



# Zewoforum

Statistiques des dons Zewo

# Les dons toujours à un niveau record

**Étude de la confiance accordée aux œuvres de bienfaisance  
et de leur perception**

Résultats de l'enquête Zewo

**Du bien-fondé des mythes**

Congrès Zewo 2015

**Deuxième lecture des nouvelles normes Zewo**

Renforcer la confiance des donatrices et donateurs

---

# Sommaire 03.2015

- 4 Les dons toujours à un niveau record**  
Statistiques des dons Zewo 2014
- 9 Etude de la confiance accordée aux œuvres de bienfaisance et de leur perception**  
Résultats de l'enquête Zewo
- 10 Du bien-fondé des mythes**  
Congrès Zewo 2015
- 16 Deuxième lecture des nouvelles normes Zewo**  
Renforcer la confiance des donatrices et donateurs

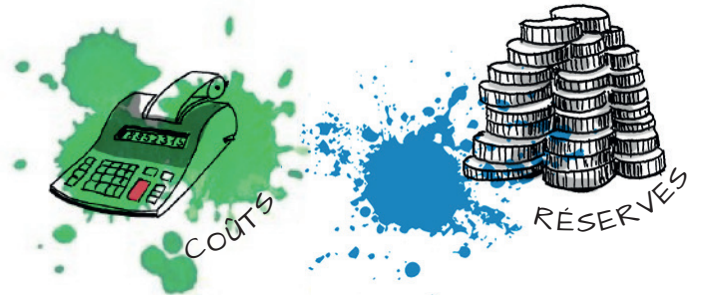


## Chères lectrices, chers lecteurs,

Les Suissesses et les Suisses donnent beaucoup. C'est ce que révèlent les statistiques des dons Zewo et la dernière enquête réalisée auprès des donateurs. Les donatrices et donateurs ont plus confiance dans le travail des œuvres de bienfaisance que dans les autorités, le secteur privé ou les églises. Ils pensent que les œuvres de bienfaisance sont nécessaires, qu'elles sensibilisent à des sujets importants et que leur travail fait avancer les choses. Pour le Congrès Zewo, nous avons étudié la perception qu'a le public des œuvres de bienfaisance. Et nous

D'une part, des études scientifiques et des indicateurs sectoriels constituent une base solide pour contrecarrer ces idées fausses.

D'autre part, la transparence et la clarté de la communication sont des facteurs déterminants. Les résultats de l'enquête montrent clairement que les donatrices et donateurs s'informent mieux sur les œuvres de bienfaisance et



avons identifié de nombreux mythes: le manque d'efficacité, les nombreuses brebis galeuses, les dons amassés, les rémunérations excessives des dirigeants, l'absence de transparence et le manque de contrôles, autant d'idées reçues qui subsistent. Nous pouvons tous contribuer à la démystification.

les évaluent de manière plus réaliste que ceux qui ne font pas de dons. Cette constatation est renforcée en proportion du montant des dons.

Avec les nouvelles normes Zewo, nous voulons envoyer un message clair à ce sujet. Les œuvres de bienfaisance qui se soumettent à une procédure d'examen rigoureuse, sont régulièrement contrôlées par Zewo et répondent aux plus hautes exigences doivent pouvoir cont-

inuer à compter sur la confiance des donatrices et donateurs.

Nous remercions tous ceux qui ont participé à la consultation relative aux nouvelles normes Zewo. Ils nous ont aidés à établir des exigences encore plus proches de la réalité et plus ciblées. La version révisée pour une deuxième lec-

ture est maintenant disponible. Pour de plus amples informations, veuillez consulter la page 16. N'hésitez pas à nous communiquer vos éventuelles observations sur les adaptations avant le 31 octobre 2015.

Cordialement,

*Martina Ziegerer*



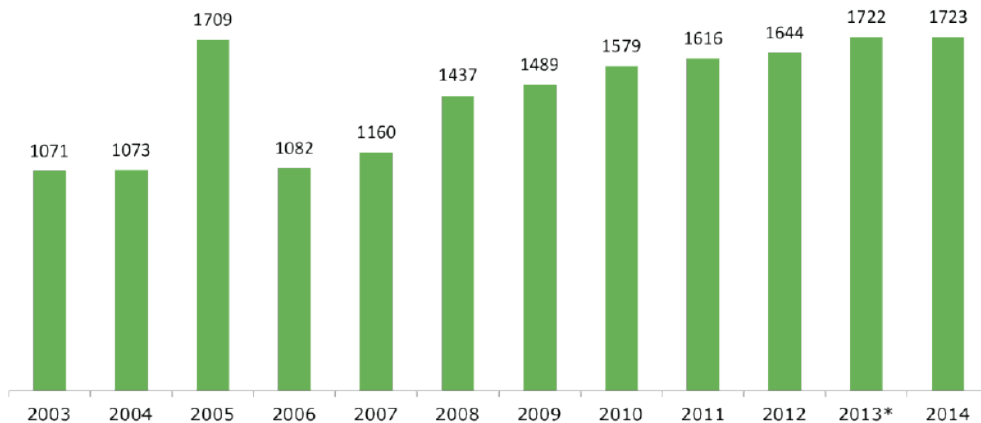
Martina Ziegerer, directrice de la Fondation Zewo

# Les dons toujours à un niveau record

## Résultats des statistiques des dons 2014

**Graphique 1 | Extrapolation du volume des dons en Suisse 2003 à 2014**

Total des dons encaissés en millions de CHF



\* à partir de 2013, recettes des dons répondant à une définition légèrement modifiée des catégories de recettes (voir méthodologie page 8)

### Extrapolation du volume des dons en Suisse 2014/2013 en millions de CHF

#### Les 50 plus grandes organisations au cours d'une année

(selon les recettes totales de dons)

#### Autres organisations

#### Volume du marché

#### Part de l'ensemble du marché

	Zewo		Hors Zewo		Total	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013
Les 50 plus grandes organisations au cours d'une année (selon les recettes totales de dons)	663	756	498	422	1161	1178
Autres organisations	357	349	205*	195*	562	544
Volume du marché	1020	1'105	704	617	1723	1722
Part de l'ensemble du marché	59,2%	64,2%	40,8%	35,8%		

\* Différence calculée et non recensée (voir méthodologie page 8)

**En 2014, le volume de dons en Suisse est demeuré stable à un niveau très élevé dépassant les 1,7 milliard de CHF. C'est ce qui ressort de l'extrapolation actuelle de Zewo.**

En 2014, les Suissesses et les Suisses ont de nouveau fait des dons de plus de 1,7 milliard de CHF. Au terme de sept ans de croissance sensible, on constate pour la première fois une stabilisation. Les 50 plus grandes œuvres de bienfaisance ont recueilli environ 17 millions de CHF de dons en moins, tandis que les petites œuvres de bienfaisance ont récolté, selon une estimation, 19 millions de

CHF supplémentaires (voir Graphique 1).

#### 1 milliard de dons aux œuvres de bienfaisance Zewo

Les œuvres de bienfaisance qui sont contrôlées par Zewo ont recueilli 1 milliard de CHF de dons, ce qui représente environ 60 % du volume de dons en Suisse. Deux tiers (677 millions de CHF) de tous les dons versés aux œu-

uvres de bienfaisance titulaires du label de qualité Zewo proviennent de ménages privés. Un tiers (328 millions de CHF) sont des dons émanant d'institutions (voir Graphique 2 et 3).

#### Plus de petits dons privés et de dons institutionnels

Parmi les dons de particuliers, en 2014, quelque 15 millions de CHF de petits dons en plus ont été enregistrés par rapport à l'année précédente – accompagnés cependant simultanément par une diminution des dons importants de 15 millions de CHF. La forte baisse des co-

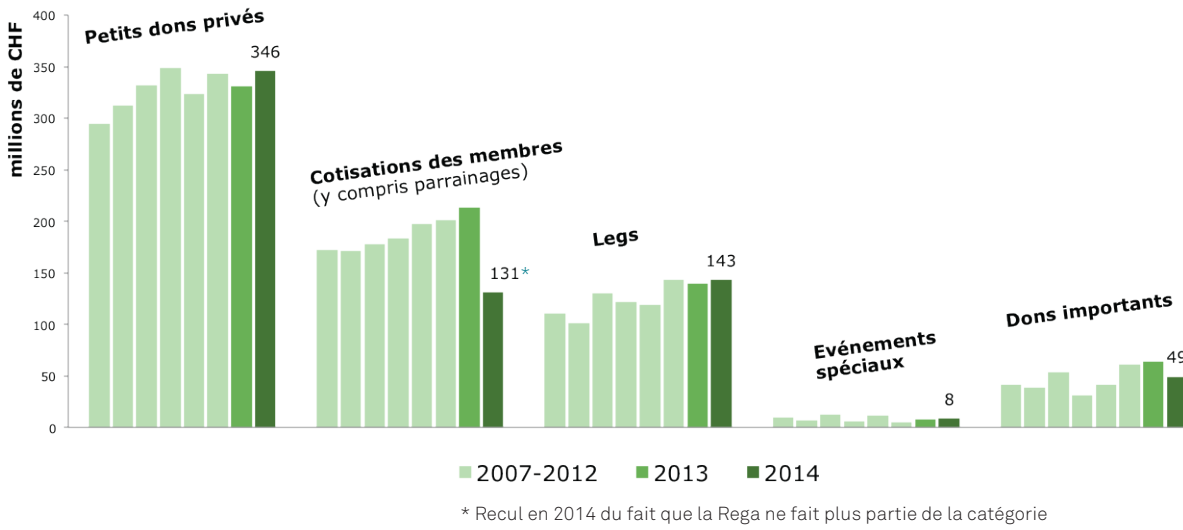
titisations de membres est due à la Rega qui, depuis 2014, ne porte plus le label de qualité Zewo (voir Graphique 2).

Ainsi, les parts de la composition des dons pour 2014 sont nettement modifiées – la part de l'ensemble des dons représentée par les cotisations de membres est passée d'environ 19 % 2013 à environ 13 % (voir Graphique 4).

Parmi les dons institutionnels, les dons d'autres organisations à but non lucratif, d'églises et de la Chaîne du bonheur ont atteint, avec 260 millions de CHF, un nouveau sommet (voir Graphique 3).

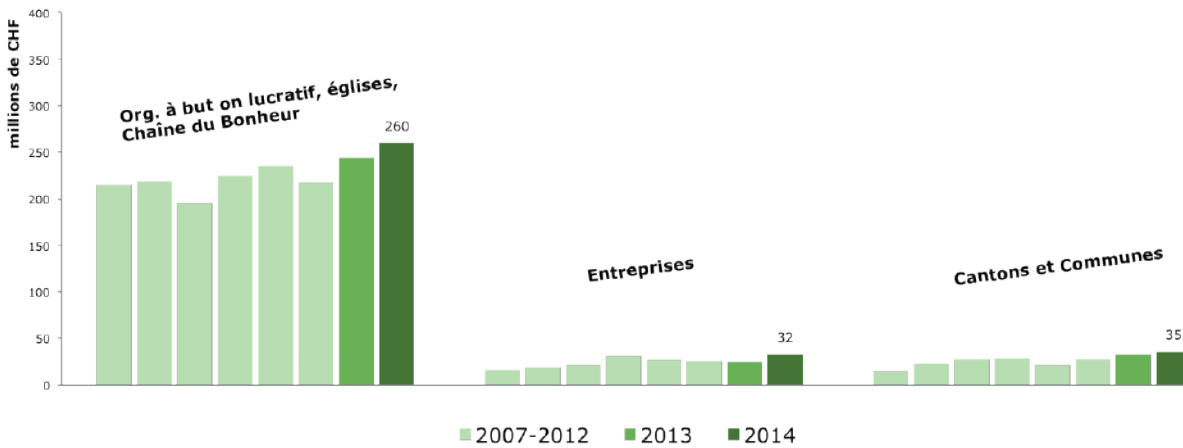
## Graphique 2 | Catégories de dons de 2007 à 2014

Evolution des organisations titulaires du label de qualité Zewo | Dons de ménages privés total: 677 millions de CHF



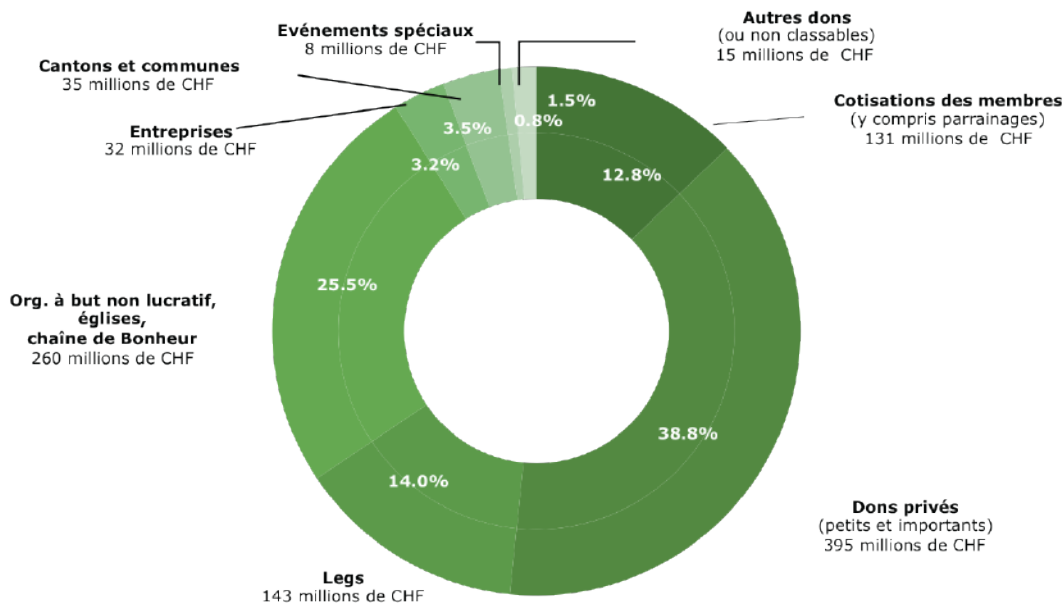
## Graphique 3 | Catégories de dons de 2007 à 2014

Evolution des organisations titulaires du label de qualité Zewo | Dons d'institutions total: 328 millions de CHF



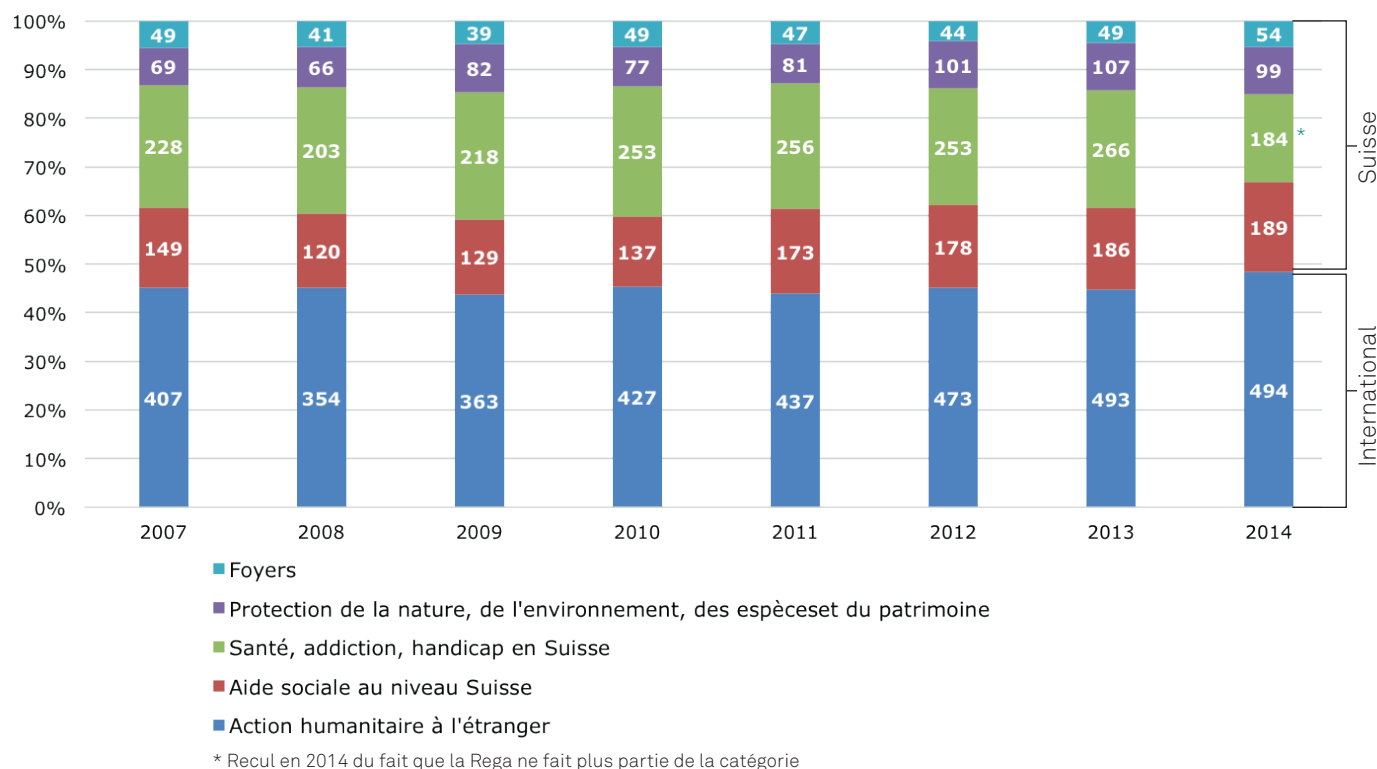
## Graphique 4 | Dons en 2014

Total: 1,020 milliard de CHF pour 446 organisations titulaires du label de qualité Zewo en 2014



## Graphique 5 | Recettes de dons par domaines thématiques

Total: 1,020 milliard de CHF pour 446 organisations titulaires du label de qualité Zewo en 2014



### Plus de la moitié des dons demeurent en Suisse

Les œuvres de bienfaisance qui travaillent principalement en Suisse ont reçu plus de 526 millions de CHF de dons, dont 52 % de tous les dons aux œuvres de bienfaisance titulaires du label de qualité Zewo. Parmi ces dernières, les organisations de protection de la nature et de l'environnement ont enregistré, avec 99 millions de CHF (10%), quelque 8 millions de dons en moins que l'année précédente. En revanche, les foyers d'accueil ont recueilli, avec 54 millions de CHF (5%), environ 5 millions de CHF de plus que l'année précédente. 189 millions de CHF (19%) ont été versés à des organisations nationales sociales, ce qui représente 3 millions de CHF de plus que l'année précédente. Les organisations travaillant en Suisse dans le domaine de la santé, de la dépendance et du handicap ont récolté 184 millions de CHF, soit 18 % des dons aux œuvres de bienfaisance certifiées. Le recul dans cette catégorie, par rapport à l'année précédente, est dû au fait que la Rega n'en fait plus partie.

Les œuvres de bienfaisance principalement actives à l'étranger ont reçu 48 % de tous les dons à des organisations Zewo. Cela représente 494 mil-

lions de CHF, pratiquement le même niveau que l'année précédente (voir Graphique 5).

### Les dons par Internet et SMS restent marginaux

En 2014, de nouveau, les œuvres de bienfaisance titulaires du label de qualité Zewo ont reçu 99,6% de leurs dons via les canaux de paiement classiques comme les virements postaux et bancaires (93%) ou les prélèvements automatiques (6%). Seuls 3 millions de CHF resp. 0,4% des dons ont été perçus via des plates-formes en ligne et technologies de téléphonie mobile. Cela représente environ 200 000 CHF de plus que l'année précédente. Les organisations ont recueilli 2,4 millions de CHF grâce à leur propre site Web, 0,2 million de CHF via les sites Web de tiers et 0,4 million de CHF par SMS. 78 % de tous les dons effectués par de nouveaux canaux de paiement ont été versés à des organisations de collaboration au développement (voir Graphique 6).

### Contributions des finances publiques plus élevées

Les organisations certifiées Zewo ont enregistré une hausse des contributions des finances publiques d'en-

viron 130 millions de CHF par rapport à l'année précédente et ont atteint un nouveau sommet de 1,3 milliard de CHF.

Les recettes provenant de prestations propres ont légèrement baissé d'environ 9,7 millions de CHF (voir Graphique 7).

### Recettes totales supérieures à 3 milliards de CHF

Les organisations Zewo ont enregistré au total, avec 3,23 milliards de CHF, des recettes totales à peu près au même niveau que l'année précédente. Les recettes de dons représentent à peine un tiers (voir Graphiques 7 et 8).

### 6,5 millions d'heures de travail bénévole

78% des œuvres de bienfaisance titulaires du label de qualité Zewo emploient des volontaires: au total, il s'agit de plus de 100 000 personnes qui s'engagent à titre gracieux, en moyenne environ 60 heures par an. Pour une très large part, le travail bénévole est effectué directement dans le cadre de projets. De plus, pour chaque organisation, en moyenne, 1382 heures de travail bénévole par an sont réalisées (médiane 400 heures).

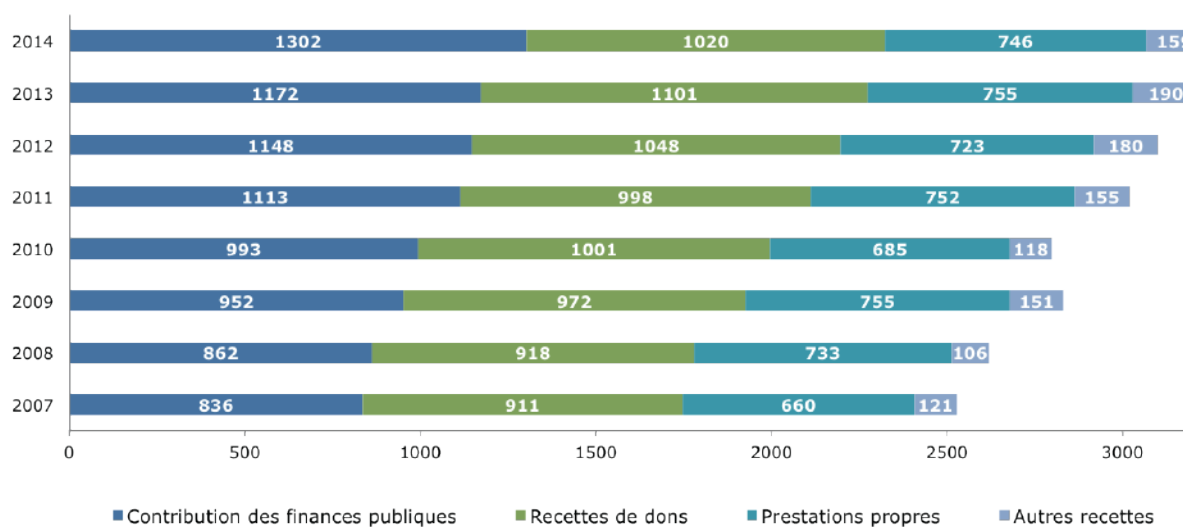
>>> Méthodologie à la page suivante

### Graphique 6 | Dons classifiables par canal de paiement 2013 et 2014

Moyen de paiement	2014		2013	
	Millions de CHF	Pourcentage	Millions de CHF	Pourcentage
1 Poste/Banque	783,9	92,7%	718,2	92,8%
2 Système de recouvrement direct	48,7	5,8%	47,9	6,2%
3 Autres canaux classiques	7,0	0,8%	0,7	0,1%
4 Espèces	3,0	0,4%	4,2	0,5%
5 Site Internet de l'organisation	2,4	0,3%	2,6	0,3%
6 SMS	0,4	0,0%	0,1	0,0%
7 Site Internet tiers	0,2	0,0%	0,1	0,0%
<b>Total dons classifiables</b>	<b>845,5</b>	<b>100,0%</b>	<b>773,8</b>	<b>100,0%</b>
<b>Total canaux classiques</b>	<b>842,6</b>	<b>99,6%</b>	<b>771,0</b>	<b>99,6%</b>
<b>Total nouveaux canaux</b>	<b>3,0</b>	<b>0,4%</b>	<b>2,8</b>	<b>0,4%</b>

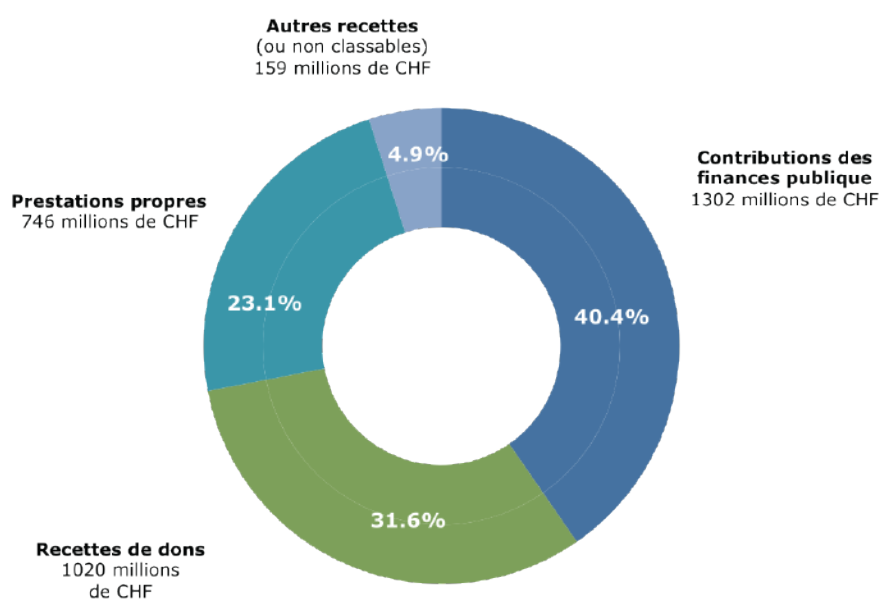
### Graphique 7 | Recettes totales de 2007 à 2014

Total: 3,23 milliards de CHF pour 446 organisations titulaires du label de qualité Zewo en 2014, en millions de CHF



### Graphique 8 | Recettes totales 2014

Total: 3,23 milliards de CHF pour 446 organisations titulaires du label de qualité Zewo



## Méthodologie

Les présentes statistiques de Zewo reposent sur les données concernant la structure des recettes recueillies directement auprès des organisations. Pour le relevé des données, toutes les organisations titulaires du label de qualité Zewo ont été interrogées.

Des données de 446 organisations ont pu être recueillies. Si nécessaire, les comptes annuels révisés ont été consultés. Selon l'aspect de l'examen, l'échantillon varie, en raison de lacunes de données, de quelques organisations. L'évaluation a été effectuée par le Prof. Dr. Markus Gmür et Remo Aeschbacher, M.A., du Verbandsmanagement Institut (VMI), Université de Fribourg/CH.

### Nouvelle définition des catégories de recettes

Depuis 2013, les contributions de sponsors ne sont plus considérées comme des recettes de dons, mais comme des postes de prestations propres. En revanche, les dons de communes et de cantons sans mandat de prestation ou contrepartie sont désormais intégrés dans les dons institutionnels (ancienne catégorie: «Contributions des finances publiques»).

L'adaptation en temps utile des méthodes de col-

lecte de données en 2007 a permis d'ajuster également la catégorisation pour les années passées. Toutes les statistiques de 2007 à 2012, à l'exception de l'extrapolation du volume des dons, se basent sur la nouvelle définition des catégories de recettes. Les statistiques Zewo distinguent les catégories de recettes suivantes:

- **Recettes de dons**  
Cotisations des membres et donateurs (y compris parrainages); dons individuels privés (petits dons privés et dons importants); legs; contributions d'organisations à but non lucratif, d'églises et de la Chaîne du Bonheur; de cantons et communes; événements spéciaux; autres dons (ou non classables)
- **Contributions des finances publiques**  
(p. ex. mandats de prestation, contributions des assurances sociales)
- **Prestations propres**  
(p. ex. vente de marchandises et de services, contributions d'assurances privées, financements de sponsors)
- **Autres recettes**  
(p. ex. revenus du capital)

### Travail bénévole

Par travail bénévole, on entend le nombre d'heures effectuées à titre graci-

eux par des auxiliaires. Les heures effectuées à titre honorifique n'en font pas partie (organe directeur).

### Base d'évaluation du volume du marché des dons

Depuis 2010, l'évaluation du volume total du marché des statistiques de dons de Zewo n'est plus basée sur les données de la consultation des donateurs du moniteur des dons, mais sur les données réelles des statistiques de la Zewo, complétées par les chiffres figurant dans les comptes annuels révisés des 50 plus grandes organisations d'entraide récoltant des dons. L'extrapolation a été effectuée, jusqu'en 2013, en supposant que la situation des œuvres avec et sans le label de qualité Zewo est identique parmi les 50 plus grandes organisations et parmi les autres organisations. Du fait du renoncement de la Rega au label Zewo en 2014, les proportions ont fortement changé sur le marché des dons, ce qui aurait faussé l'extrapolation si la méthodologie avait été la même. C'est pourquoi l'extrapolation repose désormais sur un chiffre de rapport fixe calculé à partir des valeurs empiriques de 2011 à 2013. ■



# Étude de la confiance accordée aux œuvres de bienfaisance et de leur perception

## Résultats de l'enquête Zewo

**Les Suissesses et Suisses font beaucoup de dons et ont confiance dans le travail des œuvres de bienfaisance. La façon dont une personne perçoit les organisations d'utilité publique collectant des dons dépend du montant des dons qu'elle effectue.**

Une enquête en ligne récente, menée par l'institut Demoscope pour le compte de Zewo, montre que seulement 15% de la population résidante de 15 à 75 ans en Suisse alémanique et Suisse romande indique ne faire aucun don. 72% ont donné à une œuvre de bienfaisance au cours des douze derniers mois, 9% peuvent envisager de le faire dans les douze prochains mois et les autres personnes interrogées n'ont donné aucune indication à ce sujet.

### Une forte volonté de donner en Suisse

Une comparaison internationale met en évidence que la Suisse fait partie des pays les plus actifs au niveau des dons. Dans le World Giving Index<sup>1</sup>, rares sont les pays européens dont 70% ou plus de la population effectuent des dons. La Grande-Bretagne et l'Irlande en font partie avec 74%, ainsi que l'Islande et les Pays-Bas avec 70%. Le pourcentage du Canada (71%) et celui des USA (68%) se situent dans la même fourchette. En Europe centrale, le pourcentage se situe légèrement en dessous: Danemark (62%), Autriche (57%), Suède (55%), Finlande (43%), Allemagne (42%), Belgique (41%) ou Luxembourg (40%). Dans les pays d'Europe méridionale et centrale, la part de la population qui effectue des dons est bien plus faible. Elle est de 28% en Italie, 27% en Espagne, 26% en France, 24% au Portugal, 24% en Hongrie, 21% en Pologne et 21% en Tchéquie. Dans les années à venir, on peut s'attendre à la plus forte dynamique en matière de dons en Asie, en Amérique centrale et en Amérique du Sud en raison de l'évolution de l'économie et de la société dans ces territoires.

<sup>1</sup> Charities Aid Foundation (CAF), World Giving Index 2014, A global view of giving trends, 2014, www.cafonline.org

## Donateurs et Donatrices

**Moyenne: CHF 570 (SA: CHF 592 / SR: CHF 537)**

**Valeur de 50%: CHF 200 (SA: CHF 200 / SR: CHF 100)**



Ont fait un don au cours des 12 derniers mois (72 %)

Peuvent s'imaginer de faire un don l'année prochaine (9%)

Donnent rien (15 %)

Pas de réponse / ne savent pas (4 %)

## Population: Perception des œuvres de bienfaisance – Pertinence

Dans quelle mesure les affirmations suivantes sont-elles vraies pour vous?

Les organisations caritatives sont nécessaires.

89% 8% 3%

Les organisations caritatives attirent l'attention sur des thèmes importants et informent.

80% 16% 4%

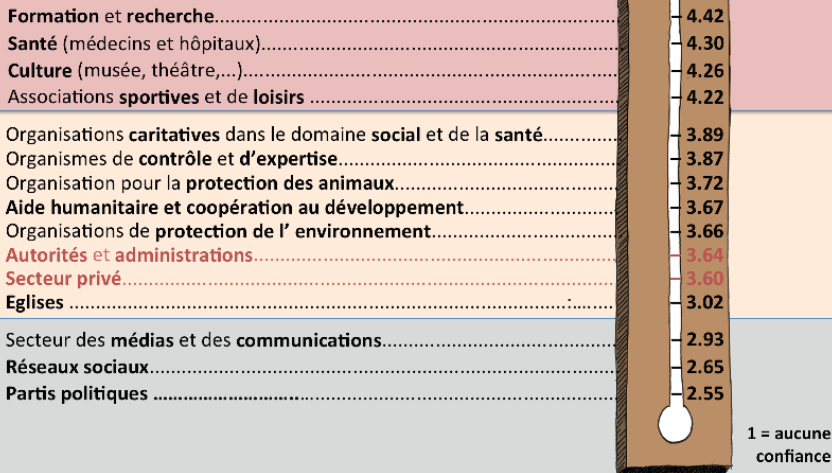
Les organisations caritatives réagissent mieux aux problèmes de société que l'Etat.

55% 32% 14%

■ Tout à fait ou plutôt vrai ■ Assez peu ou pas vrai du tout ■ Ne sait pas / pas de réponse

## Quelle confiance avez-vous quant aux domaines et champs d'activité suivants?

6 = degré de confiance important



## Confiance dans le travail des œuvres de bienfaisance suisses

La forte volonté de donner et le volume élevé des dons, à niveau constant en Suisse (voir article page 4), montrent que les œuvres de bienfaisance inspirent une grande confiance.

C'est ce que confirme l'enquête de Zewo. Près de 90% de toutes les personnes interrogées pensent que les œuvres de bienfaisance sont nécessaires. Trois sur quatre indiquent en outre que les œuvres de bienfaisance sensibilisent à des sujets importants et que leur travail fait avancer les choses.

Les donatrices et les donateurs font plus confiance aux œuvres de bienfaisance qu'aux autorités et aux administrations, au secteur privé, aux églises, aux médias, aux réseaux sociaux comme Facebook ou encore aux partis politiques. Ils ont cependant encore plus confiance dans l'éducation et la recherche, dans les médecins et les hôpitaux, les activités culturelles et les organisations de sport et de loisirs.

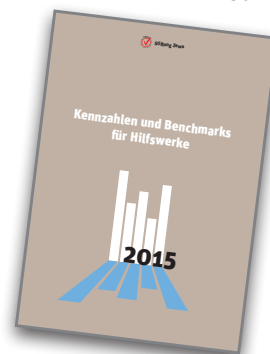
La partie de la population qui n'a pas effectué de don est d'un avis différent. Elle a plus confiance dans le secteur privé que dans les œuvres de bienfaisance.

## Les attentes en termes d'efficacité augmentent avec le montant des dons

Trois personnes interrogées sur quatre savent que la collecte de dons est coûteuse. Elles ont également conscience que toutes les œuvres de bienfaisance doivent assumer des dépenses d'ordre administratif.

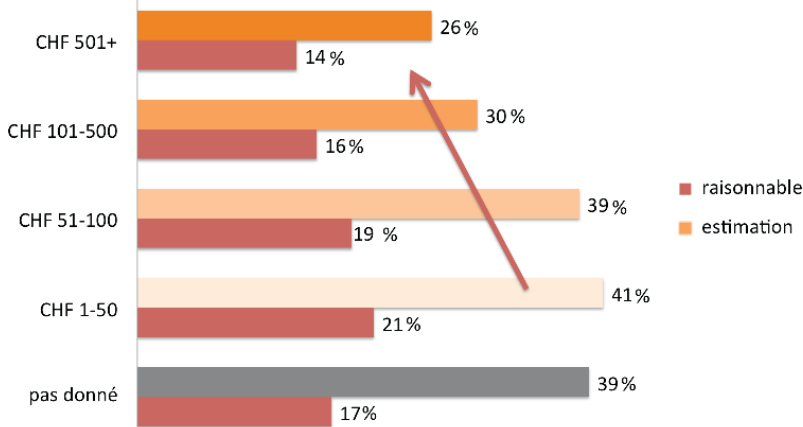
Cependant, elles n'évaluent pas les coûts de manière réaliste. Elles supposent qu'un bon tiers des fonds sert à couvrir la collecte des dons et l'administration. Cette proportion se situe nettement au-dessus des chiffres communiqués par les œuvres de bienfaisance, à savoir qu'elles y consacrent environ un cinquième.

Les personnes qui donnent davantage font une estimation plus réaliste. Indépendamment du montant des dons, toutes les personnes interrogées pensent néanmoins que les œuvres de bienfaisance doivent travailler avec deux fois plus d'effi-



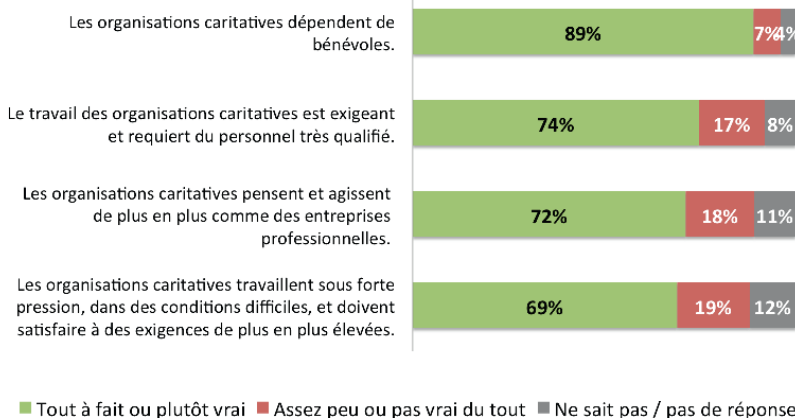
## Selon le montant du don: Perception des œuvres de bienfaisance – Frais

Part de fonds nécessaire pour l'administration et la collecte de dons



## Population: Perception des œuvres de bienfaisance – Professionnalisme

Dans quelle mesure les affirmations suivantes sont-elles vraies pour vous?



cacité qu'elles ne le font, d'après elles. Les œuvres de bienfaisance sont soumises en permanence à la pression de l'opinion publique et doivent travailler en tenant compte des coûts.

### Le professionnalisme est reconnu

Trois personnes interrogées sur quatre comprennent que le travail des œuvres de bienfaisance est exigeant.

Elles considèrent que les œuvres de bienfaisance sont professionnelles et que les exigences auxquelles elles doivent faire face sont croissantes: près de 70% indiquent que les organisations d'entraide subissent une forte pression et travaillent dans des conditions difficiles. Les œuvres de bienfaisance sont considérées comme plus professionnelles par les personnes qui donnent que par celles qui ne donnent pas.

### Les préjugés perdurent

Ceci est d'autant plus surprenant que la présomption selon laquelle les œuvres de bienfaisance verseraient des salaires trop élevés à leurs chefs perdure. Comme l'a montré une étude exhaustive de Zewo réalisée en 2012 sur les rémunérations des conseils de fondation, comités et directions d'œuvres de bienfaisance en Suisse, très souvent, aucune rémunération n'est versée au sein de l'organe directeur ou au plus une rémunération modérée. Les salaires des directrices et des directeurs sont également adaptés aux responsabilités et à la taille de l'organisation.

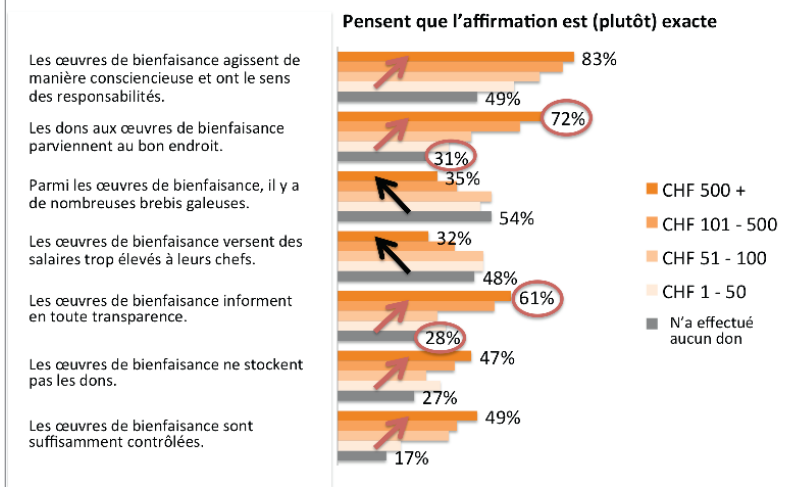


On note aussi une certaine incertitude en ce qui concerne le montant des réserves. Environ un tiers seulement des personnes interrogées pense que les œuvres de bienfaisance ne stockent pas les dons. Les autres sont d'un avis différent ou ne savent pas. Si l'on consulte les comptes annuels des œuvres de bienfaisance et l'étude Zewo sur les chiffres clés et indices de référence pour les œuvres de bienfaisance, l'image qui se dégage est différente. Pour de nombreuses œuvres, le capital de l'organisation ne suffit pas à couvrir les dépenses d'une année. Cette information ainsi que de nombreuses autres données sur l'utilisation des fonds sont publiées

par la plupart des œuvres de bienfaisance dans des rapports annuels et des comptes annuels explicites. La norme développée spécialement pour les ONG collectant des dons (Swiss GAAP RPC 21) s'est établie dans la présentation des comptes.

En ce qui concerne également la protection des données, certains doutes sont perceptibles chez les personnes interrogées. Une sur quatre pense que les œuvres de bienfaisance communiqueraient ses données personnelles et une sur trois ne sait pas très bien ce qu'elles deviennent. Le contrôle des œuvres de bienfaisance est sous-estimé et le nombre de brebis galeuses surestimé.

## Selon le montant des dons: perception de l'intégrité des œuvres de bienfaisance



## Dans quelle mesure les facteurs suivants sont-ils décisifs lorsque vous décidez à qui donner ?



### Celui qui donne plus est mieux informé

Une communication transparente et un travail d'information sont nécessaires. En effet, avec des volumes de dons croissants, les facteurs rationnels suscitent plus d'attention. Plus une personne donne, plus elle prête attention aux documents des œuvres de bienfaisance ainsi qu'aux labels de qualité ou aux certificats. Celui qui donne plus est donc mieux informé, perçoit les œuvres de bienfaisance plus positivement et les évalue de manière plus réaliste.

# Du bien-fondé des mythes

Congrès Zewo 2015



**Les images, récits ou comportements récurrents marquent notre perception et créent des mythes. Ils donnent un sens et une orientation.**

En 2015, année marquante, le Congrès Zewo s'est consacré aux mythes qui entourent les œuvres de bienfaisance. Le spécialiste des médias, Peter Glassen, a commencé par montrer comment un mythe s'exprime à travers des symboles, images, récits et rituels. Bien

qu'ils se manifestent sous de nombreux aspects, les mythes peuvent être classés en sept formes fondamentales: les mythes de la création, les mythes divins, les mythes expliquant la genèse du monde, les mythes de l'incarnation, les mythes du sauveur, les mythes d'origine

des peuples et les mythes des choses ultimes. Le spécialiste des marques a illustré comment le lien entre les mythes et les marques pouvait être puissant, et a analysé la manière dont les entreprises et les organisations à but non lucratif utilisaient les mythes dans leur publicité. Il a plaidé pour une communication authentique, claire et sincère de la part des œuvres de bienfaisance.

Avec l'institut Demosco-

**GRANDE PHOTO À GAUCHES**  
Participant·es et participants  
au Congrès Zewo 2015 à la  
Volkshaus Zurich



**RANGÉE SUPÉRIEURE DE GAUCHE À DROITE.**

**Peter Glassen** Haute école des arts de Berne, **Roland Jeanneret** animateur, **Mark Eisenegger** Université de Zurich, **Trix Heberlein** et **Martina Ziegerer** Fondation Zewo

**RANGÉE DU MILIEU**

**Alexander Jaggi** Jung von Matt/Limmat, **Raimund Hasse** Université de Lucerne, **Vicky Browning** CharityComms UK

**RANGÉE INFÉRIEURE**

**Norbert Schmuck** Union centrale suisse pour le bien des aveugles, **Christian Engeli** Greenpeace Schweiz, **Adrian Heuss** advocacy ag, **Catherine von Graffenried** fast4meter, **Odilo Noti** Caritas Suisse



pe, Zewo a étudié la confiance accordée par la population aux œuvres de bienfaisance et la perception qu'elle a de celles-ci (voir page 9).

Martina Ziegerer, directrice de Zewo, a montré que l'évaluation n'était pas toujours réaliste et que certains préjugés perduraient. Un travail d'information s'avère par exemple nécessaire en ce qui concerne les coûts, les rémunérations, les réserves, la protecti-

on des données, la transparence ou le contrôle.

Dans les groupes d'approfondissement, les 150 participantes et participants ont ensuite axé leur réflexion sur la relation aux mythes: dans l'aide humanitaire, lorsque notre perception diverge de celle des autres ou dans les campagnes à thème.

Ils ont reçu des conseils pour les aider à aborder des sujets complexes ou se sont exercé à

raconter des histoires.

Avant la pause de midi, Mark Eisenegger, directeur de l'institut de recherche sur le domaine public et la société à l'Université de Zurich, a expliqué comment les médias façonnaient les attentes sociales. Il a montré comment ils poussaient les acteurs à agir, mobilisaient les forces et pouvaient ainsi modifier la réalité. Avec la mutation des médias, les œuvres de bienfaisance sont appelées

à évoquer des sujets tombés dans l'oubli. Dans le boom de l'information-divertissement, elles doivent traiter des informations factuelles et prendre position dans un climat qui se durcit.

L'après-midi, Alexander Jaggi, publicitaire de l'année 2014, a balayé les mythes dans la publicité et, en prenant l'exemple de pro infirmis, il a montré à quoi tenait le succès des campagnes d'œuvres de bienfai-

SUITE *Du bien-fondé des mythes*

sance. Dans sa contribution, Vicky Browning a souligné que la perception des œuvres de bienfaisance était également faussée par le traitement médiatique. La directrice de CharityComms, venue spécialement de Londres, travaille à l'élaboration d'un secteur Récits pour les œuvres de bienfaisance. Son organisation a pour objectif de corriger à moyen terme la perception faussée qu'a le public des œuvres de bienfaisance.

Dans son exposé, le professeur Raimund Hasse, responsable du séminaire sociologique à l'Université de Lucerne, a également précisé que les visions concernant la pertinence des formes d'organisations créaient des mythes. Il a illustré l'effet qu'ont ces mythes à l'extérieur mais aussi à l'intérieur de l'organisation. Enfin, pour clôturer le congrès, Martina Ziegerer, directrice de Zewo, a présenté les normes Zewo remaniées. Elle a montré comment les nouvelles normes renforçaient la confiance dans les œuvres de bienfaisance et quels changements on pouvait en attendre (voir article page 16).



# Groupes d'approfondissement

## 1

### Les souhaits des donateurs et les promesses des œuvres de bienfaisance

Dans son groupe d'approfondissement, Odilo Noti, responsable Communication et marketing de Caritas Suisse, a examiné de plus près les mythes de la collecte de fonds au sein de l'aide humanitaire et les a confrontés aux faits.

Les récits et photos de catastrophes concernent et touchent directement les donatrices et donateurs. Ces derniers veulent immédiatement aider et parer au plus urgent. C'est pourquoi les œuvres de bienfaisance et les médias aiment faire circuler le mythe des survivants démunis qui attendent les secours. Mais force est de constater que les premiers secours sont prodigués rapidement et en grand nombre par les survivants eux-mêmes. La référence à la crue de l'Elbe en 2002, lorsque les médias ont communiqué sur les nombreux bénévoles dynamiques, en fait prendre conscience.

Les œuvres de bienfaisance affirment volontiers qu'«on manque de tout». Le fait est que les priorités, en cas de catastrophe, sont très claires: en premier lieu, on a besoin de toilettes pour éviter les maladies diarrhéiques, d'eau potable en quantité suffisante, ensuite d'hébergements, de nourriture et d'une assistance médicale élémentaire. Lors de catastrophes, les médias se focalisent volontiers sur le nombre de décès pour en illustrer l'ampleur. Cela révèle aussi sans doute quelque chose mais ce n'est pas déterminant pour les secours car ces derniers concernent les survivants.

Pour finir, Odilo Noti a plaidé pour que les œuvres de bienfaisance illustrent leur rôle de manière plus modeste et réaliste. Il a demandé à ce que le respect de la dignité humaine des personnes concernées soit préservé. Pour ce faire, la communication des œuvres de bienfaisance doit avant tout cibler les donatrices et donateurs, mais la communication avec les médias doit aussi être repensée.

## 2

### Lorsque notre perception diverge de celle des autres

Souvent, l'entourage perçoit une organisation différemment de l'organisation elle-même. Au cours d'un atelier, Norbert Schmuck, responsable du département Relations publiques/collecte de l'Union centrale suisse pour le bien des aveugles, a lancé une discussion sur le fait que la perception qu'a une organisation d'elle-même et sa perception à l'extérieur pouvaient diverger et il a expliqué comment cet écart pouvait être comblé.

Une communication claire et transparente est un élément clé pour rectifier des représentations erronées. Mais à condition que l'organisation prenne d'abord conscience de l'image qu'elle a d'elle-même et de celle qu'elle donne à l'extérieur. Elle peut alors identifier les différences et décider de quelle manière les évaluations extérieures doivent être corrigées.

En prenant l'exemple concret de l'Union centrale suisse pour le bien des aveugles, monsieur Schmuck a montré comment cette dernière avait utilisé une idée positive ancrée dans la société (les aveugles ont un septième sens) pour modifier, dans un spot publicitaire, une perception négative de la société (être aveugle est terrible) et montrer que les aveugles pouvaient même aider les voyants grâce à leur septième sens. Cet exemple montre aussi qu'il ne faut pas supprimer toutes les perceptions extérieures et que certaines de ces images peuvent aussi avoir un impact positif pour l'organisation.

## 3

### Recourir aux mythes et légendes dans des campagnes thématiques

L'idée selon laquelle la croissance économique serait bénéfique et la seule solution possible est très répandue. Nombreux sont ceux également qui croient que le pouvoir militaire serait garant de la sécurité ou que la technologie résoudrait nos problèmes. Christian Engeli, responsable de campagne de Greenpeace, combat ce type de mythes et s'insurge contre le fait que la consommation et la propriété déterminent notre vie.

Mais Greenpeace se confronte aussi à sa propre perception et à son propre rôle. Souvent, l'organisation est associée au combat de David contre Goliath ou à des guerriers arc-en-ciel qui vont sauver le monde. Cette association imagée à des héros et des sauveurs comporte l'attente que quelqu'un va régler nos problèmes et que Greenpeace pourra sauver la planète.

Le débat porte sur la question de savoir si ce rôle peut être modifié si l'organisation se met en retrait. Les nouveaux héros sont les nombreux hommes impliqués, qui s'engagent en faveur d'une cause. L'organisation agit davantage en arrière-plan, en coordonnant des actions et en donnant les impulsions nécessaires. Les participantes et participants se demandent si le fait de déplacer la perception d'une organisation sur ses membres et sympathisants fonctionne. Ils se demandent aussi s'il n'est pas possible de soigner une image bien ancrée tout en impliquant davantage les membres.

## 4

### Communication scientifique: l'art de transmettre des connaissances de manière explicite sur des sujets complexes

De nombreuses organisations à but non lucratif doivent susciter l'intérêt du public pour des données et résultats scientifiques arides. Le groupe d'approfondissement d'Adrian Heuss de «advocacy ag – communication and consulting» s'est penché sur les meilleurs moyens d'y parvenir. Il a donné des conseils et des astuces simples pour faciliter l'attention et la compréhension du lecteur.

Avant de rédiger, l'auteur doit se demander à quel groupe-cible le texte s'adresse. Il doit également connaître le support de publication et le volume du texte avant de rédiger la première ligne. Un texte intéressant aborde les informations essentielles dès le début. Des études montrent que c'est au cours des 20 premières secondes que le lecteur décide s'il lira le texte jusqu'à la fin ou non. Des phrases claires et formulées simplement permettent une meilleure lisibilité. L'auteur doit éviter les adjectifs inutiles. Il ne doit pas parler, par exemple, de «violente tempête» car les tempêtes sont toujours violentes. Le choix ciblé de verbes et substantifs pertinents permet de réduire le nombre d'adjectifs. Cette méthode fait la part belle au texte court et augmente la teneur en informations. Mieux vaut privilégier les termes simples aux expressions longues ou compliquées. Un auteur qui a recours à des exemples, images ou comparaisons aide le lecteur à mieux comprendre. Ce dernier mémorise mieux le contenu du texte. A la première lecture, un texte doit être compréhensible. C'est la raison pour laquelle il est important de relire. Un bon texte est un texte compris par le groupe-cible et jugé correct par le spécialiste.

## 5

### Bien aborder les sujets délicats et transmettre les réalités

Les participants sont assis en cercle et regardent une valise prometteuse qui rappelle une malle au trésor quand la grande Catherine von Graffenried (1 m 84), figure féminine de l'agence fast4meter, pose la question d'introduction: «Pourquoi les histoires ont-elles autant de pouvoir?». Les histoires restent dans les mémoires, bien plus que les chiffres et les faits. Un storytelling authentique a donc plutôt vocation à toucher l'esprit et le cœur et créer une histoire émouvante à partir de biens matériels et immatériels. Le lien entre l'homme et le produit est illustré par un inhalateur pour personnes atteintes de mucoviscidose. Le développeur de cet appareil voulait faire une surprise à son filleul atteint de ce dysfonctionnement chronique de l'organisme. Sept ans plus tard, le produit à l'histoire insolite est désormais sur le marché.

L'exigence de raconter la «véritable histoire» a donné lieu à un débat. La véritable histoire universelle n'existera peut-être jamais mais une histoire doit servir à alimenter la part de vérité. En se basant sur son destin émouvant, Catherine von Graffenried montre comment les histoires peuvent donner un sens nouveau.

Les mythes abordés à plusieurs reprises au cours de cette journée comme le mythe fondateur, le mythe du héros ou les histoires marquantes prennent vie grâce à un storytelling efficace. ■

# Deuxième lecture des nouvelles normes Zewo

Renforcer la confiance  
des donatrices et donateurs



**Les 21 nouvelles normes Zewo se concentrent sur les aspects particulièrement importants pour la confiance des donatrices et des donateurs. L'évaluation des plus de 80 réponses issues de la consultation étant maintenant achevée, une version révisée est disponible pour la deuxième lecture.**

Les nouvelles normes Zewo comportent toutes un principe précisé dans la suite du texte. Actuellement, elles sont disponibles sous forme de 21 tableaux. Cette forme dévoile également la manière dont Zewo veut contrôler le respect des normes. Durant la consultation, toutes les normes ont reçu une large adhésion. En nous basant sur les réponses, nous avons précisé ou complété certains passages et procédé à des assouplissements. Nous remercions tous ceux qui, par leur réponse, ont contribué à ces améliorations. Dans le même temps, nous vous prions de comprendre qu'il n'a pas été possible d'intégrer chaque vote. Dans certains cas, les réponses n'allaient pas dans le même sens ou il s'agissait d'opinions individuelles. Pour cette révision, nous avons toujours cherché le dénominateur commun. La version révisée est désormais à télécharger sur [www.zewo.ch](http://www.zewo.ch). Les modifications par rapport à la version qui a été soumise à la consultation sont notifiées en rouge.

## Qui est concerné par quelles normes?

Les normes 1 à 14 s'adressent à toutes les organisations titulaires du label de qualité Zewo. La norme 15 concerne les organisations à but non lucratif avec des actifs financiers supérieurs à deux millions de francs. Les normes 16 et 17 s'appliquent aux réseaux nationaux et internationaux.

Les normes 18 et 19 concernent toutes les organisations qui collectent des fonds. Et la norme 20 s'applique aux organisations qui collaborent avec des tiers pour la collecte de fonds et la communication. La norme 21 s'applique exclusivement aux œuvres de bienfaisance qui mènent des collectes nationales ou suprarégionales et récoltent plus de 5 millions de francs de dons par an.

## Les petites et grandes organisations différenciées

Certaines organisations, essentiellement les petites, craignaient de ne pouvoir remplir les critères des normes pour des raisons de coûts. Mais les nouvelles normes Zewo tiennent compte de la taille des œuvres de bienfaisance. Des formulations telles que «approprié» ou «adéquat» le montrent. Certaines normes comportent des exigences différentes en fonction de la taille de l'organisation, comme par exemple à propos des comptes annuels et de la révision. L'évaluation de la structure des coûts tient également compte de la taille de l'organisation. De plus, une procédure d'examen axée sur les risques et prenant aussi la taille de l'organisation en considération sera développée. Et les petites et moyennes sections des réseaux nationaux seront soumises à une procédure d'examen simplifiée.

## Calendrier

Jusqu'au 31 octobre 2015, Zewo recueillera tous les commentaires concernant les ajustements. Le conseil de fondation Zewo examinera les normes révisées et fixera des délais de transition adaptés au cours d'une séance en décembre 2015. Dès que le contenu des normes sera approuvé, nous adapterons la procédure d'examen axée sur les risques. Nous souhaitons tout d'abord tester la nouvelle procédure d'examen avec une organisation pilote avant de la rendre obligatoire pour toutes. Les examens basés sur les nouvelles normes n'auront pas lieu avant l'été 2017.

## Résultats de la consultation et nouveautés essentielles

87% des participants à la consultation pensent que les nouvelles normes Zewo couvrent les principaux risques de mise en péril de la confiance des donatrices et donateurs dans les organisations d'utilité publique. 75% sont d'avis qu'aucune des 21 normes n'est superflue. Les commentaires concernant les différentes normes contenaient aussi bien des votes en faveur d'exigences plus élevées que des votes plaidant pour moins d'exigences et plus de flexibilité. Mais ils portaient souvent sur la précision des formulations. Les résultats de la consultation concernant les différentes normes et les nouveautés essentielles par rapport aux normes valables actuellement sont présentés dans l'aperçu qui suit.





## DÉFINITION

Norme	
<b>1</b>	L'organisation à but non lucratif exerce une activité d'utilité publique.

La norme décrit le champ d'action actuel de Zewo et la pratique en vigueur à propos des questions de différenciation. La consultation a permis essentiellement de recueillir des remarques visant une meilleure compréhension et davantage de précision. Ces dernières ont d'ailleurs été largement reprises. Dans quelques cas, la

différenciation des organisations d'utilité publique de celles qui exercent surtout des activités politiques, religieuses ou idéologiques a été commentée de manière critique. Il a été fait état d'un certain amalgame entre l'activité d'utilité publique et les questions politiques, par exemple, et l'argument de la différenciation

dispendieuse a été avancé. Nous en sommes conscients. Il ne sera procédé à l'analyse complexe de l'utilisation précise des fonds liés à des projets que lorsque le caractère prédominant de l'activité d'utilité publique n'est pas clairement établi. En pratique, la question de la différenciation ne se pose que rarement.

## PRINCIPES

Norme	Question	Résultat
<b>2</b>	L'organisation est intègre et a une action éthique.  Sur l'intégrité et l'éthique: Les règles actuelles étaient basées principalement sur les aspects éthiques de la collecte de fonds et de la communication. Maintenant, elles s'appliquent à tous les champs d'action d'une organisation d'utilité publique à but non lucratif. Trouvez-vous la norme 2 utile?	<b>Oui 92%</b>



Cette norme est nouvelle. Elle souligne davantage l'intégrité de l'organisation et la définit de manière plus précise que dans les normes Zewo actuelles. Pour la confiance des donatrices et donateurs, l'intégrité de l'organisation est capitale. Les œuvres de bienfaisance titulaires du label de qualité Zewo qui s'engagent à respecter ces principes volontairement fondamentaux doivent se différencier clairement des

collecteurs de dons douteux.

Nous avons reçu quelques commentaires sur la formulation concernant le respect du droit suisse et avons remanié ce point. Pour l'examen de la norme, les remarques faisant état d'un comportement déviant sont déterminantes.

A cet égard, le service téléphonique de renseignement et de plainte Zewo joue un rôle important.

## DIRECTION ET ORGANISATION

Norme	Question	Résultat
<b>3</b>	Les organes de direction assument leur responsabilité.	<b>Oui 76%</b>
<b>4</b>	L'organe supérieur de direction se compose d'au moins cinq membres indépendants les uns des autres.	
<b>5</b>	Les liens d'intérêts sont transparents et les conflits d'intérêts sont évités.	
<b>6</b>	L'organe directeur suprême et la direction opérationnelle sont séparés sur les plans personnels et fonctionnels.	
<b>7</b>	L'organisation dispose de contrôles internes appropriés et d'une gestion des risques adéquate.	

## CORPORATE GOVERNANCE

Les normes sur la Corporate Governance constituent un lien entre les normes Zewo actuelles et les parties essentielles du Swiss NPO Code. Celles-ci ont été intégrées en substance aux nouvelles normes Zewo, mais sont formulées de manière plus générale.

Ainsi, les deux règles parallèles ne sont plus nécessaires.

Dorénavant, les œuvres de bienfaisance ne sont plus contraintes de se soumettre à deux procédures d'examen séparées.

Dans les nouvelles normes Zewo, la responsabilité de l'organe directeur suprême est clairement définie. Elle comprend, entre autres, la gestion des risques et un contrôle in-

terne approprié. Aucune méthode de travail, structure ou procédure n'est imposée. L'organisation les détermine elle-même et de manière adéquate. La gestion transparente des liens d'intérêt pertinents et la prévention des conflits d'intérêts sont désormais également abordées.



## CONTRÔLE INTERNE ET GESTION DES RISQUES



La norme relative à un contrôle interne approprié et à une gestion des risques adéquate tient compte de la taille de l'organisation. Les exigences légales obligent déjà les grandes organisations à disposer d'un SCI documenté, qui sera exa-

miné dans le cadre du contrôle ordinaire. Ce document constitue également la base de l'examen réalisé par Zewo. Ce dernier porte essentiellement sur les aspects qui ne concernent pas les comptes annuels et ne sont pas contrôlés par l'organe de révision.

Pour les organisations comptant moins de 50 collaborateurs, réalisant un chiffre d'affaires inférieur à 20 millions et un total de bilan inférieur à 10 millions, aucun SCI do-

cumenté n'est exigé. Dans ce cas, si les procès-verbaux mettent par exemple en évidence que l'organe directeur suprême assume sa responsabilité, c'est suffisant.

Dans la version révisée des nouvelles normes Zewo, il est également fait mention de la prévention et de la lutte contre la corruption.

Pour les œuvres de bienfaisance exposées à un risque particulier dans ce domaine, il sera examiné si des offres de

formation et de sensibilisation peuvent être développées en collaboration avec Transparency International.

Jusqu'à présent, les normes Zewo prévoyaient un droit de signature collectif général.

Cependant, dans la pratique, la mise en œuvre systématique de cette règle à tous les niveaux de l'organisation s'est avérée irréalisable. Désormais, les exceptions avec signature individuelle limitée de façon appropriée sont possibles.

## RÉMUNÉRATIONS

Norme	Question	Résultat
<b>8</b> Les membres de l'organe directeur suprême fournissent leur prestation bénévolement. Les rémunérations des employés sont appropriées.	Au sein de l'organe supérieur de direction, le principe du bénévolat continue à s'appliquer. Pour les investissements en temps particuliers et les mandats attribués dans le respect de certaines conditions, des rémunérations modérées sont possibles. La règle des 100 heures n'est plus applicable. Cette approche dans la norme 8 est-elle réalisable?	<b>Oui 70%</b>

Les membres de l'organe directeur suprême continuent de remplir leur mission en principe bénévolement. Pour des missions particulièrement prenantes, des rémunérations modérées peuvent être versées sous certaines conditions. L'octroi de mandats pour d'autres missions est également réglementé et soumis à certaines conditions.

Une nouvelle définition de ce qui compte parmi la rémunération a été apportée: les formes d'indemnisation basées sur des taux journaliers ou horaires en font partie, comme tous les



types de forfaits. La définition inclut également les forfaits de fonction, jetons de présence ou sommes forfaitaires. Ces rémunérations indépendantes du temps de travail sont incompatibles avec la règle qui autorise le versement de rémunérations uniquement à partir de

100 heures de travail bénévole. Désormais la règle des 100 heures, de toute façon difficilement vérifiable, est abandonnée.

En raison des nombreuses réactions issues de la consultation, la formulation concernant les rémunérations des collaboratrices et collaborateurs a été remaniée. Notre but est d'éviter les rémunérations excessives, qui ont un impact négatif sur tout le secteur. Zewo continuera également d'évaluer la rémunération versée aux directrices et directeurs ainsi que celle versée

aux présidentes et présidents.

Mais il incombe toujours à l'organisation de fixer des salaires appropriés pour les collaboratrices et collaborateurs.

A partir de 2016, Swiss GAAP RPC 21 exige la divulgation du montant de toutes les rémunérations versées aux membres de la direction. Il ne sera pas nécessaire d'indiquer les rémunérations individuelles dans les comptes annuels.

## FOURNITURE DE PRESTATION: EFFICIENCE

Norme	Question	Résultat
<b>9</b> L'organisation utilise ses fonds avec efficacité pour son but et l'administration et l'obtention de financements afférente.	Nous n'évaluerons à l'avenir que deux indicateurs au lieu de trois jusqu'à présent. Lesquels vous semblent adaptés pour la norme 9? a) La part pour les projets et services / la part pour collecte de fonds et la publicité b) La part pour les projets et services / l'efficacité de la collecte de fonds	<b>77% pour a</b>



Désormais, la norme relative à l'efficacité comporte des valeurs seuils: au moins 65% des fonds doivent être employés à la fourniture de prestations,

c'est-à-dire pour les projets et services. Les coûts d'accompagnement d'un projet, comme par exemple l'évaluation et le contrôle du projet en font aussi partie. La part maximale consacrée à la collecte de fonds et à l'administration s'élève donc à 35%, l'utilisation pour la collecte de fonds et la publicité étant limitée à 25%.

En vertu des réponses de la consultation, l'évaluation de

l'efficacité sera basée sur la structure des coûts. Nous continuerons à la vérifier au cas par cas sur la base des valeurs indicatives des études de coûts Zewo. Concrètement, les valeurs limites autorisées en fonction du domaine d'activité, de la taille, de la structure et du financement d'une organisation peuvent être inférieures aux valeurs limites absolues. L'efficacité de la collecte de fonds ne

doit être évaluée que pour obtenir une valeur indicative. Par conséquent, la part des charges encourues pour l'obtention de financements par rapport aux recettes de dons n'est pas incluse dans cette norme.

Maintenant, les coûts doivent figurer dans les comptes annuels révisés selon la méthode Zewo, afin que les donatrices et les donateurs puissent apprécier les mêmes chiffres que Zewo.

## FOURNITURE DE PRESTATION: EFFICACITÉ

Norme	Question	Résultat
<b>10</b> L'organisation a une action axée sur l'efficacité.	La promesse statutaire selon laquelle les œuvres de bienfaisance avec le label de qualité Zewo doivent employer efficacement les dons doit être honorée. La norme numéro 10 exige à cette fin action axée sur l'efficacité. Cette approche est-elle adaptée?	<b>Oui 58%</b>

La nouvelle norme Zewo exige que l'organisation ait une action axée sur l'efficacité. Cela signifie qu'elle définit des objectifs d'efficacité à atteindre de manière appropriée et qu'elle en informe dans le cadre du rapport annuel.

En vertu des réponses issues de la consultation, cette norme a été assouplie à propos du rapport annuel.

Les écarts de forme et de contenu par rapport au rapport annuel prescrit peuvent être explicités. Zewo vérifie si l'organi-

sation a agi de manière efficace selon le sens défini plus haut et si elle rend compte de son efficacité. Nous ne fixons pas de méthode standard..



## FOURNITURE DE PRESTATION: RÉSERVES

Norme	Question	Résultat
<b>11</b> L'organisation dispose de réserves appropriées.	La norme numéro 11 aborde le sujet des «réserves» qui est parfois repris par les médias. Il n'y a pas de limite fixe: Elle ne permettrait pas de prendre en compte la diversité des organisations d'utilité publique. Les œuvres de bienfaisance avec un capital d'organisation très élevé ou très faible doivent toutefois se confronter au sujet des «objectifs en matière de réserves». Elles décident eux-mêmes quels objectifs en matière de réserves sont appropriés à leur situation. Est-ce que vous approuvez cette approche ?	<b>Oui 74%</b>

Cette norme est nouvelle et se rapporte aux réserves. Elle concerne uniquement les organisations dont le capital de l'orga-

nisation permet de couvrir les charges totales de l'organisation pendant moins de 3 mois ou plus de 18 mois, ainsi que les or-

ganisations dont le capital de l'organisation ajouté au capital des fonds couvre ces mêmes charges pendant plus de

24 mois. Dans la consultation, c'est surtout la marge supérieure qui a fait débat. Certains la trouvaient trop élevée, d'au-

tres trop basse et d'autres, enfin, souhaitaient sa suppression. Les réponses ne permettent pas de savoir si elle doit être ajustée à la hausse ou à la baisse. Cependant, la tendance principale ressort clairement: 57% des participants approuvent la norme sans commentaire, 5% y sont explicitement favorables et 12% aimeraient plutôt que la norme soit renforcée, notamment que le plafond soit abaissé.

Cette norme a pour but de montrer que la Zewo considère que préserver un certain volume de réserves est judicieux et nécessaire. Vu que l'organisation fixe elle-même ses objectifs en termes de réserves, nous tenons compte de l'hétérogénéité des organisations.

Zewo exige par contre que l'organisation se préoccupe activement de ses réserves dès lors qu'elles sortent d'une certaine fourchette.

Les limites n'étant pas fixes, il est possible que d'autres institutions comme par exemple la DDC définissent d'autres exigences pour un groupe homogène d'œuvres de bienfaisance.



## FOURNITURE DE PRESTATION: TRANSPARENCE

Norme

**12**

L'organisation est transparente.



Les possibilités de rendre compte d'une prestation fournie sont nombreuses. L'important est que les informations capitales figurent dans le rapport annuel. Pour une meilleure compréhension, la norme a été reformulée mais son contenu reste inchangé par rapport

à la consultation.

Les œuvres de bienfaisance doivent publier le rapport annuel et le rapport de l'organe de révision avec les comptes annuels révisés sur leur site Internet. Par contre, elles ne sont plus tenues de soumettre le rapport annuel en version imprimée.

Cette norme au goût du jour a pour but d'augmenter la transparence dans tout le secteur, même si la plupart des œuvres de bienfaisance certifiées publient déjà ces informations en ligne.

## FINANCES: COMPTES ANNUELS

Norme

**13**

Les comptes annuels présentent une image fidèle de la situation du patrimoine, des finances et des résultats.

Question

Les dispositions de Swiss GAAP RPC continuent à s'appliquer. Les œuvres de bienfaisance avec le label de qualité Zewo publient désormais leurs frais relatifs à la collecte de fonds et à l'administration selon la méthode Zewo dans les comptes annuels. Jusqu'à présent, la déclaration selon cette méthode à l'égard de Zewo était suffisant. Appréciez-vous l'amélioration de la transparence apportée par la norme 13?

Résultat

**Oui 82%**

Cette norme exige toujours des comptes annuels selon Swiss GAAP RPC, les petites organisations devant uniquement s'en tenir aux dispositions RPC 21 et aux RPC fondamentales. Pour les grandes œuvres de bienfaisance, les dispositions Swiss GAAP RPC 21 et l'ensemble des dispositions RPC s'appliquent.

Les dispositions remaniées de Swiss GAAP RPC 21 seront en vi-

gueur à partir du 1.1.2016.

Les indications en annexe ont été en particulier simplifiées: désormais, la méthode de calcul doit être indiquée avec la présentation des coûts. Pour les œuvres de bienfaisance titulaires du label de qualité Zewo, cela signifie que les coûts doivent être présentés selon la méthode publiée par Zewo, ce qui a suscité quelques commentaires

dans la consultation.

Mais il ne sera pas acceptable que les indications de coûts des œuvres de bienfaisance à Zewo diffèrent de celles fournies au public. Les moyens de parvenir à une utilisation homogène de la méthodologie Zewo sont encore en cours d'examen. Le cas échéant, la méthodologie sera remaniée.



## FINANCES: RÉVISION

Norme

14

Un organe de révision indépendant et habilité contrôle les comptes annuels.



Le contenu de la norme relative à la révision correspond en grande partie aux dispositions applicables jusqu'ici.

Dans la consultation, la confirmation supplémentaire des dispositions Zewo dans le rapport de l'organe de révision a été critiquée.

D'une part, certains craignent que l'examen n'entraîne des coûts supplémentaires et d'autre part, certains invoquent que les points ne sont pas ou sont difficilement vérifiables. De plus, la certification n'est

pas le cadre le plus approprié pour communiquer le résultat de l'examen.

Différentes alternatives ont été discutées. La solution qui apparaît comme la plus judicieuse serait que l'organe de révision se prononce sur le respect des dispositions Zewo dans le rapport complet ou dans la lettre de recommandation, si elle existe. L'objectif n'est pas que l'organe de révision rédige un rapport distinct sur le respect des dispositions Zewo vérifiées. Ce serait trop dispendieux.

Avec la Chambre fiduciaire/Expert Suisse, la possibilité d'une séance d'information commune ou de formations pour les réviseurs des œuvres Zewo est en cours d'examen.



## FINANCES: PLACEMENTS FINANCIERS

Norme	Question	Résultat	
15	L'organisation place d'éventuels placements financiers durablement conformément à un règlement en matière de placements.	Les normes Zewo en vigueur jusqu'ici n'abordent pas la question des placements financiers. Cela a conduit à d'injustes rapports négatifs dans les médias. Rares sont les organisations qui collectent des dons à posséder d'importants placements financiers. Elles disposent en général d'un règlement de placement. La nouvelle norme ne fait donc que fixer cette pratique courante. Le fait que le règlement doive également prendre en compte des aspects éthiques ne devrait toutefois pas être mis en œuvre partout. Êtes-vous d'accord avec la formulation de la norme 15?	Oui 88%

Jusqu'à présent, les placements financiers n'étaient pas abordés dans les normes. Les nouvelles normes viennent combler cette lacune. L'exigence supplémentaire concerne uniquement les œuvres de bienfaisance disposant de plus de deux millions de francs d'actifs financiers.

Désormais, un règlement de

placement abondant entre autres les aspects éthiques, sociaux et écologiques est exigé.

La plupart des œuvres de bienfaisance disposant d'actifs financiers d'une telle ampleur placent déjà leurs fonds selon un règlement consigné par écrit. L'organisation reste responsable de ses placements durables.

Cette norme est accueillie très favorablement. Certains souhaitaient une description plus précise.

La formulation a donc été précisée mais doit aussi permettre une certaine marge de manœuvre.

## RESPONSABILITÉ: RÉSEAUX NATIONAUX

Norme	Question	Résultat
<b>16</b> Les associations faïtières promeuvent le respect des normes Zewo auprès des organisations qui leur sont affiliées.	Les donatrices et donateurs ne font pas la différence entre une organisation faïtière nationale et des sections cantonales portant le même nom. Dans de nombreux réseaux, les organisations cantonales sont, tout de même, très autonomes. Pour les organisations faïtières, il est donc difficile de veiller au respect des normes Zewo par les organisations cantonales. C'est pourquoi nous avons adapté le libellé de la norme 16. Le dispositif reste en principe le même, sauf que les très grandes organisations cantonales doivent désormais se soumettre à une procédure de contrôle ordinaire. Zewo peut ainsi veiller au respect des standards auprès de ces organisations importantes. Trouvez-vous cela utile?	<b>Oui 85%</b>



La norme vise à ce que les organisations faïtières encouragent toutes les sections à se soumettre à l'examen de Zewo concernant le respect des normes.

Il ressort de la consultation que certaines organisations faïtières souhaitent prendre une part active à l'examen et que

d'autres ne le souhaitent pas. Dans le libellé révisé, une solution a été trouvée pour intégrer cette différence.

Les petites sections continueront à bénéficier d'une procédure d'examen simplifiée.

Celle-ci tiendra désormais compte du fait que l'organisation faïtière examine elle-même

ou non les sections.

Les grandes sections (>50EPT, chiffre d'affaires > 20 millions, total du bilan > 10 millions) devront maintenant se soumettre à l'examen complet de Zewo, indépendamment du fait que l'organisation faïtière examine elle-même ou non la section.



## RESPONSABILITÉ: RÉSEAUX INTERNATIONAUX

Norme	Question	Résultat
<b>17</b> L'organisation collectant des dons est responsable de l'utilisation conforme au but des fonds qui lui sont confiés.	La norme 17 reprend pour l'essentiel la règle actuelle. Cela vous semble-t-il fonctionnel?	<b>Oui 86%</b>

Cette norme doit garantir que les organisations qui récoltent des dons en Suisse ne transfèrent pas tous les fonds au réseau international sans avoir une part de responsabilité ni

rendre des comptes sur l'utilisation des moyens financiers. En pratique, c'est ce qui est déjà exigé actuellement. Mais le libellé de la norme actuelle, qui n'était plus d'actualité, a dû être

adapté à la situation actuelle. Il fait maintenant explicitement référence aux organisations partenaires. Les réponses de la consultation étaient variées et fortement condi-

tionnées par la structure propre des organisations concernées par la norme.

## COLLECTE DE FONDS ET COMMUNICATION

Norme		Question	Résultat
<b>18</b>	L'organisation collecte des fonds équitablement et affecte les dons aux objectifs et buts indiqués.	Le règlement de collecte actuel est conforme aux directives éthiques de Swiss Fundraising. Nous avons transféré par analogie les points principaux dans les nouvelles normes 18 à 20. Répondent-ils aux aspects les plus importants?	<b>Oui 90%</b>
<b>19</b>	L'organisation respecte la protection des données et la sphère privée des donatrices et donateurs.		
<b>20</b>	La responsabilité de la collecte de fonds et de la communication est conservée par l'organisation, même si elle travaille avec des tiers.		

Les normes concernant la communication et la collecte de fonds ont été remaniées d'un point de vue linguistique et alignées sur les directives éthiques de l'association professionnelle (Swissfundraising), développées en collaboration avec Zewo. La garantie du respect de la vie privée et la protection des données sont davantage mises en avant dans une norme qui leur est dédiée.

Seuls quelques légers ajustements se sont avérés nécessaires par rapport à la consultation.

Le libre choix des moyens de paiement a été supprimé car les nouveaux moyens dépendent surtout des possibilités techniques.

Il a été déclaré explicitement que lors des premières prises de contact, les souhaits des personnes ne voulant pas être contactées devaient être pris en compte. L'idée est de recouper par exemple les adresses et coordonnées avec la liste Robinson ou l'astérisque dans le répertoire téléphonique.



## NORME RELATIVE AUX CALENDRIER DES COLLECTES

Norme		Question	Résultat
<b>21</b>	Les grandes organisations coordonnent et règlent leurs collectes sur le calendrier des collectes de Zewo.	La norme 21 poursuit pour l'essentiel la pratique actuelle. Nous avons précisé certaines règles et instauré plus de flexibilité quand des congestions sont prévisibles. Trouvez-vous ce libellé fonctionnel?	<b>Oui 87%</b>

Cette norme s'applique exclusivement aux organisations qui effectuent des collectes nationales ou suprarégionales et récoltent plus de 5 millions de francs de dons par an. Les résultats d'une enquête menée au préalable ayant clairement montré que la plupart des œuvres de bienfaisance concernées tenaient à ce calendrier des collectes pour

assurer la coordination, cette norme reste inchangée. Certaines formulations énoncées de manière trop floue ont été précisées. L'intégration de nouvelles organisations dans le calendrier de collecte bénéficie de davantage de flexibilité: si un trimestre du calendrier est (quasiment) rempli, une quatrième date simultanée peut être demandée.

De plus, une seule date par trimestre est accordée par organisation, sauf si la date n'est pas sollicitée par une autre organisation.



**ZEWO**

Pfingstweidstrasse 10 | 8005 Zürich  
info@zewo.ch | www.zewo.ch  
Telefon 044 366 99 55