



«Le mariage est sans doute l'institution la plus importante, un gage de stabilité et une promesse d'avenir pour le couple, les enfants et quelque part pour l'Humanité toute entière. L'initiative de marriageweek doit être soutenue».

Christophe Darbellay
Conseiller national PDC

Marriageweek 2009 rapport

"S'entendre dans un couple n'est pas toujours facile. Il faut reconnaître l'autre dans sa différence, ses besoins et ses attentes. Il faut aussi reconnaître les siens et oser les exprimer. Mais n'est-ce pas l'une des plus belles expériences humaines qui nous soit donné de vivre?"

Giselle Ory
Conseillère aux Etats PSS

Buts et présentation	page 3
Activités	page 4
Bilan	page 5
Bilan financier	page 6
Marriageweek 2010	page 7
Marriageweek International	page 8

Marriageweek 2009 en chiffres :

480'000 personnes ont entendu parler de MW à la radio ou à la télévision

100'000 personnes ont lu une brochure, une affiche ou une annonce

4'000 personnes ont eu un contact direct avec une activité MW

100 groupes ont participé comme donateurs ou organisateurs d'événement

23 personnalités ont soutenu MW avec une citation

12 groupes et 30 personnes indépendantes ont apporté leur soutien financier à MW

L'initiative 2009 a coûté CHF 53'000.-.

Marriageweek 2009 rapport

Buts et présentation

"Aborder avec humilité mais promouvoir avec force et détermination la forme familiale la mieux à même de garantir la pérennité de l'Humanité".

Maurice Chevrier
Conseiller national PDC

Une semaine chaque année pour encourager chaque couple à vivre son rêve d'une relation intense pour la vie.

Communiquer un message d'espoir pour chaque couple

Encourager les couples à investir dans leur relation

Réduire le nombre de divorces

Améliorer les relations quotidiennes pour les couples et les familles

Agir à temps pour faire une différence

Quand un couple ou une famille se disloque, cela représente plus que simplement un échec pour les personnes concernées. Les répercussions touchent beaucoup de domaines : les enfants, les patrons, les amis et la société dans son ensemble paient le prix.

Dans une étude publiée par Guy Bodenmann (CH) et John Gottman (USA), sur les six principaux motifs de divorce des couples, cinq d'entre eux pourraient être évités en apprenant certaines techniques de base relationnelles.

Les organisations qui travaillent avec des couples et des familles s'accordent pour dire que si nous pouvions communiquer plus tôt avec les couples, alors beaucoup de difficultés pourraient être évitées.

Qu'est-ce que c'est Marriageweek ?

Chaque année, du 7 au 14 février, Marriageweek donne l'occasion aux couples de se concentrer spécialement sur leur relation.

Marriageweek encourage cette dimension et met l'accent sur une relation à long terme ; améliorer la communication, construire l'amitié, vivre le pardon et faire quelque chose de sympathique à deux.

Des activités qui vont d'une simple nuit à l'hôtel à une évaluation sérieuse de sa relation de couple. Ceux qui se préparent pour le mariage peuvent examiner de plus près le choix de leur partenaire.

Marriageweek 2009 rapport

"C'est avec un grand intérêt que j'ai pris connaissance du contenu de votre lettre et de la brochure «mariage week»... Je félicite toutes les familles qui jouissent de circonstances favorables et savent réaliser une vie de couple heureuse et stable."

Micheline Calmy-Rey
Présidente de la
Confédération 2007

Galas, conférences et autres activités pour couples

Soirées spéciales aux restaurants

Réseaux d'organisations avec des objectifs similaires

Informers les couples des offres et des opportunités

Soutien des politiciens et des personnalités publiques

Présence sur Internet

Activités pour les couples pendant MW 2009 :

- Souper de gala pour couples, Neuchâtel : 70 participants
- Conférence avec un thérapeute conjugal, Sion : 80 participants
- Petit-déjeuner pour couples, Oron-la-Ville : 40 participants
- Excursion en raquettes, suivi d'une fondue, Lyss
- 17 différentes activités à Lyss
- 8 différentes activités à Thun
- 3 soupers aux chandelles à Bern : 100 participants

Plus de 100 offres et liens pour diverses activités ont été proposés sur le site internet de MW durant 2009.

Cinq villes ont profité de la publicité spécifique pour faire connaître au public les différentes offres de MW à Thun, Lyss, Werdenberg SG, Sion et Neuchâtel.

"Si le mariage n'existait pas... il faudrait l'inventer. Même lorsque l'expérience de beaucoup de gens semble indiquer l'opposé, le mariage est le meilleur endroit pour une personne pour grandir et se développer. Beaucoup d'études montrent que Dieu, "l'inventeur" du mariage, savait ce qu'il faisait : les gens mariés vivent plus longtemps, sont en meilleure santé, psychologiquement plus stables, souffrent moins de stress et se sentent plus heureux. Cela vaut la peine d'investir dans son mariage!"

Dr. Manfred Engeli

Dépliants/affiches

Dépliants distribués :	10'000
Affiches :	300
Affiches bus :	300
Affiches librairie :	5

TV / Radio

TV publicité, NE	100'000 spectateurs
TV programme, BL	120'000 spectateurs
Radio Thun	50'000 auditeurs
Article journal BL	60'000 lecteurs
Werdenbgr. u. Obertoggenbgr.	20'000 lecteurs
Article journal Sion	42'000 lecteurs*
Fenster zum Sonntag	110'000 spectateurs
Radio Life channel	40'000 auditeurs
Radio E. Switzerland FMI	70'000 auditeurs

Publicité

Aligro restoguide	(30'000)
Assurance groupe "Pro-life"	(20'000)
SSF	(1'800)
Echo Magazine	(6'000)
YWAM Swiss romande	(5000)

Internet

Liens depuis les sites internet suivants :

Pro-familia	
Coalition pour la famille	
Marginal sports	
Total visiteurs	5'669 (de Suisse)
Total pages visitées	47'000
Temps moyen sur le site	4 minutes

Nombre de personnes directement en contact avec Marriageweek* : 4'000

Nombre de personnes qui ont vu la publicité de Marriageweek* : 480'000

*estimations prudentes.

Bilan financier

"Le mariage n'est pas seulement l'union de deux êtres, il engage la communauté toute entière aussi. En effet, le mariage est l'institution qui permet de solidifier une société. Soutenir les familles et les couples est sans aucun doute indispensable. Pour avoir moi-même eu l'occasion de vivre avec mon épouse un week-end pour couples, je sais l'importance qu'il y a à consacrer du temps à son foyer. «mariage week» y contribue fortement. Je m'en réjouis ."

Claude Ruey
Conseiller national

Impression publicité (y compris graphisme)	15'000
TV publicité	6'000
Maintenance du site internet	6'000
Coût total pour la publicité	27'000
Frais du personnel	21'000
Administration (bureau, tél., etc.)	5'000
<u>Total dépenses 2009</u>	<u>53'000</u>

Les dons sont mentionnés par année. Les donateurs peuvent demander à garder l'anonymat. Mariageweek ne publiera pas les montants des dons par donateurs. Une demande d'exonération de taxes est en cours, ainsi qu'une reconnaissance du statut d'utilité publique.

Mariageweek est une association indépendante et son financement est soumis au contrôle extérieur d'un comité (présidé par M. Armin Suter, ex-syndic d'Aubonne) qui établit un rapport qui peut être consulté par les personnes intéressées.

Donateurs 2009

Donateurs commerciaux, dons supérieurs à CHF 500.-
ALIGRO - Vaud, Genève, Valais
BLUESKY-TRAVEL.CH - 1400 Yverdon
COMPASSION - 1426 Concise
DEEP SERVICES - 1617 Remaufens
GARAGE ROUGE - 1072 Forel

GITE LA COMBE - 2889 Ocourt
MARGINAL SPORTS ET CYCLES - 1610 Oron-la-Ville
RIMUSS - 8215 Hallau
YELLOW PAGES - 1196 Gland
Autres dons reçus par des restaurants, une fondation et des personnes individuelles.

Marriageweek 2009 rapport

"En tant que jeunes mariés et passionnés de sports, nous allons beaucoup dans la nature. Faire des activités ensemble nous lie, comme par exemple l'escalade, et cela donne la fraîcheur nécessaire à notre mariage. En plus, notre confiance est renforcée l'un pour l'autre. Avoir des intérêts communs est précieux pour un couple. Mais il est aussi important de ne pas négliger des loisirs individuels."

Franzi Mägert-Kohli
2009 champion
snowboardeuse

Stratégie

1. Continuer à se concentrer sur les villes.
2009: Thun, Lyss, Werdenberg SG, Sion, Neuchâtel
2010: Bern, Thun, Lyss, St. Gallen, Winterthur, Basel, Sion, Neuchâtel, Genève, La Chaud-de-Fonds, La Broye.
2. Constituer des équipes de 5-8 personnes dans chaque région. Développer du matériel et des structures pour soutenir les activités locales.
3. Créer une image plus uniforme à l'échelle nationale (corporate design) pour la publicité. Donner plus de priorité à la communication faite à la presse écrite.
4. Rafraîchir et améliorer le site Internet. Inclure davantage de liens de références vers des articles.
5. Impliquer un plus large éventail de donateurs et de soutien politique.
6. Lancer une étude sur le coût du divorce par le biais d'une agence de travail (BCC), consacrée à un canton représentatif (Argovie).
7. Continuer à inclure des commerces et des restaurants dans la mise en œuvre du message de Marriageweek.

Marriageweek International

"Mon mariage n'a pas changé ma vie, mais l'a rendue plus belle. Je trouve ça incroyable que deux êtres puissent se promettre de vivre l'un pour l'autre et se vouer fidélité. Je ne suis pas fan des contes de fées; mais quand il en survient un, il ne faut pas le boudier. Il n'y a rien de naïf là-dedans, juste que trouver l'homme de sa vie, c'est fabuleux. Je souhaite cela à tout le monde."

Alessandra Sublet
Animatrice télévision

Marriageweek a été créé par Richard Kane en Angleterre (1998).

Depuis, d'autres pays ont suivi :

Suisse
Allemagne
Belgique
Irlande du Nord
Irlande du Sud
Hollande
République tchèque
Hongrie
USA
Australie

La structure internationale de Marriageweek est facilitée par le biais d'une association Marriageweek International, fondée à Genève. Les droits internationaux sont détenus par Futurway Trust, UK. Chaque nation est financièrement indépendante et peut modifier la stratégie et l'image pour que tout concorde d'une manière optimale avec son pays.

Marriageweek 2009 rapport