

# Rapport annuel 2003



## **Alpen-Initiative**

Herrengasse 2 Postfach 28 CH-6460 Altdorf 1 Telefon +41 (0)41 870 97 81 Fax +41 (0)41 870 97 88  
Postfach 29 CH-3900 Brig Telefon +41 (0)27 924 22 26 Fax +41 (0)27 924 43 05  
info@alpeninitiative.ch www.alpeninitiative.ch Spendenkonto 19-6246-9



Le drapeau de la campagne, sur lequel figure la photo d'une femelle bouquetin

## 1. Politique des transports

La **campagne de vote Avanti**, ainsi que les préparatifs en vue du **Congrès ITE 2004** et du **10<sup>e</sup> anniversaire de l'article constitutionnel sur la protection des Alpes**, ont constitué les points forts des activités en 2003. Mais l'ordre du jour de la politique des transports n'en a pas été délaissé pour autant.

En janvier, les structures du **Comité Avanti-Non**, qui a finalement regroupé une trentaine d'organisations, ont été ajustées et les tâches redistribuées. Notre directeur, Alf Arnold, a été élu président du Comité Avanti non. L'ATE (Ueli Müller) a assumé la direction opérationnelle de la campagne. Le comité de l'Initiative des Alpes a décidé de contribuer à hauteur de 400'000 francs – montant réparti à parts égales entre les exercices 2003 et 2004 – au budget de la campagne commune du Comité Avanti-Non.

En été 2003, le Comité Avanti-Non a décidé de ne pas faire valoir uniquement les arguments de politique financière, mais d'intégrer aussi la problématique de la protection des Alpes et du transfert route-rail. Cette **campagne sur la protection des Alpes** a été confiée à l'Initiative des

Alpes, qui en a assumé elle-même le financement (en plus de sa contribution au budget commun).

A l'automne, le Parlement a éliminé les dernières divergences au sujet du contre-projet Avanti et adopté ce programme de construction routière totalement indigeste. Sur quoi l'initiative Avanti a été retirée. Le Conseil fédéral a surpris en fixant la date du scrutin populaire au 8 février 2004 déjà. Une semaine plus tard, l'Initiative des Alpes a installé un **bureau de campagne à Brigue**, placé sous la direction d'Andreas Weissen.

La photo d'un **bouquetin femelle** sur fond de ciel bleu a été choisie comme symbole de la campagne pour la protection des Alpes. C'est ainsi que plusieurs milliers de **drapeaux à l'effigie de cet animal** ont été déployés dans tout le pays pour diffuser le message: «Non à l'arnaque Avanti».

En décembre 2003 et janvier 2004, la **mule Bellina** a fait un voyage qui l'a menée du Jura neuchâtelois à Altdorf. Cette action spontanée, imaginée par Michael Tanner et Renate Zauner, a suscité partout un fort courant de sympathie.

La **montagne gonflable** de l'Initiative des Alpes, avec son célèbre train pour enfants, a effectué une nouvelle tournée à travers la Suisse. Susanna Arnold, Flavia Amgwerd et Peter Schwab s'en sont occupés avec un grand professionnalisme. Lors de chacune – ou presque – des présentations de cette attraction, un ou plusieurs joueurs de cor des Alpes, portant une veste avec l'inscription «Pas besoin d'un deuxième tube», se sont produits près de la montagne gonflable.

L'Initiative des Alpes a conçu pour la campagne deux **affiches** au format F12 dénonçant les impacts d'un trafic

### La montagne gonflable dans la vallée de Conches





**Bellina promeut la protection des Alpes**

routier excessif: l'une sur les «plaisirs» de l'hiver (sujet: skieur / colonne de poids lourds), l'autre sur l'aspect sanitaire (sujet: enfant portant un masque à oxygène / camion). L'affiche hivernale a été placardée durant les vacances de Noël dans les principales stations de Suisse alémanique, le long des itinéraires de vacances et dans les gares de correspondance. Les Tessinois ont choisi ce sujet pour la campagne principale. L'affiche montrant un enfant en détresse respiratoire a été utilisée de façon ciblée dans les cantons de Suisse centrale, du nord-est et du sud-est de la Suisse. Le groupe genevois a souhaité une affiche «bouquetin», qui a été produite rapidement.

La campagne sur la protection des Alpes s'est concentrée elle aussi sur les cantons de Suisse centrale, du nord-est et du sud-est de la Suisse, avec la production d'un **prospectus de votation** diffusé notamment par des bénévoles dans de nombreux villages et quartiers. Au total, 700'000 exemplaires ont été distribués.

La demande pour les **autocollants** contre le doublement du tunnel routier du Gothard a été énorme, de sorte que plusieurs réimpressions ont été nécessaires. L'**affiche** «bouquetin», en revanche, a été peu demandée.

L'Initiative des Alpes a fait paraître des **annonces témoignages** dans une vingtaine de petits journaux des cantons prioritaires, ainsi que dans des éditions dominicales. La plus marquante des personnalités qui ont ainsi pris position a été le conseiller aux Etats uranais Hansruedi Stalder, qui est une nouvelle fois descendu dans l'arène pour défendre brillamment la protection des Alpes.

Dans le cadre du **programme d'économies** (programme d'allègement 03), les mesures d'austérité budgétaire ont également touché les crédits relatifs au transfert modal et aux projets ferroviaires. L'Initiative des Alpes s'y est opposée efficacement, notamment en écrivant une lettre

au ministre des Transports Moritz Leuenberger et en adoptant une résolution à l'attention de l'assemblée générale. Les fonds destinés à encourager le transport de marchandises par le rail n'ont été réduits que dans le domaine du trafic par wagons complets. Le danger n'est toutefois pas définitivement écarté, car le deuxième programme d'économies pointe déjà le bout de son nez.

Le projet de **bourse du transit alpin**, lancé en 2002, a été présenté en différents lieux. Au printemps, Alf Arnold et Toni Aschwanden se sont rendus à Bregenz, Innsbruck et Salzbourg, en compagnie du spécialiste bâlois en logistique Bryan Stone, pour faire du lobbying en faveur de ce projet auprès de différents interlocuteurs (hauts fonctionnaires, chambres économiques, associations industrielles, Convention alpine, médias). L'idée d'une telle bourse a été accueillie avec intérêt. En été, Alf Arnold a eu l'occasion de présenter le projet à Bruxelles aux fonctionnaires européens responsables du dossier des transports, lesquels ont exprimé eux aussi leur intérêt, mais également leur scepticisme. Au printemps, la Confédération a mandaté les bureaux RappTrans et Ecoplan pour la réalisation d'une étude sur la bourse du transit alpin, étude qui devrait être achevée à fin 2004.

L'Initiative des Alpes a demandé la promulgation d'une **interdiction des camions classés Euro 0** sur les axes alpins suisses (lettre à Moritz Leuenberger, postulat de Fabio Pedrina, travail de presse); ces véhicules sont déjà interdits d'accès au Brenner et au Mont-Blanc. Par ailleurs, une extension de l'assujettissement à la **RPLP** aux véhicules de moins de 3,5 tonnes servant au transport de marchandises a été réclamée.

En été, l'Initiative des Alpes a chargé le bureau zurichois mrs de réaliser une **étude sur une chaussée roulante au Gothard**. Cette étude montre qu'une fois atteint l'objectif



**Proposition de l'Initiative des Alpes: une chaussée roulante plutôt qu'un deuxième tube**



Le président Fabio Pedrina au Gothard

du transfert modal, en 2009, le trafic automobile lourd subsistant sur l'axe du Gothard (env. 550'000 camions) pourra être absorbé par une chaussée roulante passant par le tunnel de faîte, cela sans que le reste du trafic ferroviaire n'en soit perturbé. Le tunnel routier sera ainsi rendu beaucoup plus sûr. Après le délestage de la ligne de montagne par le tunnel de base, dès 2014, une offre supplémentaire pour le chargement des voitures de tourisme durant le semestre d'hiver permettra une fermeture totale et, partant, un assainissement complet du tunnel routier.

L'Initiative des Alpes a participé, par un apport financier et par des idées, au **projet «Alpenrhein-Bahn»** (chemin de fer du Rhin alpin). Une étude de Paul Stopper suggère diverses améliorations de l'offre ferroviaire dans la haute vallée du Rhin en direction du sud de l'Allemagne et de l'Autriche. Le système doit permettre des liaisons internationales à destination de Coire, mais il prévoit

#### Le «Prix des transports absurdes» décerné à Nestlé



aussi le développement du RER et du réseau de trams

entre Coire et le lac de Constance.

Par décision du Conseil fédéral, l'Initiative des Alpes est officiellement, depuis le 1<sup>er</sup> juin 2003, une **organisation habilitée à recourir** au sens de la loi sur la protection de l'environnement (LPE) et de la loi sur la protection de la nature et du paysage (LPN).

La **Journée d'actions ITE** du 4 octobre a été consacrée aux transports absurdes d'eau minérale. La remise du «**Prix des transports absurdes**» à Nestlé Waters à Gland (VD) et la conférence de presse organisée à Berne ont suscité un large écho médiatique et un intérêt marqué au sein du public. Les **transports de neige** du Gothard jusque dans la Forêt-Noire ont une nouvelle fois été montrés du doigt.

Par des **feux d'altitude** allumés au Gothard, à Thusis et à Mendrisio, l'Initiative des Alpes a exprimé de manière emblématique, le 9 août, l'opposition panalpine à l'initiative Avanti et à son contre-projet.

Lors des **élections au Conseil national**, le 19 octobre, l'Initiative des Alpes a été dans la course avec six candidates et candidats issus de ses propres «rangs». Ces candidatures ont été présentées brièvement dans le journal «échos» et elles ont bénéficié d'un petit coup de pouce financier. Andrea Hämmerle (PS/GR), Pia Hollenstein (Verts/SG) et Fabio Pedrina (PS/TI), déjà membres de la Chambre du peuple, ont été réélus sans problème. En revanche, Georges Darbellay (PDC/VD), Armin Braunschweiler (Verts/UR) et Christa Mutter (Verts/FR) n'ont pas été élus.

A l'**échelle européenne**, les contacts ont été renforcés. Points forts: la région du Mont-Blanc et, en collaboration avec la FNAUT, FNE et «Réagir en Maurienne», un lobbying actif en faveur de l'introduction d'une RPLP en France.

Les préparatifs en vue du **10<sup>e</sup> anniversaire de l'article constitutionnel sur la protection des Alpes** et du **Congrès ITE** de février 2004, consacré au transfert modal, ont nécessité en 2003 déjà une forte mobilisation de la part du bureau d'Altdorf.

Parmi les **autres thèmes** de l'engagement de l'Initiative des Alpes en politique des transports: le système de dosage du trafic automobile lourd, les NLFA, le centre de compétences «poids lourds», la fermeture du tunnel ferroviaire du Monte Olympino, les conditions de travail des chauffeurs routiers, l'obligation d'installer des filtres à particules, les transports de marchandises dangereuses et l'Eurovignette.

## 2. Information et communication

A travers un grand nombre de **communiqués, prises de position et interviews** parus dans des médias locaux, nationaux et internationaux, l'Initiative des Alpes a commenté les événements de la politique des transports et, à ces occasions, diffusé ses revendications quant à la protection des régions alpines contre l'avalanche de poids lourds. Sur les questions de transports, précisément, l'Initiative des Alpes est un interlocuteur apprécié des journalistes et des rédactions, qui lui accordent de plus en plus de crédit.

L'édition de février d'«**échos**» a marqué le premier renouvellement graphique du journal de l'Initiative des Alpes, qui est imprimé intégralement en quadrichromie depuis avril. Aux cinq numéros réguliers s'est ajouté, en décembre, un numéro spécial sur Avanti. La nouvelle formule graphique d'«**échos**» a été très bien accueillie par les lectrices et lecteurs.

Les médias ont été conviés à trois reprises à Berne pour des **conférences de presse**. Lors de la conférence de presse annuelle du 20 février, les résultats d'une étude de Pia Steiner intitulée «Construction routière et développement économique» ont été présentés. A cette occasion, l'Initiative des Alpes a également réclamé une interdiction générale des camions Euro 0 sur tous les passages alpins, ainsi qu'un échelonnement des taxes d'utilisation du tunnel du Grand Saint-Bernard en fonction des émissions polluantes.

La deuxième conférence de presse a été consacrée à l'attribution du «Prix des transports absurdes». Enfin, le 23 décembre, l'Initiative des Alpes, faisant valoir les arguments du transfert modal, du bruit et de la pollution de l'air, a expliqué à la presse en quoi le contre-projet Avanti était contraire à la protection des Alpes et pour quoi il devait être rejeté.

En milieu d'année, l'Initiative des Alpes a réaménagé son **site Internet**. Le contenu, régulièrement actualisé en français, allemand et italien, est structuré de manière plus claire, et une nouvelle fonction de recherche facilite son utilisation. Une version condensée en anglais est en cours d'élaboration. Cet investissement semble être payant puisqu'en moyenne, chaque jour, 220 personnes visitent ce site, accessible via deux adresses: [www.initiative-des-alpes.ch](http://www.initiative-des-alpes.ch) ou [www.protection-des-alpes.ch](http://www.protection-des-alpes.ch).



Très appréciées: les randonnées de l'Initiative des Alpes

## 3. Randonnées et vente d'articles

En 2003, cinq **randonnées d'une semaine** ont connu un franc succès. Quant aux **randonnées d'un week-end**, seule quatre des huit proposées ont effectivement eu lieu, les autres ayant dû être annulées par manque d'inscriptions. Pour la première fois, de nouveaux accompagnateurs – hommes et femmes – ont été recrutés. Les intéressés ont bénéficié d'un week-end d'initiation animé par Andreas Weissen dans le Haut-Valais. Ces nouveaux guides partiront cette année avec un groupe de randonneuses et randonneurs en tant que «stagiaires», pour assumer eux-mêmes de façon autonome, dès l'an prochain, l'accompagnement de randonnées. C'est grâce au travail bénévole de ces guides que l'Initiative des Alpes peut proposer des excursions à prix modique.

L'an dernier, un envoi supplémentaire du prospectus des **articles-cadeaux** est intervenu: aux envois habituels du printemps et d'avant Noël est venu s'ajouter l'encartage du prospectus dans le numéro de septembre d'«**échos**». Le chiffre d'affaires réalisé grâce à la vente d'articles a été porté à plus de Fr. 200'000. Même si, au bout du compte, le bénéfice net est faible, la vente d'articles doit être poursuivie, car elle constitue principalement un moyen de fidéliser les membres et de promouvoir l'Initiative des Alpes.

## 4. Membres, comité et comité restreint

Une bonne cinquantaine de membres se sont réunis à Naters le 12 avril 2003 à l'occasion de l'**assemblée générale annuelle**. Les affaires à l'ordre du jour n'ont pas suscité de grosses discussions. Les membres du comité et du comité restreint, de même que le président, ont été confirmés dans leur fonction, et les comptes ont été approuvés. Siègent au comité: Fabio Pedrina (président),

Andreas Weissen (vice-président), Stefan Grass (membre du comité restreint), Christa Mutter (membre du comité restreint), Pietro Gianolli, Denys Roulin, Serge Picker, Paolo Peduzzi, Duscha Padrutt, Willy Perret-Gentil, Marlène Burri Perret-Gentil, Carlo Lepori, Lucia Lauener, Pia Hollenstein, Martin Graf, Georges Darbellay, Thomas Burgener, Armin Braunwalder, Johannes Brassel et Alf Arnold. Une visite du vieux village de Naters était au programme de l'après-midi, tandis que le lendemain, une randonnée en raquettes était proposée dans la région du Simplon.

En 2003, le **comité** de l'Initiative des Alpes s'est réuni pour un week-end de planification à Kippel et lors de cinq séances à Berne, qui étaient, comme de coutume, ouvertes à tous les membres intéressés.

Le **comité restreint** s'est réuni pour un week-end de planification à Airolo et lors d'une séance à Berne. Il a réglé les affaires courantes de l'association lors de 18 conférences téléphoniques. Dans la perspective de la votation sur Avanti, ces conférences, en temps normal mensuelles, ont eu lieu à un rythme hebdomadaire à partir de novembre.

## 5. Promotion des adhésions et récolte de fonds

Le dossier Avanti a également dominé la **récolte de fonds** en 2003. La nouvelle stratégie décidée et introduite en 2002 a, pour la première fois, déployé pleinement ses effets. L'opération consistant à joindre à chaque numéro d'«échos» une lettre et deux bulletins de versement s'est révélée très payante. En février, les destinataires d'«échos» ont été invités à faire don à l'Initiative des Alpes du montant versé par la Confédération à la population au titre du remboursement de la taxe sur les COV. Cette invitation à investir ce «dédommagement pour la pollution» dans le travail de protection active de l'environnement mené par l'Initiative des Alpes a séduit: les fonds récoltés ont plus que doublé par rapport à l'exercice antérieur. A partir du mois de mai, le deuxième bulletin de versement a été systématiquement réservé aux dons en faveur de la campagne contre Avanti.

La nouvelle stratégie de récolte de fonds prévoit la **location d'adresses** deux fois par année, cela afin de compenser les importantes pertes d'adresses consécutives aux envois non distribuables. L'envoi d'«échos» à des destinataires «extérieurs» en février, novembre et décembre (avec le numéro spécial Avanti) a permis de gagner 840 nouveaux donateurs.

L'Initiative des Alpes a en outre gagné 644 nouveaux

donateurs grâce au dépliant «Les Alpes ont besoin de votre initiative – tout particulièrement le 8 février 2004», paru entre novembre 2003 et février 2004 sous forme de supplément dans 16 différents périodiques. Grâce à cette mesure de récolte de fonds, l'Initiative des Alpes a pu faire valoir auprès de plus de 200'000 lectrices et lecteurs ses arguments contre Avanti. Nous remercions très chaleureusement les éditeurs de ces périodiques de nous avoir permis de faire paraître ce supplément à des conditions particulièrement avantageuses.

L'Initiative des Alpes n'a pas voulu laisser les surfaces d'affichage aux seuls partisans d'Avanti. Elle a donc demandé l'aide de ses plus gros donateurs. Des dons généreux lui ont permis d'augmenter de 10 pour cent son budget pour les affiches de votation au format B12.

En 2003, 18'198 personnes ont soutenu financièrement l'Initiative des Alpes – c'est 6'430 de plus que l'année précédente. Grâce à la générosité de ces donatrices et donateurs, l'Initiative des Alpes a plus que doublé ses recettes en 2003, ce qui a permis une campagne de vote efficace. Merci!

Depuis 1999, l'Initiative des Alpes est **reconnue d'utilité publique** et, à ce titre, bénéficie de l'exonération fiscale. Les dons versés à l'Initiative des Alpes peuvent ainsi être déduits du revenu imposable. Mais, fédéralisme oblige, chaque canton décide quelles sont les organisations qu'il entend reconnaître d'utilité publique. En 2003, les donatrices et donateurs ont déposé dans plusieurs cantons, avec l'aide de l'Initiative des Alpes, des demandes d'exonération fiscale, qui ont toutes reçu une réponse positive. En automne, l'Initiative des Alpes a même fait son entrée sur la «liste d'exonération fiscale» de la Conférence fiscale suisse (édition de janvier 2004). La plupart des cantons reconnaissent comme non imposables les dons aux organisations figurant sur cette liste.

## 6. Personnel

La croissance du chiffre d'affaires de la vente d'articles, l'engagement dans le cadre de la campagne Avanti, de même que la préparation du Congrès ITE et de l'anniversaire des 10 ans, en 2004, ont nécessité des **ressources supplémentaires en personnel**. Le 1<sup>er</sup> mars, le poste de responsable médias, occupé à titre intérimaire par Christa Mutter depuis le départ de Jan Gürke, a été confié à Ruedi Bomatter, dans le cadre d'un poste à 50 pour cent.

A partir du 25 août, une étudiante en politologie a travaillé durant un mois comme **stagiaire** au sein de l'Initiative

	fin 2002	fin 2003	mars 2004
<b>Altdorf</b>			
Alf Arnold <i>directeur, politique nationale</i>	60%	90%	70%
Toni Aschwanden <i>politique internationale</i>	30%	100%	30%
Ruedi Bomatter <i>médias</i>	–	50%	50%
Harriet Huonder <i>documentation, site Internet</i>	20%	30%	20%
Lucia Lauener <i>secrétariat, finances</i>	50%	80%	60%
Stefani Spilger <i>administration, envois</i>	50%	70%	50%
<b>Brigue</b>			
Ursula Schild <i>gestion membres/abos/dons</i>	25%	80%	30%
Doris Zurwerra <i>vente d'articles, randonnées</i>	30%	50%	40%
A. Weissen, P. Meyer, P. Schild <i>secrétariat de campagne</i>	–	180%	–
<b>Suisse romande</b>			
Matthias Buschbeck	25%	50%	–
Georges Darbellay	25%	80%	50%
<b>Total</b>	<b>315%</b>	<b>860%</b>	<b>400%</b>

des Alpes.

L'**effectif du personnel** a augmenté fortement en cours d'année: la capacité est passée de 3,15 à 8,6 postes à plein temps. Le 1<sup>er</sup> novembre, en raison de la campagne contre Avanti, les taux d'occupation de la quasi-totalité des collaboratrices et collaborateurs ont été accrus, et un bureau de campagne a été installé à Brigue, occupé par Andreas Weissen (responsable), Patricia Meyer et Peter Schild. Dès mars 2004 (après Avanti), 9 personnes se partageaient 4 postes à plein temps.

Le **bureau tessinois** demeure entre les mains du Syndicat suisse des cheminots et du personnel des transports (SEV), sur mandat (Pietro Gianolli et Patrizia Pellandini).

## 7. Infrastructure

Le 7 mars, l'équipe du bureau d'Altdorf a pris possession de ses **nouveaux locaux** situés à la Herrengasse 2. Après un week-end de déménagement, court mais intense,

**Bientôt vides: les locaux de la Kapuzinergasse**



l'activité a pu reprendre sans interruption à la nouvelle adresse. A fin octobre, il a été décidé de ne plus consommer que de l'écocourant au bureau d'Altdorf (petites usines hydroélectriques, énergie solaire et éolienne, biogaz).

## 8. Finances

En raison de la campagne contre Avanti, le budget 2003 prévoyait un déficit de Fr. 200'000. Bien qu'à l'automne, décision ait été prise de mener une campagne pour la protection des Alpes en plus des engagements financiers au sein du Comité Avanti-Non, le déficit n'a pas été aussi important que prévu, cela grâce à de substantielles recettes supplémentaires. Les comptes 2003 de l'Initiative des Alpes ont bouclés sur une somme de Fr. 1'626'606.70 du côté des produits et de Fr. 1'778'129.50 du côté des charges, et sur un déficit de Fr. 151'522.80.

Les **recettes de l'association** ont été portées à Fr. 1'609'120 (+119%). La boutique y a contribué à hauteur de Fr. 9'120 et les randonnées à hauteur de Fr. 4'631.

En 2003 et durant les premiers mois de 2004, l'Initiative des Alpes a dû faire face à un surcroît de dépenses de plus de 1,3 million de francs pour la campagne de vote contre Avanti. Ce chiffre n'englobe pas les travaux ordinaires de l'Initiative des Alpes concernant le dossier Avanti, ni les dépenses supplémentaires générales liées à la campagne (frais administratifs, travail de presse, etc.). Les dépenses de la campagne contre Avanti sont réparties à parts à peu près égales sur les comptes des deux années.

Au cours de l'exercice 2003, les **charges du personnel** comme les **autres charges** ont donc augmenté considérablement (+142%). Les charges du personnel ont mobilisé environ 27% des recettes de l'association; elles compre-

naient le travail de presse, le travail lié aux projets, ainsi que le lobbying. Les produits destinés aux médias ont mobilisé environ 20% des recettes, les frais de locaux et les frais d'administration 10%. Les frais matériels liés aux activités et campagnes ont représenté quelque 27% des recettes; 24% des recettes ont été investies dans la récolte de fonds, dans l'affiliation à d'autres organisations et dans les organes de l'association.

Le déficit a été porté au fonds constitué pour les campagnes, qui s'est ainsi réduit de Fr. 345'000 à Fr. 193'477.

## 9. Perspectives 2004

Avec la **votation sur le contre-projet Avanti** et le **10<sup>e</sup> anniversaire de l'article constitutionnel**, deux gros projets vont nous mobiliser en début d'année.

La diffusion de l'idée d'une **bourse du transit alpin** se poursuivra sur le plan national comme sur le plan international, en tant qu'alternative à la politique du transfert modal, de plus en plus soumise à la pression exercée par les mesures d'économies. Un dépliant devra présenter cette idée en détail.

Cette année également, un **«Prix des transports absurdes»** sera décerné pour dénoncer des trajets inutiles.

Sur le **plan international**, le projet de lobbying en faveur de la RPLP en France et le projet de lobbying «Safe and Sustainable Freight Transport» seront poursuivis.

L'Initiative des Alpes continuera de diffuser ses messages clés dans les **médias**. Le journal «échos» paraîtra cinq fois et le site Internet sera actualisé régulièrement. A l'automne au plus tard, une brochure d'information et un petit dépliant pour la promotion des adhésions seront produits.

Le **programme de récolte de fonds** sera poursuivi de manière ciblée. Etant donné qu'une somme d'environ Fr. 650'000 au titre de la campagne contre Avanti grève les comptes 2004, d'autres mesures de récolte de fonds (p. ex. sollicitations téléphoniques) devront être prises en cas de forte diminution des recettes après la votation.

Les réserves de l'Initiative des Alpes étant totalement épuisées, des contrôles de liquidités et de coûts très stricts devront être effectués pour passer ce cap financier difficile. Notre objectif est d'éviter à l'association un endettement, cela grâce au généreux soutien des donatrices et donateurs. Un crédit contracté auprès de la Banque Raiffeisen et arrivant à échéance à la fin de l'année nous permettra de surmonter les éventuels problèmes de liquidités.



## 10. Annexes (tableaux)

<b>Comptes de résultat 2003</b>			
<b>Charges en Fr.</b>		<b>Produits en Fr.</b>	
Personnel	445'809.19	Abonnements et cotisations des membres	649'285.65
Locaux et administration (y c. déménagement)	158'275.68	Dons	337'046.91
Association et récolte de fonds	386'292.12	Campagne (dons, vente de drapeaux)	622'787.75
Médias et CD	317'463.80	Boutique	9'119.55
Actions et campagnes	443'858.10	Randonnées	4'630.74
Autres et amortissements	26'430.61	Intérêts	3'736.10
<b>Total charges</b>	<b>1'778'129.50</b>	<b>Total produits</b>	<b>1'626'606.70</b>
		<b>Déficit 2003</b>	<b>151'522.80</b>

<b>Campagne contre Avanti 2003 et 2004 (état le 1.4.2004)</b>			
<b>Charges en Fr.</b>		<b>Produits en Fr.</b>	
Personnel	247'394	Dons campagne	1'062'805
Campagne commune – participation au comité	400'000	Vente de drapeaux	47'427
Campagne pour la protection des Alpes	467'792		
«échos» spécial et récolte de fonds	239'139		
<b>Total charges</b>	<b>1'354'325</b>	<b>Total produits campagne</b>	<b>1'110'232</b>
		<b>Déficit campagne</b>	<b>244'093</b>

<b>Bilan au 31.12.2003</b>			
<b>Actifs en Fr.</b>		<b>Passifs en Fr.</b>	
Liquidités	662'609.61	Engagements à court terme	420'257.73
Créances	43'086.25	Régularisation de passifs	1'600.00
Stocks	20'778.68	Provisions	3'568.40
Régularisation d'actifs	11'656.35	Fonds pour les campagnes	193'477.20
Actifs immobilisés	10'022.45	Capital propre	129'250.01
<b>Total actifs</b>	<b>748'153.34</b>	<b>Total passifs</b>	<b>748'153.34</b>

<b>Budget 2004</b>			
<b>Charges en Fr.</b>		<b>Produits en Fr.</b>	
Personnel	470'700.00	Abonnements et cotisations des membres	690'000.00
Locaux et administration	130'000.00	Dons et legs	304'000.00
Association et récolte de fonds	284'000.00	Campagne (dons, vente de drapeaux)	550'000.00
Médias et CD	281'500.00	Boutique	30'000.00
Actions et campagnes	630'160.00	Randonnées	20'000.00
Autres et amortissements	14'315.00	Intérêts	1'000.00
<b>Total charges</b>	<b>1'810'675.00</b>	<b>Total produits</b>	<b>1'595'000.00</b>
		<b>Déficit 2004</b>	<b>215'675.00</b>