globalement diminué de 4,1 % et les recettes brutes de 1,5 % en Amérique du Nord. Le volume des ventes a fléchi de 4,4 % aux États-Unis et de 3,7 % au Canada par rapport à 1992. Le produit brut a baissé de 400 000 dollars (8,2 %) au Canada, tandis qu'il a augmenté de 200 000 dollars (2,4 %) aux États-Unis par rapport à 1992. La contribution globale de la région à l'OCV pour 1993 a été de 44 %, contre 46 % en 1992, soit une diminution de 2 % résultant essentiellement de la baisse des recettes brutes et d'une proportion importante d'invendus.

18. Pour ce qui est du produit et du volume des ventes de l'OCV à l'échelle mondiale, la part de la région a représenté 9,5 % du produit brut total et 9 % du nombre total de cartes vendues.

Région II - Amérique latine et Caraïbes

19. Par rapport à 1992, le volume des ventes a augmenté de 1,3 million de dollars (14 %) en 1993, tandis que le produit brut a diminué de 100 000 dollars (1,3 %) dans la région.

20. En 1993, le Brésil est resté le plus gros marché des cartes, avec un volume de 5,2 millions, soit 1 million de plus qu'en 1992. Toutefois, le produit brut, qui s'est établi à 3 millions de dollars soit 39 % des recettes brutes de la région, a diminué de 500 000 dollars (14,3 %) en 1993 par rapport à 1992.

21. Le produit brut a augmenté dans cinq pays de la région et la contribution à l'OCV a augmenté dans sept pays par rapport à 1992. Les recettes diverses ont

/...

augmenté de 300 000 dollars, affectant favorablement la contribution globale de la région qui est passée de 47 % en 1992 à 49 % en 1993.

Région III - Asie

22. En 1993, la progression s'est poursuivie sans discontinuer dans la région : le volume des recettes brutes a augmenté de 1,5 million de dollars et celui des ventes de cartes de 500 000 dollars par rapport à 1992.

23. En 1993, le volume des ventes a continué de progresser au Japon où il a augmenté de 300 000 unités (5 %) et le produit brut a augmenté de 1,2 million de dollars (22 %) par rapport à 1992. Trois autres pays ont enregistré une augmentation du volume des cartes vendues et six pays, une augmentation des contributions.

24. Au Japon, les recettes diverses, provenant principalement de la vente sous licence de télégrammes décorés de fleurs séchées par la Nippon Telegraph and Telephone Corporation, ont continué d'augmenter et représentaient, en 1993, 89 % des recettes diverses de la région. Le coût des supports promotionnels s'est maintenu à 2 % dans la région, et le volume global des sommes retenues a diminué en 1993. La contribution à l'OCV a augmenté, passant de 82 % en 1992 à 93 % en 1993.

Région IV - Pacifique, Inde et Pakistan

25. Le volume des ventes dans la région en 1993 s'est établi à 8,2 millions de cartes, soit une augmentation de 600 000 unités (7,9 %) par rapport à 1992. En raison de la conjoncture économique difficile, le volume des ventes a diminué en Australie, tandis que l'Inde et le Pakistan ont, ensemble, enregistré une augmentation de 1 million d'unités.

26. Le produit brut des ventes pour la région est tombé de 3,4 millions de dollars en 1992 à 3,2 millions en 1993, soit un recul de 6 % dû, pour l'essentiel, à la dévaluation de la monnaie indienne. Si les recettes sont restées au même niveau que les années précédentes au Pakistan, elles ont fléchi en Australie et en Nouvelle-Zélande, passant respectivement de 1,6 million de dollars et 300 000 dollars en 1992 à 1,4 million et 200 000 dollars en 1993.

27. La contribution de la région à l'OCV est tombée de 38 % en 1992 à 24 % en 1993. Cette diminution résulte de la chute des recettes brutes, de l'élévation du taux des retenues et de l'augmentation de la proportion des invendus.

Région V - Europe

28. Malgré la récession mondiale persistante et la conjoncture économique difficile, notamment dans les pays d'Europe centrale et orientale, la région a enregistré une légère augmentation (1,7 millions de dollars, soit 1,6 %) du volume des ventes. Le produit brut a diminué de 13 millions (11,4 %) en 1993 par rapport à 1992, suite à l'effet défavorable de la position forte du dollar. Les frais de commercialisation de la région ont baissé de 1 %, tandis que le

/...

coût des supports promotionnels a légèrement augmenté pour atteindre 4 %. Les recettes diverses ont diminué de 600 000 dollars (18 %) en 1993. Suite au recul des recettes brutes et des recettes diverses, une légère diminution de la contribution de la région à l'OCV a été enregistrée, celle-ci passant de 62 % en 1992 à 60 % en 1993.

29. En Autriche, le volume des ventes a très légèrement augmenté, bien que les recettes brutes soient restées les mêmes qu'en 1992. La réduction du nombre des invendus a entraîné une augmentation globale de la contribution de ce pays à l'OCV.

30. En Belgique, le volume des ventes est tombé de 2,5 millions d'unités en 1992 à 2,3 millions d'unités en 1993, soit un recul de 200 000 unités (8 %). Le produit brut a, lui aussi, diminué de 400 000 dollars (13,3 %) en 1993, ce qui s'est traduit par une baisse de la contribution de ce pays à l'OCV, celle-ci passant de 58 % en 1992 à 54 % en 1993.

31. Au Danemark, le produit brut est passé de 2,4 millions de dollars en 1992 à 2 millions de dollars en 1993, soit une diminution de 400 000 dollars (17 %), tandis que le volume des ventes a diminué de 100 000 unités. La contribution de ce pays à l'OCV est tombée de 61 % en 1992 à 57 % en 1993.

32. En Finlande, le produit brut a diminué, passant de 2,7 millions en 1992 à 2,1 millions en 1993 suite à une baisse de 200 000 unités du volume des ventes. Le coût des supports promotionnels dans ce pays a légèrement augmenté, tandis que le recul du volume des ventes a entraîné une détérioration de la proportion des invendus. La contribution à l'OCV est tombée de 57 % en 1992 à 55 % en 1993.

33. La France a enregistré une légère diminution du volume des ventes, qui est passé de 16,6 millions d'unités en 1992 à 16,3 millions en 1993, soit un recul de 300 000 unités (2 %). Le produit brut a lui aussi diminué, passant de 21,5 millions de dollars en 1992 à 19,6 millions en 1993, ce qui représente un tassement de 1,9 millions de dollars (9 %). Les recettes diverses ont baissé en France de 200 000 millions de dollars. Ces facteurs ont entraîné une baisse légère de la contribution de la France à l'OCV, celle-ci passant de 64 % en 1992 à 60 % en 1993.

34. L'Allemagne est restée le premier vendeur de cartes de voeux, avec 18,4 millions de cartes vendues en 1993, soit une augmentation de 500 000 unités (3 %) par rapport à 1992. Le produit brut s'est maintenu à 24,1 millions de dollars en 1993 comme en 1992. Ces facteurs ont entraîné une légère baisse de la contribution de ce pays à l'OCV, celle-ci passant de 63 % en 1992 à 62 % en 1993.

35. La Grèce a enregistré une diminution tant du volume des ventes qui est tombé de 4 millions d'unités en 1992 à 3,3 millions d'unités en 1993 (moins 18 %), que du produit brut qui est passé de 3,3 millions de dollars en 1992 à 2,2 millions (moins 33 %) en 1993. Cette baisse a débouché sur une diminution

/...

de 4 % de la contribution de ce pays à l'OCV, celle-ci passant de 60 % en 1992 à 56 % en 1993.

36. En Italie, le volume des ventes a augmenté, passant de 10,3 millions d'unités en 1992 à 11,5 millions en 1993. Toutefois, la dévaluation qu'a connue ce pays a eu pour effet de réduire le produit brut, qui est passé de 13,6 millions de dollars en 1992 à 10,5 millions de dollars en 1993. Il n'en demeure pas moins que, grâce à l'élévation des recettes diverses et à la baisse du taux de rétention, la contribution du pays à l'OCV s'est élevée de 60 % en 1992 à 70 % en 1993.

37. Aux Pays-Bas, le volume des ventes a très légèrement régressé, passant de 7,2 millions d'unités en 1992 à 7,1 millions en 1993. Le produit brut a néanmoins enregistré un recul, puisqu'il diminue de 300 000 dollars (3,7 %) en 1993 par rapport à 1992. La contribution de ce pays à l'OCV se maintient toutefois à 62 % en 1993, chiffre identique à celui de 1992.

38. Par rapport à 1992, le produit brut de la Norvège a diminué de 400 000 dollars, tandis que le volume des ventes s'est maintenu au niveau de l'année précédente, soit 1,9 million d'unités. En conséquence, la contribution de ce pays à l'OCV est tombée de 58 % en 1992 à 56 % en 1993.

39. Le Portugal a vu le volume des ventes passer de 2,6 millions d'unités en 1992 à 2,7 millions en 1993, tandis que le produit brut de ce pays s'est tassé, passant de 1,8 million de dollars en 1992 à 1,7 million en 1993. Cette légère diminution du produit brut a entraîné une réduction de la contribution de ce pays à l'OCV, celle-ci passant de 69 % en 1992 à 68 % en 1993.

40. Si le volume des ventes en Espagne a augmenté de 400 000 unités en 1993 (2,5 %), une dévaluation de la peseta a eu pour effet de réduire le produit brut de ce pays de 2,5 millions de dollars (23 %) par rapport à 1992. Ce pays a également vu diminuer ses recettes diverses de 500 000 dollars. Ces facteurs ont entraîné une diminution de la contribution de l'Espagne à l'OCV, celle-ci passant de 67 % en 1992 à 60 % en 1993.

41. Bien que le volume des ventes en Suède se soit maintenu à 2,3 millions d'unités en 1993 (chiffre identique à celui de 1992), la dévaluation intervenue dans ce pays a réduit son produit brut, qui est tombé de 2,9 millions de dollars en 1992 à 6,8 millions en 1993, soit une diminution de 31 %. La contribution de ce pays à l'OCV n'en est pas moins passée de 52 % à 61 %.

42. En Suisse, tant le volume des ventes que le produit brut ont enregistré un recul en 1993. Le volume des ventes est tombé de 4,3 millions d'unités en 1992 à 4 millions en 1993, et le produit brut de 7,8 millions de dollars en 1992 à 2 millions de dollars en 1993. L'augmentation des recettes diverses a toutefois contribué à faire passer la contribution de ce pays à l'OCV de 65 % en 1992 à 68 % en 1993.

43. Le Royaume-Uni a enregistré, en 1993, une diminution de 200 000 unités de son volume des ventes, et de 500 000 dollars de son produit brut. Jointe à

/...

l'augmentation du coût des supports promotionnels, cette diminution a entraîné une régression de la contribution de ce pays à l'OCV, celle-ci passant de 33 % en 1992 à 29 % en 1993.

44. Les résultats des pays d'Europe centrale et orientale (présentés sous la rubrique "autres pays" de la Région V) ont continué à montrer une amélioration régulière du volume des ventes, qui passe à 5,1 millions d'unités, soit une augmentation de 24 % par rapport à 1992. Toutefois, suite aux taux de change défavorables, le produit brut s'est maintenu à 2,1 millions de dollars, chiffre identique à celui de 1992. La contribution de cette région à l'OCV est tombée de 51 % en 1992 à 41 % en 1993.

Région VI - Afrique et Moyen-Orient

45. Dans les pays d'Afrique et du Moyen-Orient, le volume des ventes a augmenté de 100 000 unités (2 %) en 1993 par rapport à 1992, tandis que le produit brut a diminué de 900 000 dollars (18 %). Les dépenses des bureaux extérieurs, notamment les commissions exprimées en pourcentage du produit brut, sont passées de 15 % en 1992 à 21 % en 1993, ce qui a affecté défavorablement la proportion des invendus. Ces facteurs négatifs ont entraîné une réduction de la contribution de cette région à l'OCV, qui est passée de 54 % en 1992 à 52 % en 1993.

Annexe I

RAPPORT SUR LES RÉSULTATS PAR PAYS DE LA VENTE DE
 CARTES DE VOEUX ET AUTRES PRODUITS

Tableau I

Nombre de cartes vendues et produit brut des ventes (tous articles) par région et principaux marchés : comparaison 1993/1992

	Campagne de 1993				Campagne de 1992				Variation	
	Nombre de cartes vendues (en milliers)	Produit brut (en milliers de dollars E.-U.)	Pourcentage du produit brut total	Nombre de cartes vendues pour 1 000 habitants	Produit brut pour 1 000 habitants	Pourcentage du produit brut total	Nombre de cartes vendues pour 1 000 habitants	Produit brut pour 1 000 habitants	Augmentation (diminution) du nombre de cartes vendues en 1993 par rapport à 1992	Augmentation (diminution) du produit brut de 1993 par rapport à 1992
Amérique du Nord - région I										
Canada	5 188	4 454	3,2	184	158,22	3,3	194	174,89	(260)	(469)
États-Unis d'Amérique	8 666	8 649	6,3	34	33,49	5,6	36	32,68	(400)	210
Total partiel : Amérique du Nord	13 854	13 103	9,5	-	-	8,8	-	-	(660)	(259)
Amérique latine - région II										
Argentine	705	581	0,4	21	17,35	0,3	19	14,39	70	99
Bénel	5 152	3 015	2,2	33	19,27	2,3	27	22,48	910	(503)
Chili	189	138	0,1	14	10,18	0,1	14	10,49	5	(4)
Colombie	1 271	869	0,6	37	25,59	0,5	37	23,06	11	86
Équateur	457	355	0,3	42	32,31	0,2	36	24,85	57	82
Mexique	524	893	0,6	6	9,93	0,7	6	11,21	(14)	(115)
Pérou	583	448	0,3	25	19,48	0,2	21	15,88	98	82
Uruguay	438	328	0,2	139	104,29	0,2	132	81,93	21	70
Venezuela	164	171	0,1	8	8,30	0,1	8	6,16	4	44
Autres pays	1 099	908	0,7	-	-	0,6	-	-	95	55
Total partiel : Amérique latine	10 581	7 706	5,6	-	-	5,2	-	-	1 251	(102)
Asie - région III										
Hong-Kong	830	518	0,4	140	87,24	0,3	127	82,27	76	30
Indonésie	806	410	0,3	4	2,18	0,2	4	1,85	98	61
Japon	6 508	6 629	4,8	52	53,17	3,6	50	43,08	304	1 258
Philippines	471	274	0,2	7	4,23	0,2	7	4,08	36	9
République de Corée	435	419	0,3	10	9,52	0,3	12	9,60	(108)	(4)
Thaïlande	322	202	0,1	6	3,49	0,1	5	3,22	16	16
Autres pays	1 112	941	0,7	-	-	0,5	-	-	78	139
Total partiel : Asie	10 484	9 393	6,8	-	-	5,2	-	-	495	1 509
Pacifique, Inde et Pakistan - région IV										
Australie	1 667	1 388	1,0	94	79,27	0,0	110	82,29	(284)	(195)
Inde	5 585	1 358	1,0	6	1,51	0,8	5	1,41	904	90
Nouvelle-Zélande	264	226	0,2	75	64,13	0,2	95	76,42	(71)	(43)
Pakistan	653	216	0,2	5	1,69	0,1	4	1,62	97	9
Autres pays	32	20	0,0	-	-	0,0	-	-	(7)	(6)
Total partiel : Pacifique, Inde et Pakistan	8 201	3 207	2,3	-	-	2,2	-	-	639	(146)

	Campagne de 1993					Campagne de 1992					Variation	
	Nombre de cartes vendues (en milliers)	Produit brut (en milliers de dollars É.-U.)	Pourcentage du produit brut total	Produit brut pour 1 000 habitants	Nombre de cartes vendues pour 1 000 habitants	Nombre de cartes vendues (en milliers)	Produit brut (en milliers de dollars É.-U.)	Pourcentage du produit brut total	Produit brut pour 1 000 habitants	Nombre de cartes vendues pour 1 000 habitants	Augmentation (diminution) du nombre de cartes vendues en 1993 par rapport à 1992	Augmentation (diminution) du produit brut de 1993 par rapport à 1992
Europe - région V												
Allemagne	18 405	24 084	17,4	296,64	227	17 914	24 099	16,0	296,83	221	491	(15)
Autriche	1 659	1 890	1,4	238,07	209	1 625	1 911	1,3	240,74	205	34	(21)
Belgique	2 323	2 626	1,9	260,73	231	2 473	3 001	2,0	297,95	246	(150)	(375)
Danemark	1 865	2 020	1,5	389,43	359	2 001	2 404	1,6	463,47	386	(136)	(384)
Espagne	16 235	8 476	6,1	216,54	415	15 752	11 044	7,3	282,16	402	483	(2 568)
Ex-Yougoslavie	0	0	0,0	0,00	0	0	0	0,0	0,00	0	0	0
Irlande	1 811	2 060	1,5	407,32	359	1 994	2 739	1,8	541,52	394	(183)	(679)
France	16 336	19 574	14,2	339,30	283	16 633	21 529	14,3	373,18	288	(297)	(1 955)
Grèce	3 275	2 224	1,6	215,71	318	3 977	3 270	2,2	317,17	386	(702)	(1 046)
Irlande	477	402	0,3	1523,83	1 807	456	414	0,3	1 568,18	1 727	21	(12)
Italie	11 507	10 490	7,6	183,28	201	10 319	13 605	9,0	237,70	1 800	1 188	(3 115)
Luxembourg	565	719	0,5	1 834,07	1 442	558	757	0,5	1 931,12	1 423	7	(38)
Norvège	1 892	1 737	1,3	403,30	439	1 938	2 121	1,4	492,34	450	(46)	(384)
Pays-Bas	7 120	7 677	5,6	501,69	465	7 160	7 964	5,3	520,45	468	(40)	(287)
Pologne	1 697	609	0,4	15,80	44	906	182	0,1	4,73	24	791	427
Portugal	2 750	1 682	1,2	171,24	280	2 588	1 793	1,2	182,53	263	162	(111)
Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord	2 150	1 727	1,3	29,73	37	2 338	2 150	1,4	37,02	40	(188)	(423)
Suède	2 271	1 957	1,4	224,25	260	2 347	2 927	1,9	335,40	269	(76)	(970)
Suisse	3 969	6 837	5,0	981,46	570	4 271	7 839	5,2	1 125,32	613	(302)	(1 002)
Tchécoslovaquie ^a	0	0	0,0	0,00	0	0	80	0,1	0,00	0	(271)	(80)
Turquie	4 182	1 647	1,2	27,52	70	4 230	1 666	1,1	27,83	71	(48)	(19)
Autres pays	5 119	2 150	1,6	-	-	4 140	2 058	1,4	-	-	979	92
Total partiel : Europe	105 606	100 588	72,8	-	-	103 891	113 553	75,2	-	-	1 715	(12 965)
Afrique et Moyen-Orient												
- région VI	4 945	4 097	3,0	-	-	4 853	5 027	3,3	-	-	92	(930)
Total	153 671	138 093	100,0	-	-	150 139	150 987	100,0	-	-	3 532	(12 894)

^a Dans une lettre datée du 10 décembre 1992, le Représentant permanent de la Tchécoslovaquie auprès de l'Organisation des Nations Unies a informé le Secrétaire général que la République fédérale tchèque et slovaque cesserait d'exister le 31 décembre 1992 et que la République slovaque et la République tchèque, en tant qu'États successeurs, demanderaient à être admis à l'Organisation des Nations Unies. Elles ont toutes deux été admises comme États membres le 19 janvier 1993.

/...

Tableau 2

Résultats de l'opération Cartes de vote par pays, de 1989 à 1993 :
Indicateurs de rendement 1 à 8 (IR 1 à IR 8)

	IR 1 Nombre de cartes vendues ¹ (en millions)			IR 2 Produit brut des ventes (en millions de dollars É.-U.)			IR 3 Recettes diverses (en millions de dollars É.-U.)			IR 4 Commission et frais des bureaux extérieurs (en pourcentage du produit brut)				
	1989	1990	1991	1992	1989	1990	1991	1992	1993	1989	1990	1991	1992	1993
Amérique du Nord - région I														
Canada	6,4	6,1	5,6	5,4	5,2	5,3	5,3	5,2	4,9	4,5	0,1	0,1	0,1	0,1
États-Unis d'Amérique	13,0	12,2	9,5	9,1	8,7	9,6	10,1	8,1	8,4	8,6	0,6	0,5	0,0	0,5
Total partiel : Amérique du Nord	19,4	18,3	15,1	14,5	13,9	14,9	15,4	13,3	13,3	13,1	0,7	0,6	0,1	0,6
Amérique latine - région II														
Argentine	0,8	0,6	0,7	0,6	0,7	0,4	0,4	0,5	0,5	0,6	0,1	0,0	0,0	0,0
Brazil	5,8	5,0	4,7	4,2	5,2	2,8	2,3	3,0	3,5	3,0	1,1	0,2	0,3	0,6
Chili	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Colombie	1,0	1,1	1,2	1,3	1,3	0,6	0,6	0,7	0,8	0,9	0,0	0,0	0,0	0,0
Équateur	0,3	0,4	0,4	0,4	0,5	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0
Mexique	0,5	0,5	0,7	0,5	0,5	0,6	0,7	0,9	1,0	0,9	0,0	0,0	0,0	0,1
Pérou	0,4	0,5	0,4	0,5	0,6	0,2	0,3	0,3	0,4	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0
Uruguay	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0
Venezuela	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0
Reste de l'Amérique latine	0,8	0,9	0,9	1,0	1,1	0,5	0,6	0,7	0,8	0,9	0,0	0,0	0,1	0,0
Total partiel : Amérique latine	10,4	9,8	9,9	9,3	10,6	5,7	5,6	6,9	7,8	7,7	1,2	0,2	0,3	0,7
Asie - région III														
Hong-kong	0,4	0,5	0,6	0,8	0,8	0,3	0,3	0,4	0,5	0,5	0,0	0,0	0,6	0,1
Indonésie	0,4	0,4	0,5	0,7	0,8	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0
Japon	3,5	4,2	5,9	6,2	6,5	2,5	3,5	4,5	5,4	6,6	2,3	1,5	1,6	1,8
Philippines	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0
République de Corée	0,3	0,4	0,3	0,6	0,4	0,2	0,2	0,2	0,4	0,4	0,0	0,0	0,0	0,1
Thaïlande	0,1	0,2	0,2	0,3	0,3	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0
Reste de l'Asie	0,6	0,8	0,9	1,0	1,1	0,3	0,6	0,6	0,8	0,9	0,0	0,0	0,0	0,1
Total partiel : Asie	5,6	6,8	8,8	10,0	10,5	3,7	5,1	6,3	7,9	9,4	2,3	1,5	2,2	2,1

...

	IR 1 Nombre de cartes vendues (en millions)				IR 2 Produit brut des ventes (en millions de dollars É.-U.)				IR 3 Recettes diverses (en millions de dollars É.-U.)				IR 4 Commission et frais des bureaux extérieurs (en pourcentage du produit brut)						
	1989	1990	1991	1992	1989	1990	1991	1992	1993	1989	1990	1991	1992	1993	1989	1990	1991	1992	1993
		1989	1990	1991	1992	1989	1990	1991	1992	1993	1989	1990	1991	1992	1993	1989	1990	1991	1992
Pacifique, Inde et Pakistan																			
- région IV																			
Australie	2,2	2,3	2,1	2,0	1,7	1,5	1,7	1,7	1,6	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	2,5	2,6	2,0	2,4	2,5
Inde	7,1	6,2	6,3	4,7	5,6	2,4	1,9	1,4	1,3	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	1,5	2,3	2,2	3,3	5,2
Nouvelle-Zélande	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2
Pakistan	0,3	0,5	0,5	0,6	0,7	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	4,3	3,5	4,7	3,5	3,1
Total partiel : Pacifique, Inde et Pakistan																			
	10,1	9,4	9,3	7,6	8,2	4,3	4,1	3,6	3,4	3,2	0,0	0,0	0,0	0,0	2,1	2,4	2,2	3,2	3,7
Europe - région V																			
Allemagne	17,4	16,9	17,0	17,9	18,4	15,1	19,5	19,2	24,1	24,1	0,2	0,4	0,1	0,2	2,5	2,4	2,4	2,4	2,4
Autriche	1,6	1,7	1,8	1,6	1,7	1,3	1,7	1,8	1,9	1,9	0,0	0,0	0,0	0,0	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
Belgique	2,1	2,8	2,3	2,5	2,3	1,8	2,8	2,6	3,0	2,6	0,0	0,0	0,0	0,1	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
Danemark	1,9	2,0	2,0	2,0	1,9	1,6	2,1	2,0	2,4	2,0	0,0	0,0	0,0	0,1	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
Espagne	13,6	15,0	16,0	15,8	16,2	5,4	8,4	9,0	11,0	8,5	0,0	0,1	0,1	0,8	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
Ex-Yougoslavie	5,3	6,3	1,6	-	-	1,9	4,3	0,7	-	-	0,0	0,0	0,0	0,0	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
Finlande	3,0	2,7	2,0	2,0	1,8	3,4	4,1	3,0	2,7	2,1	0,2	0,2	0,1	0,1	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
France	14,4	14,2	15,4	16,6	16,3	11,8	15,7	16,1	21,5	19,6	0,3	0,4	0,3	0,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
Grèce	2,3	2,6	3,3	4,0	3,3	1,2	1,8	2,4	3,3	2,2	0,1	0,2	0,3	0,3	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
Irlande	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
Italie	7,2	8,8	10,2	10,3	11,5	6,3	10,7	13,8	13,6	10,5	0,6	0,8	0,9	0,3	2,4	2,4	2,1	2,2	1,5
Luxembourg	0,4	0,5	0,5	0,6	0,6	0,4	0,6	0,6	0,8	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
Norvège	2,3	2,0	2,1	1,9	1,9	1,9	1,8	1,9	2,1	1,7	0,0	0,0	0,0	0,0	2,5	2,5	2,1	2,1	2,4
Pays-Bas	7,8	8,0	7,2	7,2	7,1	5,9	7,5	7,2	8,0	7,7	0,4	0,4	0,4	0,4	2,4	2,5	2,5	2,5	2,5
Pologne	4,1	0,8	1,8	0,9	1,7	0,7	0,1	0,3	0,2	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0	2,5	2,5	2,5	2,5
Portugal	1,5	2,1	2,6	2,6	2,7	0,6	1,0	1,4	1,8	1,7	0,0	0,0	0,0	0,0	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord	2,4	2,3	2,6	2,3	2,1	1,5	1,6	2,1	2,2	1,7	0,0	0,0	0,0	0,0	2,2	2,2	2,1	2,1	2,1
Suède	3,9	3,4	2,8	2,3	2,3	3,1	3,3	2,7	2,9	2,0	0,1	0,2	0,0	0,0	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
Suisse	4,5	4,6	4,6	4,3	4,0	5,5	6,9	7,4	7,8	6,8	0,5	0,4	0,3	0,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
Tchécoslovaquie	0,5	0,3	0,4	0,3	-	0,8	0,1	0,1	0,1	-	0,0	0,0	0,0	0,0	2,5	2,5	2,1	1,3	2,5
Turquie	3,0	4,1	4,2	4,2	4,2	0,7	1,4	1,8	1,7	1,6	0,0	0,0	0,0	0,0	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
Autres pays	2,5	3,0	3,1	4,1	5,1	2,7	3,3	1,4	2,1	2,1	0,1	0,0	0,2	0,0	2,5	2,5	2,6	2,4	2,4
Total partiel : Europe																			
	102,1	104,6	104,0	103,9	105,6	73,9	99,1	97,9	113,6	100,6	2,5	3,1	2,7	3,3	2,5	2,4	2,4	2,4	2,5
Afrique et Moyen-Orient																			
- région VI																			
	4,8	5,1	4,4	4,8	4,9	5,0	5,6	5,3	5,0	4,1	0,0	0,1	0,0	0,0	1,4	1,7	1,6	1,5	2,1
TOTAL																			
	152,4	154,0	151,5	150,1	153,7	107,5	134,9	133,3	151,0	138,1	6,7	5,5	5,3	6,7	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5

	IR 5 Prix (en pourcentage du prix de base)				IR 6 Inventus (en pourcentage de la base)				IR 7 Coût des supports promotionnels (en pourcentage des recettes brutes)				IR 8 Contribution à l'OCV (en pourcentage des recettes brutes)							
	1989	1990	1991	1992	1989	1990	1991	1992	1989	1990	1991	1992	1989	1990	1991	1992				
	1989	1990	1991	1992	1989	1990	1991	1992	1989	1990	1991	1992	1989	1990	1991	1992				
Amérique du Nord - région I																				
- région IV																				
Canada	*	*	94	*	97	0	16	14	1	22	5	5	6	6	8	55	52	50	55	48
États-Unis d'Amérique	*	*	*	*	*	27	40	57	38	79	9	9	9	10	10	48	47	35	41	41
Total partiel : Amérique du Nord																				
	-	-	-	-	-	13	32	42	24	58	8	8	8	8	9	51	48	41	46	44
Amérique latine - région II																				
Argentine	77	80	71	73	88	0	26	0	21	36	1	1	2	3	2	71	46	54	39	15
Brazil	66	72	71	53	*	0	19	9	23	10	3	3	2	2	3	82	30	49	58	66
Chili	53	68	64	67	67	0	0	17	98	0	6	4	3	3	4	18	3	26	(8)	(13)
Colombie	72	80	71	67	74	0	0	0	0	18	3	1	3	3	2	28	34	35	31	35
Equateur	75	80	71	73	83	0	0	0	8	0	2	2	1	1	1	43	38	50	40	46
Mexique	*	*	79	*	*	0	19	0	38	70	2	2	1	1	1	43	24	36	31	34
Pérou	76	68	64	67	82	0	0	0	7	0	1	1	1	1	1	47	54	58	49	63
Uruguay	61	80	71	73	73	0	0	5	5	0	5	3	3	3	1	37	36	45	42	50
Venezuela	70	80	71	73	83	0	0	0	1	14	2	3	1	1	5	30	50	55	20	29
Reste de l'Amérique latine	-	-	-	-	-	0	2	2	0	18	1	2	2	2	2	54	33	54	58	45
Total partiel : Amérique latine																				
	-	-	-	-	-	0	9	1	15	14	2	2	2	2	2	61	34	47	47	49
Asie - région III																				
Hong-Kong	88	84	79	73	79	22	0	0	5	0	10	10	5	4	5	45	50	215	76	82
Indonésie	73	80	71	67	64	0	0	0	0	2	6	5	8	6	4	47	52	34	46	53
Japon	*	*	*	*	*	0	0	0	0	0	2	2	2	1	1	148	107	100	94	104
Philippines	77	76	68	67	73	27	0	0	0	0	3	6	2	2	2	43	51	61	56	51
République de Corée	*	96	86	80	*	0	0	13	0	36	6	7	5	4	5	(9)	12	(29)	52	92
Thaïlande	77	76	68	67	69	5	7	0	0	0	11	5	3	2	2	26	28	18	35	46
Reste de l'Asie	-	-	-	-	-	0	0	4	0	18	1	6	5	3	3	70	52	47	55	60
Total partiel : Asie																				
	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0	4	3	3	2	2	112	87	91	82	93
Pacifique, Inde et Pakistan																				
- région IV																				
Australie	*	*	94	*	90	2	8	11	15	0	5	5	5	5	6	48	49	51	44	45
Irlande	47	56	50	33	17	0	7	37	0	0	1	1	1	1	1	52	37	19	29	4
Nouvelle-Zélande	*	*	94	*	*	0	0	13	25	30	7	9	8	8	10	33	38	49	41	21
Pakistan	61	60	54	53	41	0	0	0	0	51	5	8	4	4	5	31	29	22	31	28
Total partiel : Pacifique, Inde et Pakistan																				
	-	-	-	-	-	0	5	26	0	2	3	4	4	4	4	48	42	37	38	24

	IR 5 Prix (en pourcentage du prix de base)				IR 6 Inventus (en pourcentage de la base)				IR 7 Coût des supports promotionnels (en pourcentage des recettes brutes)				IR 8 Contribution à l'OCV (en pourcentage des recettes brutes)										
	1989	1990	1991	1992	1989	1990	1991	1992	1993	1989	1990	1991	1992	1993	1989	1990	1991	1992	1993				
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1				
Europe - région V																							
Allemagne	*	96	*	*	*	*	*	*	0	0	19	11	12	2	3	1	2	3	68	64	62	63	62
Autriche	*	*	*	*	*	20	13	21	19	6	12	10	9	6	12	10	10	9	58	50	53	51	53
Belgique	*	*	*	*	*	22	37	42	21	6	5	5	8	6	5	5	8	8	55	54	57	58	54
Danemark	*	*	*	*	*	0	10	6	7	4	6	3	4	4	6	3	4	4	60	58	60	61	57
Espagne	64	61	*	85	66	0	0	1	0	0	0	0	0	3	2	3	2	3	58	57	59	67	60
Ex-Yougoslavie	45	1	49	*	*	0	0	0	*	0	0	0	*	0	1	1	*	*	67	67	64	*	*
Finlande	*	*	*	*	*	19	31	48	20	32	4	6	7	4	4	6	6	7	68	63	59	57	55
France	*	*	*	*	*	34	31	26	24	23	4	3	2	3	4	3	2	3	60	60	63	64	60
Grèce	68	64	78	82	75	0	0	0	10	10	3	3	2	3	3	3	2	3	61	58	63	60	56
Irlande	91	87	93	99	93	0	0	1	15	14	3	3	7	6	3	3	7	6	62	54	59	52	53
Italie	96	93	*	*	87	11	0	0	8	12	3	2	3	3	3	2	3	4	62	63	66	60	70
Luxembourg	*	*	*	*	*	3	0	0	0	1	6	5	3	5	6	5	3	5	60	59	62	60	62
Norvège	*	*	*	*	*	10	17	14	12	7	2	2	2	3	2	2	3	3	50	47	48	58	56
Pays-Bas	*	*	*	*	*	6	14	19	11	21	4	4	4	5	4	4	4	4	65	63	64	62	62
Pologne	16	14	9	15	23	19	195	0	(80)	0	0	12	9	11	5	5	5	67	(23)	38	38	23	
Portugal	59	54	67	79	71	0	0	23	0	0	4	2	1	2	2	1	2	2	62	66	66	66	68
Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord	86	77	90	96	81	24	36	13	29	28	6	5	5	11	14	14	14	41	32	41	33	29	
Suède	*	*	*	*	*	39	14	23	30	31	2	1	2	3	3	2	3	3	52	59	60	52	61
Suisse	*	*	*	*	*	7	17	11	24	29	6	4	4	6	6	4	6	6	69	66	67	65	68
Tchécoslovaquie ^b	53	56	24	31	*	0	14	48	472	*	0	0	6	28	*	0	6	62	33	29	28	*	
Turquie	30	20	49	44	44	0	0	0	4	0	2	3	2	4	5	2	4	5	51	56	61	54	49
Autres pays	*	*	*	*	*	0	0	0	6	0	5	1	1	1	2	2	2	2	58	59	40	51	41
Total partiel : Europe	-	-	-	-	-	6	10	11	9	11	3	3	3	3	4	3	3	4	61	61	61	62	80
Afrique et Moyen-Orient - région VI	*	*	*	*	*	0	0	0	0	0	14	2	2	2	2	2	2	3	68	65	67	54	52
TOTAL	-	-	-	-	-	5	10	11	7	12	4	3	3	4	4	4	4	4	61	59	60	60	59

a Une explication des indicateurs de rendement figure aux paragraphes 2 et 3 de l'annexe.

b Dans une lettre datée du 10 décembre 1992, le Représentant permanent de la Tchécoslovaquie auprès de l'Organisation des Nations Unies a informé le Secrétaire général que la République fédérale tchèque et slovaque cesserait d'exister le 31 décembre 1992 et que la République slovaque et la République tchèque, en tant qu'États successeurs, demanderaient à être admises à l'Organisation des Nations Unies. Elles ont toutes deux été admises comme États membres le 19 janvier 1993.

Annexe II

Recettes nettes provenant de la collecte de fonds privés : comparaison 1993/1992
 (En dollars des États-Unis)

	1993			1992			Variation Augmentation(diminution)		
	Masse commune des ressources	Fonds supplé- mentaires	Total	Masse commune des ressources	Fonds supplé- mentaires	Total	Masse commune des ressources	Fonds supplé- mentaires	Total
Comités nationaux									
Allemagne	9 613 211	6 408 807	16 022 018	9 875 418	4 754 039	14 629 457	(262 207)	1 654 768	1 392 561
Australie	478 938	1 30 496	609 434	0	0	0	478 938	0	609 434
Belgique	671 875	462 515	1 134 390	1 191 421	0	1 191 421	(519 546)	0	519 546
Corée	1 526 837	185 967	1 989 352	183 659	0	183 659	1 526 837	(27 487)	1 989 352
Danemark	156 172	0	342 139	82 387	0	82 387	(82 387)	0	158 480
Espagne	0	8 885 335 b	8 885 335	129 950	13 130 198 a	13 260 148	(129 950)	(4 244 863)	(82 387)
États-Unis d'Amérique	20 470	1 227 983	1 248 453	7 464	0	7 464	13 006	0	1 240 989
Finlande	14 199 738	0	14 199 738	14 594 177 a	0	14 594 177	(394 439)	0	(394 439)
France	578 861	9 826	588 687	348	0	348	(348)	0	(348)
Gibraltar	1 481 697	747 061	2 228 758	4 302	703 397	707 699	574 559	(693 571)	(119 012)
Grèce	31 485	0	31 485	1 054 699 a	0	1 054 699	426 997	0	1 174 059
Hong-kong	9 843 251	1 057 364	10 900 615	11 476 142 a	951 446	12 427 588	(1 632 891)	105 918	(1 526 973)
Italie	15 810 649	6 984 597	22 795 246	1 549 090 a	0	1 549 090	14 261 560	0	21 246 156
Japon	226 764	141 838	368 602	57 027	57 027	57 027	169 737	0	311 575
Luxembourg	22 376	51 160	73 536	429	429	429	21 947	0	73 107
Norvège	105 289	62 432	167 721	57 279	0	57 279	48 010	0	110 442
Nouvelle-Zélande	0	3 242 144	3 242 144	4 939 070 a	1 931 182	6 870 252	(4 939 070)	1 310 962	(3 628 108)
Pays-Bas	151 104	270 086	421 190	117 473 a	274 666	392 139	33 631	(4 580)	29 051
Portugal	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord	149 254	4 591 200	4 740 454	462 685	518 755	981 440	(313 431)	4 072 445	3 759 014
Slovaquie	397	0	397	0	0	0	397	0	397
Suède	17 650	186 588	204 238	106 912	423 748	530 660	(89 262)	(237 160)	(326 422)
Suisse	4 072 529	3 799 154	7 871 683	2 739 073	0	2 739 073	1 333 456	0	5 132 610
Turquie	9 883	0	9 883	6 542	0	6 542	3 341	0	3 341
Total	59 168 429	38 444 553	97 612 982	48 635 546	22 687 431	71 322 977	10 532 883	15 757 122	26 290 005

/...

	1993		1992		Variation Augmentation(diminution)		
	Masse commune des ressources	Fonds supplé- mentaires	Masse commune des ressources	Fonds supplé- mentaires	Masse commune des ressources	Fonds supplé- mentaires	Total
Bureaux extérieurs							
Argentine		441 806			0	441 806	441 806
Bermudes	114				0	0	114
Brsil		1 082 064		347 997 ^a	347 997	734 067	734 067
Chypre	16 795		32 827 ^a		(16 032)	0	(16 032)
Equateur	846	15 242	2 812 ^a		(1 966)	15 242	13 276
Haiti	184				184	0	184
Malaisie	10 268		9 178 ^a		1 090	0	1 090
Madagascar	783				783	0	783
Mexique		427 748	93 612		(93 612)	427 748	334 136
République de Corée	7 679		1 463 908 ^a	39 116	(1 463 908)	(39 116)	(1 503 024)
Singapour	1 669	67 438		38 914 ^a	7 679	28 524	36 203
Trinité-et-Tobago			1 491 ^a		1 491	0	179
Turquie			23 903 ^a		(23 903)	0	(23 903)
Venezuela	4 092				4 092	0	4 092
	42 431	2 034 298	1 627 731	426 027	2 053 758	1 608 272	22 972
Total des recettes nettes	59 210 860	40 478 851 ^b	50 263 278	23 113 458	73 376 735	8 947 583	26 312 976

^a y compris les contributions provenant de manifestations spéciales de collecte de fonds.

^b ne comprend pas 17,6 millions de dollars de dons en nature.