

Flash sur les Finances de la FIMC

Interview avec le trésorier de la FIMC, Håkan Wickström

Par Andrea Angelini, Rédacteur en Chef de l'ICB

Andrea Angelini: Il y a quelques années, la situation financière de la FIMC n'était pas très brillante à cause de plusieurs problèmes dans le passé. Quelle est la situation actuelle?

Håkan Wickström: Grâce aux personnes responsables pour différents domaines au sein de notre Conseil d'administration, qui ont assumé leurs obligations envers notre organisation sans ménager leurs efforts et leur temps, on peut constater que pendant les deux dernières années la FIMC n'a pas cessé de progresser, d'évoluer, et a renforcé son rôle dans tous les domaines.

AA Comment les résultats de ces efforts se reflètent-ils concrètement dans les finances?

HW Vu que nous n'avons plus de salariés, sinon le Chef de bureau, nous économisons des dépenses en salaires; et comme nous n'avons plus de frais de location de bureau élevés, notre trésorerie ordinaire couvre toutes nos dépenses.

AA D'autres facteurs ont-ils amélioré la situation financière?

HW Oui, nous avons eu plusieurs bons projets, dégageant un

certain profit pour la FIMC, ce qui a permis une épargne à réinvestir dans des actions futures. Et en analysant les dépenses tant quotidiennes qu'annuelles, nous constatons que nous avons pu économiser de l'argent dans ces postes-là aussi. En outre, comme déjà mentionné, pour le moment nous avons suffisamment de recettes pour couvrir nos besoins courants du fait que nous n'avons plus de poste salarié de Secrétaire général ni de Directeur général; et nous n'allons pas recréer ces postes sans être sûrs que les recettes dépasseront les dépenses, même au cas où ces dernières devraient augmenter.

AA Comment peut-on envisager l'avenir de la FIMC, et quels sont les défis importants à prévoir du point de vue financier?

HW Les deux points importants quant à la vie quotidienne de la FIMC, les voici : nous devons tout d'abord augmenter significativement le nombre d'affiliés, donc les cotisations; et le deuxième objectif à prendre en compte est que nous devons suivre de près le nombre de publicités dans nos publications, car la publicité nous apporte des recettes à court terme. En outre, quelques sponsors de poids pourraient nous apporter un revenu important à long terme, permettant d'assurer le développement et l'élargissement durables de la Fédération Internationale pour la Musique Chorale.

Traduit de l'anglais par Maria Bartha (France)

Edited by Gillian Forlivesi Heywood, Italy