

Point de mire

La Tribune Indépendante des

Entrepreneurs de la Finance

L'EDITORIAL

Le mystère de la croissance

L'accélération de la croissance est la grande priorité des responsables politiques de ce monde. «Mais que savent au fond les politiciens de la croissance? Et où leurs connaissances s'arrêtent-elles?» se demande le FMI dans une de ses récentes publications. Démythifier la problématique de la croissance n'est point chose aisée.

Justement, le FMI vient de réajuster à la hausse ses prévisions de croissance pour l'ensemble de la planète. Grâce aux Etats-Unis où l'activité ne fléchit pas et, depuis peu, au redémarrage du Japon et à l'amélioration des économies de la vieille Europe, mais surtout grâce au formidable bond en avant de l'Asie et des pays émergents, le monde devrait se rapprocher de ce mytique sentier de croissance de 5% que l'OCDE, dans les années 70, préconisait à ses membres d'atteindre. Ce taux idéal aux yeux de ce grand club regroupant alors exclusivement les pays les plus industrialisés, aurait dû, quasi automatiquement, assurer à tout l'Occident une progression économique harmonieuse et surtout le plein emploi. Le rôle de l'Etat avait été aussi clairement défini: être un acteur neutre dont l'activité principale consiste à corriger, du mieux qu'il le peut, les facteurs d'influence externes et internes de la sphère économique, de les anticiper même et de les corriger par diverses interventions ciblées. De fait, ce taux mytique n'a eu qu'une très courte durée de vie bousculé qu'il fut, dès sa formulation, par les premiers chocs pétroliers et l'éclatement des changes fixes.

Après 30 années de tourments considérables, l'Occident aurait-il retrouvé cet état de grâce? On pourrait le penser en se référant aux bonnes nouvelles qui affluent de partout, aux résultats extraordinaires qu'affichent toujours plus d'entreprises, notamment les banques. Mieux encore, les finances publiques, longtemps calamiteuses, au plan cantonal surtout, commencent à passer du rouge au noir. Tout semble donc aller pour le mieux dans le meilleur des mondes! Il s'agit pourtant d'être prudent et de savoir raison garder. Paradoxalement, c'est cette même OCDE qui vient aujourd'hui nous rappeler que la Suisse, à terme, risque de se trouver piégée par un problème de trop faible croissance, conjugué à une surréglementation fédéraliste qui pourrait progressivement nous étouffer. Les experts parisiens nous recommandent dès lors d'ouvrir notre économie, de décloisonner nos marchés et de renforcer partout la concurrence. Écoutons-les même si l'on sait que les experts peuvent aussi se tromper!

Jean-Pierre Michellod

Portrait

PASCAL BROULIS

PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ÉTAT VAUDOIS

CHEF DU DÉPARTEMENT CANTONAL DES FINANCES

LAUSANNE

Pascal Broulis, qui dirige le département des finances du Canton de Vaud depuis le 23 avril 2002, est incontestablement l'artisan – pour ne pas dire le magicien – du retournement spectaculaire de l'état de santé des finances vaudoises. Le canton de Vaud, qui se trouvait aux prises avec des difficultés financières depuis plus de quinze années va donc mieux. Mais, et Pascal Broulis l'a clairement souligné dans ses récentes déclarations à la presse «Il ne faut pas céder au chant des sirènes», il s'agit là d'une amélioration réelle mais très fragile. Nous avons demandé au Conseiller d'Etat Pascal Broulis qui, depuis le début 2006 est également le Président du Conseil d'Etat vaudois, de nous faire part de ses réflexions sur quatre points.

Entretien

PdM: Votre méthode d'assainissement «à petits pas» des finances cantonales, une approche que d'aucuns avaient fortement critiquée voire mise en doute, a donc porté ses fruits. Après 16 années continues de déficits préoccupants des comptes de fonctionnement du canton, vous êtes, Monsieur le Conseiller d'Etat, le premier chef des finances vaudoises depuis 1989 à avoir pu boucler un exercice annuel sur un excédent. Celui-ci n'est peut-être pas considérable au vu du budget global de l'Etat et par rapport à ses déficits cumulés qui sont de l'ordre encore d'environ 3 milliards de francs et une dette d'environ 7 milliards et ce, même si pour cette dernière elle a pu être légèrement réduite en raison du milliard provenant des ventes d'or de la BNS et des 200 millions de francs résultant du remboursement, par la Banque cantonale vaudoise, de la première tranche des bons de participations souscrits par le canton et de la vente de quelques objets immobiliers non utilisés par l'Etat. Néanmoins c'est une victoire porteuse de grandes promesses! Un exemple aussi pour d'autres cantons romands, Genève surtout, dont l'état des comptes est toujours désastreux. Pouvez-vous nous rappeler les grandes étapes de la stratégie mise en place, souligner ses principales caractéristiques et nous préciser ce qu'il reste encore à mettre œuvre par rapport à ce qui a été réalisé à ce jour?

PB: Au niveau stratégique, il fallait que le collège gouvernemental se fixe comme l'un de ses objectifs 2002-2007 l'assainissement des finances vaudoises. Ensuite ce n'est plus une question de stratégie mais de méthode: il fallait que le Conseil d'Etat se mette d'accord sur le genre de mesures à adopter. Une fois le consensus obtenu, le Conseil d'Etat a fixé des objectifs à chaque service, à chaque entité, bloqué nombre de projets, pris des mesures transversales y compris en cours d'exercices budgétaires comme en 2003 et 2004 et s'est montré particulièrement inflexible sur les crédits supplémentaires en cours d'année.

D'un point de vue purement chronologique, dès l'exercice 2003 sept programmes d'assainissement se sont succédé pour un montant de 372 millions et correspondant à 882 mesures listées. Le plus important dans ces listes de mesures était d'assurer leur faisabilité: risquaient-elle de péjorer, de manière notable, la vie de certaines catégories de Vaudois? Pouvaient-elles rencontrer l'assentiment d'une majorité importante de députés? Pour l'avenir proche 2006 et 2007, il convient de continuer à contenir la croissance des charges. Dans l'équilibre 2005, il y a une part conjon-



Photo © Nicole Chuard/Davis Prêtre/States

turelle sur laquelle il serait dangereux de s'appuyer. Il importe donc de réaliser encore les mesures prévues à hauteur de 60 millions pour le budget 2007. De nouveau le Conseil d'Etat privilégiera de nombreuses petites mesures acceptables à une ou deux grandes qui provoqueraient des oppositions frontales. Je dirai qu'une fois les comptes 2006 clos et ceux de 2007 bouclés sur un excédent, on pourra prétendre que le déficit structurel de l'Etat est éradiqué. Pas avant.

PdM: Vos détracteurs ont accusé le gouvernement vaudois, non pas de ne pas encaisser suffisamment de revenus, mais au contraire de ne pas savoir maîtriser ses charges et ses dépenses et d'avoir par ailleurs considérablement accru la pression fiscale au cours de ces quinze dernières années. Aujourd'hui, les collectivités publiques, à tous les échelons, sont invitées par le gouvernement fédéral, par le biais de son Secrétariat à l'économie, le Seco, qui reprend pour lui les recommandations de l'OCDE, à tout mettre en œuvre pour favoriser la croissance renaissante de l'économie helvétique, en simplifiant les chicanes administratives et en évitant notamment tout relèvement de la fiscalité. Comment réagissez-vous à de tels propos? L'effectif du personnel de l'Etat de Vaud est-il adé-

quat? Ne craignez-vous pas – même si votre canton va sans doute bientôt bénéficier d'un rating meilleur – que le service de la dette ne s'alourdisse sous le poids d'un relèvement généralisé du loyer de l'argent? Comment, dans ces conditions, allez-vous poursuivre votre programme d'assainissement et de réduction des charges courantes? A l'avenir il n'y aura plus de contribution spéciale de l'institut d'émission, comment donc réduire le toujours lourd endettement de l'Etat sans relèvement de la fiscalité? Une concurrence fiscale non négligeable est en train de se mettre en place en Suisse; même en Romandie où le canton du Valais, par exemple, semble attirer aujourd'hui non seulement de riches étrangers mais aussi de grandes fortunes jusque là résidentes en région valdo-genevoise. Comment réagir à cette situation au niveau du canton dont vous êtes le grand argentier?

PB: «Gérer les finances publiques ça ne se décrète pas à coup de slogans, ça se vit!» Pour la question qui touche à la maîtrise des charges c'est vrai qu'entre 1990 et 2001 l'Etat dépensait plus que le budget alloué par le Parlement; dès 2002 cette situation a changé et la volonté de maîtriser les charges est de mise depuis plus de 40 mois. Concernant la pression de la fiscalité

SOMMAIRE

PORTRAIT

→ (suite de la page 1)

vaudoise, cette dernière n'est pas plus forte aujourd'hui qu'en 1989. De manière globale, le canton de Vaud est au milieu du classement des cantons en terme de pressions fiscales. En matière de contribuables fortunés, je n'ai pas pour l'heure l'impression que Vaud subit une hémorragie, mais attention à trop vouloir mettre en exergue certains contribuables: il y a des risques d'exode! Vaud doit rester fiscalement concurrentiel et ne peut se permettre de faire fuir les grandes fortunes. En raison de l'endettement actuel du canton et de projets indispensables comme de pallier la pénurie de places en garderies, je suis convaincu qu'il est tôt pour parler de baisses fiscales. A la publication des comptes 2007, en mars 2008, il sera opportun d'évoquer la question dans un débat plus large, ceci en lien avec les réformes fiscales actuellement discutées devant les chambres fédérales dont notamment l'imposition de la famille. La planification financière prévoit une décade de la dette jusqu'à là. Le Canton sera alors plus solide sur ses pieds pour déterminer s'il faut donner la priorité à une baisse fiscale ou à la remise à niveau de certaines prestations dans les domaines sensibles. Il y aura alors un débat entre les forces politiques en présence. Le débat s'annonce passionnant et sera sans doute arbitré par les citoyens.

PdM: Le canton de Vaud est un pays à lui tout seul. Mais il s'inscrit aussi dans le cadre d'une région: l'Arc lémanique. Les sociétés étrangères, lorsqu'elles cherchent un lieu d'implantation en Suisse romande, sont très attentives à cette notion de région qui s'articule sur plusieurs frontières cantonales. Le Centre de Recherches Appliquées de l'Université de Lausanne, déjà du temps de son fondateur le professeur Lambelet, planche sur le calcul du PIB de cette entité économique appelée aussi le «Triangle d'Azur», mais il se heurte à des statistiques cantonales, notamment financières, difficiles à intégrer. Déterminer le produit intérieur brut de cette région permettrait-il une meilleure gestion du ménage cantonal vaudois, notamment en matière de dépenses d'infrastructures? A l'heure de la grande Europe, où en est la coopération intercantonale entre les cantons de Vaud, du Valais et de Genève, en matière de finance publique en particulier?

PB: Le service de la statistique vaudoise travaille sur cette question et collabore actuellement avec divers partenaires à la détermination d'un PIB cantonal qui permettra sans doute de mieux savoir où on en est. Ceci sans oublier les autres types de statistiques concrètes telle que: le vieillissement, les projections en termes scolaires de besoin sociaux et hospitaliers. A mon échelle, je préside la conférence des directeurs des finances des cantons latins et pense qu'il y a des collaborations souhaitables et utiles à développer impérativement comme par exemples l'échange d'information (politique salariale, ...) la reprise de concepts informatiques développés par d'autres (partage des coûts), la construction et le soutien à des infrastructures intercantionales notamment dans les domaines hospitaliers ou universitaires

(site unique pour le Chablais vaudois et valaisan, collaboration universitaire Vaud-Genève). Par ailleurs, je suis assez sceptique sur la naissance d'une grande région lémanique qui transcende les cantons- peut-être parce que je suis un habitant de Sainte-Croix- et reste convaincu que les cantons ont de très beaux jours devant eux. A l'inverse le jour où l'on voudra par rationalité pure faire coïncider les régions linguistiques et politiques, la Suisse partira en morceaux. J'en suis convaincu.

PdM: Le travail gouvernemental ne devrait jamais être le fait d'une majorité contre une autre, mais un vrai travail d'équipe. Incontestablement, depuis votre élection au Conseil d'Etat vaudois vous êtes parvenu à rallier à vos thèses des courants apparemment contradictoires. Ce rôle de rassembleur explique aussi votre succès. Celui-ci est particulièrement marqué cette année où vous assumez, en sus de votre mandat ministériel, la charge de Président du Conseil d'Etat vaudois. Aujourd'hui, le gouvernement que vous présidez semble avoir retrouvé une parfaite collégialité. Les choses pourraient profondément évoluer en 2007. Dans l'histoire, vous resterez le dernier magistrat à avoir assumé la présidence annuelle du gouvernement vaudois. Avec la nouvelle Constitution le mandat présidentiel sera exercé pendant une législature, soit pendant cinq années. Comment envisagez-vous, l'an prochain, de poursuivre votre plan d'assainissement des finances vaudoises dans ce nouveau contexte politique? Un conseiller national vaudois expliquait récemment devant la presse que «les conseillers d'Etat vaudois sont d'abord des chefs de département» et que «le Conseil d'Etat vaudois n'exerce pas de fonction stratégique». Etes-vous d'accord avec cette double affirmation? Va-t-elle s'appliquer encore avec l'entrée en vigueur de la nouvelle Constitution vaudoise? Comment envisagez-vous votre rôle et votre position dans

le cadre de la nouvelle constellation gouvernementale qui se mettra en place au printemps 2007?

PB: Les Slaves ont un proverbe: «Il faut d'abord sauter et ensuite dire Hop». En d'autres termes, je ne sais pas du tout à quoi ressemblera le prochain gouvernement et si même j'aurai mon mot à dire dans le prochain Conseil d'Etat. Pour l'heure je suis heureux comme chef du département des finances et postulerai pour y rester encore cinq ans si mon parti et le peuple le veulent.

Pour ce qui est de la présidence, je trouve cette tâche captivante et passionnante et c'est avec une certaine nostalgie que je vis la dernière présidence d'une année complète. L'assemblée constituante a décidé de cette présidence d'une législature à un moment de fortes turbulences. Je ne sais pas si elle aurait décidé de même aujourd'hui. En lien avec les règles de la collégialité et au respect qu'elles imposent les sept membres actuels du Conseil d'Etat jouent très bien le jeu. Il faut surtout rendre hommage à l'alchimie de groupe, qui, comme vous le laissez entendre, fonctionne dans la configuration présente. Pour terminer, concernant l'aspect stratégique de la fonction, je suis en désaccord total avec l'affirmation de ce conseiller national vaudois qui, si je ne m'abuse, aspire à d'autres destinées. Pour ma part après plus de quatre années passées au sein du Gouvernement vaudois, je pense que nous avons deux rôles à jouer: d'une part «gouverner» collégialement en présentant et en défendant notre vision stratégique au travers du programme de législature valable pour 5 ans et de le suivre, ce que l'actuel gouvernement a fait et, d'autre part, gérer et non pas «gouverner» notre département respectif.

JPM

L'EDITORIAL

PAGES

- Le mystère de la croissance 1

PORTRAIT

- Pascal Broulis, Président du Conseil d'Etat vaudois, Chef du Département cantonal des finances 1 et 2

ASPECTS ÉCONOMIQUES ET FINANCIERS

Finances publiques

- Les comptes vaudois passent du rouge au noir 3

ASPECTS JURIDIQUES & ECONOMIQUES

Au carrefour de la finance

- Investissima et le 1^{er} Geneva World Financial Forum 4

Le point de vue de l'économiste

- The Global Economy and Central Banks' Monetary Policy-Making 5

CRÉATION DE VALEUR

Dossier – Pour la bonne cause ou la responsabilité sociale des entreprises

- Banques, marketing et volonté caritative 6
- A chacun sa philanthropie 7

Fondation Solaqua

- Désinfection de l'eau par irradiation solaire - une idée qui a convaincu Wegelin & Co. Banquiers Privés 8

CONSEIL & AIDE À LA DÉCISION

Entrepreneur et e-commerce

- Web ou Commerce: Faut-il choisir? 9

COMMUNICATION

- Politique d'image: l'Art de donner confiance, de rassurer et de se faire aimer 10

Médias

- Presse gratuite / Relations publiques 10

FORUM

Echos des affaires et de l'économie

- OCDE: Pour une Suisse moins réglementée 11
- Surveillance du secteur financier 11
- Note de lecture: «Maîtriser les règles de lutte contre le blanchiment d'argent dans les banques» 11
- Vie des sociétés 11
- Abonnez-vous! 12

PROCHAIN NUMÉRO:
Été 2006

CLÔTURE DE LA RÉDACTION:
16 JUIN 2006



PROFIL Pascal Broulis

Origine Sainte-Croix

Date de naissance le 3 avril 1965

Etat civil Marié, un fils né en 2003

Fonctions actuelles

Président du Conseil d'Etat vaudois

Chef du Département cantonal des Finances dès avril 2002

Parcours professionnel

- 1996 - 2002 BCV Lausanne, adjoint de division, directeur adjoint
- 1996 - 2002 Responsable de l'état-major de la Division logistique de la BCV Lausanne
- 1996 - 2002 Président de la Task force interne BCV sur les avoirs en déshérence
- 1995 - 2000 Responsable de la planification de la fusion CFV-BCV
- Vie Politique 1997 - 2002 Président de la Commission des finances du Grand Conseil
- 1990 - 2002 Député au Grand Conseil vaudois
- 1996 - 2002 1^{er} Vice-président du Parti radical-démocratique vaudois
- 1996 - 2002 Co-Président et fondateur du Forum interparlementaire romand

Vie Associative

1998 - à ce jour Membre du conseil de fondation du Théâtre de Vidy, Lausanne

Aptitudes et savoir-faire

- Grande habitude de la gestion d'opération et de la négociation
- à l'aise dans les relations humaines et sens de l'esprit d'équipe
- connaissance du paysage socio-économique vaudois et romand
- aime relever de nouveaux défis

Loisirs et intérêts

Histoire (période antique), marche, voyages, musique, opéra et théâtre

FINANCES PUBLIQUES

Les comptes vaudois passent du rouge au noir

Voilà seize ans que l'événement ne s'était pas produit: le Conseil d'Etat vaudois présente des comptes positifs. L'exercice 2005 se clôt sur un bénéfice de 46 millions. Autre bonne nouvelle: la dette du canton baisse pour la première fois depuis 1989: elle avait dépassé les 9 milliards au 31 décembre 2004 pour descendre sous la barre des 7 milliards au 31 décembre 2005. Si elles sont bonnes, ces nouvelles n'en suscitent pas moins nombre de questions: comment les autorités politiques sont-elles parvenues à rétablir les finances? Est-ce le produit d'une conjoncture favorable ou le résultat des efforts entrepris? Cette embellie est-elle circonstancielle ou durable? Faut-il aujourd'hui baisser les impôts ou rembourser la dette? Pourquoi le canton s'est-il enfoncé si longtemps dans la spirale des déficits?

Pour faire le point et tenter d'apporter une réponse à ces différentes interrogations, nous avons pu nous entretenir, en marge de la récente conférence de presse du Conseiller d'Etat Pascal Broulis, avec quelques uns de ses proches collaborateurs, notamment avec Francis Randin, responsable du SAGEFI.

Pour Point de Mire
René Mazzuri et Jean-Pierre Michellod

Rencontre

Charges sous contrôle

D'abord un constat: le Canton de Vaud contient enfin ses charges. Depuis le début des années 90 jusqu'en 2003, les dépenses augmentaient chaque année d'environ 5% (3,8% en taux réel moyen depuis 1996). En 2004 et 2005, l'augmentation se réduit à 1,9%. Tenant compte d'une inflation oscillant entre 0,8% et 1,2%, il n'est pas téméraire de parler de stabilisation et ce d'autant que les années 2004 et 2005 ont été marquées par divers amortissements extraordinaires. Mieux encore, du budget 2005 à celui de 2006, il est prévu une croissance des charges inférieure à 1%. En outre, depuis 2002, l'Etat dépense moins que ne lui autorise les diverses rubriques budgétaires. Cette stabilisation résulte sans

doute davantage d'une volonté politique et de la prise de conscience de la situation inquiétante des finances publiques que de la diminution des besoins exprimés. Il suffit de se pencher sur l'accroissement des dépenses sociales pour s'en convaincre: en 2005, le nombre de bénéficiaires de l'aide sociale a augmenté de 12%. Des dizaines de millions de francs supplémentaires à charge du Canton...

Le Conseil d'Etat a suivi son chef des finances Pascal Broulis pour serrer de nombreux boulons: mesures multiples dans tous les domaines et décisions discrètes ont concouru au même but. Directives budgétaires contraignantes, crédits supplémentaires compensés, plans de mesures successifs, suppressions de postes, abandons de projets, respect scrupuleux de la nouvelle constitution vaudoise qui exige le financement de tout nouveau pro-

jet... Tous ces éléments ont rendu au politique la maîtrise du jeu. Ce ne sont plus les services qui font part de leurs besoins, forcément illimités, mais les élus qui décident des moyens alloués. Pour assurer sa cohésion, le Conseil d'Etat comptait réaliser deux tiers de mesures d'économies et un tiers de recettes supplémentaires. Les obstacles rencontrés ont modifié la répartition initiale. Six trains de mesures se suivent depuis 2004; le canton a réalisé à ce jour pour 274 millions d'économies pérennes et 48 millions de recettes supplémentaires, soit 85% d'économies contre 15% de revenus supplémentaires.

Les recettes volatiles

Depuis plusieurs années, les revenus chutent ou augmentent de manière de plus en plus imprévisibles: les cycles économiques se sont raccourcis et les

recettes de l'Etat en subissent rapidement le contrecoup. Ainsi, en 2003, les recettes globales augmentaient de 2,9%. Cependant, en 2004, elles baissaient quelque peu (si on laisse de côté le déplacement de «point d'impôts et de prestations» des communes au canton: il ne s'agit que d'un transfert de charges et de revenus équivalents). Il apparaît clairement que l'augmentation des recettes en 2005, à 5,1%, a permis d'atteindre l'équilibre. Si les politiques ont réussi à influencer les dépenses, ils se sont avérés nettement plus démunis pour influencer les recettes. Preuve en est le refus très net de la part des citoyens, en mai 2005, des augmentations d'impôts proposées ou de la participation financière accrue des résidents en établissement médico-social. Aussi ne peut-on plus compter sur une croissance régulière des revenus. C'est la maîtrise des charges qui assure l'équilibre. Et sans le maintien de cette maîtrise, l'équilibre ne durera guère.

Que faire du bénéfice?

Les autorités vaudoises se trouvent maintenant devant un choix: elles peuvent profiter de l'excédent de revenu pour augmenter les prestations, baisser les impôts ou rembourser la dette. Dans une récente intervention au journal «Le Temps», Nils Soguel, professeur de finances publiques à l'IDHEAP¹, préconisait cette dernière piste: «Une hausse des dépenses comme une baisse des recettes enlèveraient des ressources pour rembourser la dette». Le professeur estime en effet que les intérêts de la dette vaudoise doivent drastiquement baisser: «C'est de l'argent gaspillé. Et ce n'est pas correct: ce sont les contribuables d'aujourd'hui qui paient pour les déficits accumulés dans le passé».²

Si Fribourg, par exemple, a convenu de baisser ses impôts et d'augmenter quelque peu ses dépenses, c'est que la

situation de ce canton est bien différente de celle de Vaud. L'Etat de Fribourg a attendu quatre exercices bénéficiaires pour entreprendre ces démarches. Il a surtout remboursé complètement sa dette. Il est aussi à noter que ce canton exerce une pression fiscale plus importante que Vaud sur ses contribuables. Tous impôts confondus, Fribourg est le quatrième des cantons suisses les plus taxés, alors que Vaud est au 17ème rang. Il apparaît en outre que plusieurs épées de Damoclès pendent sur les finances vaudoises. Il vaut dès lors mieux aborder un avenir incertain en ayant liquidé l'héritage grevé du passé.

SAGEFI

Il s'agit du Service d'analyse et de gestion financières de l'Etat de Vaud. Ses principales activités sont les suivantes:

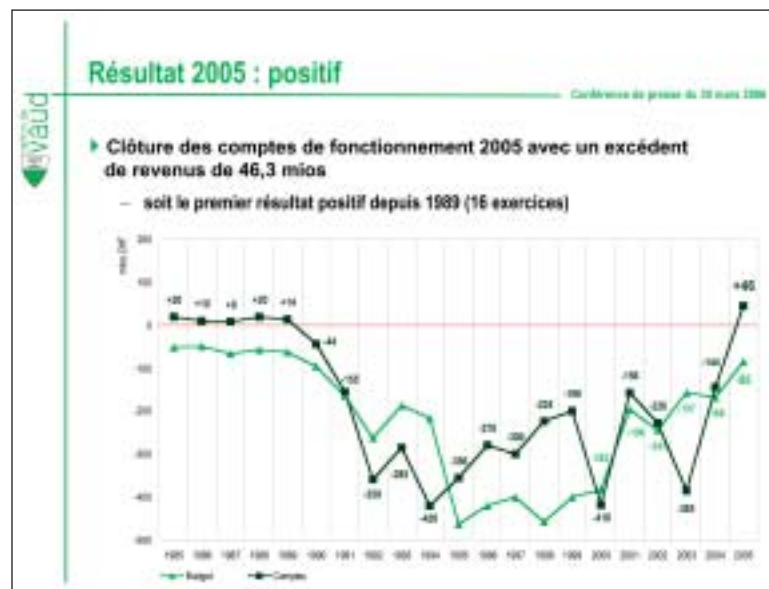
- Tenir les comptes de l'Etat et consolider les comptes des départements.
- Administrer les fonds spéciaux d'utilité publique, les prêts, les titres et les participations de l'Etat.
- Contribuer à l'amélioration du système de contrôle financier de l'Etat.
- Elaborer et conduire le processus budgétaire de l'Etat, établir sa planification à long terme.
- Conseiller et préavisier sur l'application de la réglementation financière, notamment en matière d'octroi et d'exploitation de crédits et sur les incidences financières des projets des départements.
- En bref, assurer la vue d'ensemble des finances de l'Etat.

Le SAGEFI, qui est aussi l'autorité de surveillance des fondations, est conduit et administré par M. Francis Randin. E-mail: info.sagefi@vd.ch

Notes

¹ L'IDHEAP est une fondation autonome annexée à l'Université de Lausanne et à l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne.

² Cf Le Temps, 25 février 2006, article de P.-E. Buss: «Avec des comptes 2005 meilleurs que prévu, les cantons sauront-ils rester rigoureux?»



L'ORIGINE DU DÉFICIT

Jusqu'en 1989, les budgets vaudois étaient légèrement déficitaires et les comptes légèrement bénéficiaires. La dette oscillait bon an mal an de 1,4 à 1,6 milliard de francs. Cette belle harmonie est brisée dès 1990. Les comptes se terminent sur un déficit de 44 millions. C'est le début de la dégringolade: la dette prend l'ascenseur et les déficits atteignent des pics de 420 millions. Que s'est-il passé? C'est le résultat d'un subtil cocktail de crise politique, de crise économique et d'erreurs d'appréciation.

Le début des années 90 s'ouvre sur une crise politique qui mènera à la démission de Pierre-François Veillon et à la brève accession au Conseil d'Etat du popiste Josef Zisvadis. Le monde politique a perdu la main. Il n'a plus la crédibilité pour enrayer la spirale. Cette crédibilité, il est encore en train de la reconquérir, péniblement.

A la crise politique s'ajoute bien sûr la crise économique des années 90: montée du chômage, augmentation des bénéficiaires de l'aide sociale, de bons contribuables disparaissent: tout cela plombe les dépenses comme les recettes.

Enfin, à la toute fin des années 80, les autorités pensaient que l'opulence ne cesserait jamais. Elles ont accordé des cadeaux: augmentation linéaire des salaires des fonctionnaires, introduction du quotient familial, baisses d'impôt. Elles avaient oublié la sage devise: «gouverner, c'est prévoir».

AU CARREFOUR DE LA FINANCE

Investissima, tiendra son 9^e salon suisse tout public de l'investissement, de l'épargne et de la prévoyance les **17, 18 et 19 mai 2006** au **GenevaPalexpo** à **Genève**. Cette nouvelle édition sera jumelée avec le **1^{er} Geneva World Financial Forum** de conférences pour professionnels les **17 et 18 mai**.

Les fluctuations boursières ne sont pas une fatalité, mais bien la conséquence d'évolutions économiques et de décisions politiques. La construction d'un patrimoine nécessite de maîtriser l'art de la finance, rigueur, constance, professionnalisme et confiance.

Le conseil financier ou la gestion de fortune ne sont pas une fatalité, mais bien la réponse aux exigences précédemment énumérées. Que cela soit le professionnel estampillé «banquier», le tiers gérants ou tout simplement l'investisseur coureur de «fonds» ou «trader on ligne», aucun ne peut, ne doit négliger l'information.

Investissima s'inscrit dans un cadre qui doit permettre à tout un chacun de pouvoir retirer l'ensemble des informations et conseils nécessaires à la bonne compréhension des métiers de la finance. Au travers de 50 conférences et en parcourant les stands des quelque 42 exposants, il ne devrait subsister aucun doute sur la compréhension, les opportunités, les risques et les attentes en matière de gestion patrimoniale privée ou institutionnelle.

Dans le même cadre, le 1^{er} Geneva World Financial Forum débattre de l'or, du pétrole, de l'intégration des pays de l'Est, de la microgestion, de la quête de l'Alpha, de la finance islamique et du corporate governance. Ceci au travers de huit conférences entrecoupées de pauses et de buffets à la mi-journée permettant des rencontres bilatérales avec l'ensemble des auditeurs et les conférenciers, pour débattre des défis de demain (think tank).

Investissima et le 1^{er} Geneva World Financial Forum: Les compétences de la place financière suisse.

Lieu: GENEVA Palexpo, halle 7 (parking à disposition), à Genève

INVESTISSIMA

17, 18 et 19 mai, de 10h00 à 19h30 (vendredi jusqu'à 16h00)
Prix d'entrée: CHF 15.-
Renseignements: www.investissima.ch

GWFF

17 et 18 mai, de 10h00 à 19h30
Prix d'entrée: CHF 700.-/Euro 450.- par jour (inclus Dîner de gala le mercredi ou CHF 1'200.-/Euro 800.- les deux jours)
Inscription préalable demandée: www.gwff.ch

GWFF
GENEVA WORLD FINANCIAL FORUM

17 - 18 MAI 2006 **GENEVA PALEXPO Halle 7**

Mercredi 17 mai

Gold back in the spotlight
Conference in English
Frederic PANIZZUTTI,
Senior Vice president / Directeur, MKS FINANCE
Katharine PULVERMACHER,
Managing Director Investments World Gold

Integrational challenges in the Euro for the 10 new entrants in the EU: the Hungarian case
Conference in English
György SZAPÁRY,
Deputy Governor of the Central Bank of Hungary

Oil – Management of a commodity currency
Conference in English
Anvar SAIDENOV,
Governor Central Bank of Kazakhstan

Mercredi 10h - 19h00 (dîner de gala)
Jeudi 10h - 19h30

Jeudi 18 mai

The Search for Alpha
Conference in English
Robert LITTERMAN
Managing Director
Head of Quantitative Resources
Goldman Sachs Asset Management

La microfinance et son marché d'investissement
Conference in English
Vincent DUFRESNE
Directeur général, Symbiotics SA

Les vrais enjeux de la Finance islamique
Conférence en français
Tariq Ramadan
Professeur invité au St Antony's College (Oxford)
Senior Research Fellow à la Lokahi Foundation

Gouvernement d'Entreprise: Quo Vadis?
Conférence en français
André Baladi
Co-fondateur du "International Corporate Governance Network"

Horaires des conférences & Infos :
www.gwff.ch / Inscription obligatoire: gwff@coninco.ch

Sponsor
CONINCO GROUPE
Finances et Patrimoine

Partenaire médias
Point de mire

Avec le soutien de
Etat de Genève
Département de l'Economie et des Relations Extérieures

WORLD TRADE CENTER GENEVA

L'AGEFI
LE SUCCESSEUR AUTOMATIQUE ET ADAPTIF

Geneva Financial Center

LE POINT DE VUE DE L'ÉCONOMISTE

De l'OCDE au FMI, en passant par le Seco et la BNS, tous les prévisionnistes officiels sont d'avis que l'activité économique est partout en reprise. La Suisse pour sa part, après plusieurs années de croissance quasiment nulle, pourrait bientôt retrouver son rôle de leader dans le cadre de la veille Europe avec une progression de son PIB de 2 % cette année, une inflation toujours très faible et un taux de chômage en net repli. Mais, au-delà de ces pronostics traditionnels, il peut être intéressant de considérer aussi d'autres analyses. Nous ouvrons aujourd'hui nos colonnes à Cosima F. Barone¹



Cosima BARONE

The Global Economy and Central Banks' Monetary Policy-Making

At the beginning of the 21st century, interest rates in all leading economic areas of planet Earth were cut to the bone to stimulate economic recovery, which it did. This would have been a good time to address longer term economic and social problems in major, mid-tier and developing economies. The opportunity was missed. Now the world central bankers, recently joined by Ben Bernanke at the head of the U.S. Federal Reserve, are embarked on a rather perilous voyage.

Massive icebergs on the global economy's horizon...

At the beginning of the 21st century, interest rates in all leading economic areas of planet Earth were cut to the bone: Japan to zero, the United States to 1% and the Euro-zone to 2%. This period of super-low interest rates in major and mid-tier economies led to a global move toward stronger growth rates.

Trailing the three traditional growth engines, **China** has emerged as the fourth economic zone affecting the global economy in a rather disproportionate way. China's tremendous economic boom is due to excess liquidity in the form of super-loose bank lending and vast sums of government funds sunk into development projects. China's growth path is flawed. First and foremost, Chinese capital has been fleeing the country and the surreal amounts of FDI (*Foreign Direct Investments*) are believed to be mostly Chinese capital re-entering the country as "foreign" in order to capture fiscal advantages offered to foreign investors. Secondly, the Chinese state-controlled banks are overwhelmed by bad loans, a problem that Beijing is trying to solve by attracting foreign banks (*Chinese glorious future is, thus, wielded purposely*) to invest in

Chinese banks. And thirdly, Chinese banks are allowed to buy Chinese corporate stocks, most certainly a losing proposition as it was for Japan. Therefore, China is plagued by a credit bubble, unsustainable infrastructure spending, insolvent state-run banking sector and overcapacity in a number of industrial sectors.

The very foundations of global growth are going to be shaken by the imminent retirement of the U.S. "baby-boom" generation (*the largest generation in U.S. history as a percentage of population*). The retiring "boomers" will go from net creditors to the U.S. financial system to net users of financial means, a trend that will painfully affect the economy. Although the **U.S. economy's growth** is defying the dismal science predictions and fifteen interest rates' hikes, the nation's capital market finds itself being squeezed for every penny by a deficit-laden government at the same time that it is denied of the baby-boomers' nest egg.

Europe appears to be in no better shape. Not only the Euro-zone continues to be poised for a shallow and short-lived recovery that reflects its current economic and political challenges, but its demographic problem is even worse. To begin with, Europe did

not have as big a benefit of a baby boomer generation after World War II. Worse, the European culture is that the state has to shoulder any burden, including pension outlays, which are on this side of the ocean three times higher, as a percentage of GDP, than in the United States. Only immigration can solve a demographically-generated financial crash, but Europe has difficulty with the wave of immigrants from disparate regions and cultures (*immigrants' identity and integration*). When EU governments are unable to tame expenses, when tax receipts do not compensate for expenditures, when the pension disconnect keeps widening, when most governments' budgets are tainted with economic insolvency, "slow growth" will be the EU continent's best possibility even in the event that the EU economy would be firing on all cylinders.

... and on Germany's and Japan's waters ...

The second and the third largest economies in the world (*Japan and Germany*), which combined account only for half of the U.S. economy's size, are showing signs of revival not seen in years. Germany might be growing more than 1% in 2006, and Japan finally got its first positive number in consumer pri-

ces since its descent into deflation during the 1987-1988 Asian crisis.

Welcome news indeed, since **Germany** represents the pillar of the EU economy. However, Berlin's new Chancellor Angela Merkel did not pull any rabbits out of the magician's hat, for she succumbed to the usual trick of disguising the economic problem with borrowed money. Berlin is running a public debt equal to 65.8% of GDP and its annual budget widely exceeds the 3% of GDP boundaries dictated by the EU 1997 Stability and Growth Pact.

Japan has problems too. While Japan's cyclical recovery appears to be for real (so far), the underlying structural problems remain completely unaddressed. Deflation has still to be conquered. The twin towers of "government debt" (165% of GDP) and "bad bank loans" still need to be dealt with. Moreover, Japan remains highly dependent upon deficit spending, with fresh debt needed to fund almost 45% of its national annual budget. With its population among the world's oldest, the demographic crisis is accelerating.

Therefore, even without taking into consideration unforeseeable strategic problems likely to affect the global eco-

nommy, massive icebergs are already on the horizon!

... when Ben Bernanke becomes the 14th U.S. Federal Reserve Chairman

The most important person in the world (*unelected*) is now Mr. Ben Bernanke (*former Princeton University economist, Fed Governor and Chairman of the White House Council of Economic Advisers*), sworn in as the 14th Chairman of the U.S. Federal Reserve on February 1, 2006.

The world is eager to know where he will stand in the financial world and global economic guidance. Will he be, as his predecessor (*Alan Greenspan*), an advocate of permanent accommodation and "bubble" perpetration policies, and of encouraging even further the de-industrialization of the U.S. economy? Undoubtedly, he inherited credit inflation, asset inflation, financial wealth inflation and inflated expectations.

Unquestionably, it is too early to assess whether or not the "unelected official" of the day, Ben Bernanke, will be a mythical captain with a masterly hold on the Federal Reserve ship.

Cosima Barone

Monetary Policy-Making around the World - The Leading Seven

Country & Central Bank Objective	Central Bank Interest Rates %	Last Change Date	CPI Inflation Target %	CPI Inflation Actual %	GDP annualized %	Unemployment %
U.S.A. - FED / Price Stability Federal Reserve	Fed funds 4.75	increased March 2006	no targets set	3.4	Q1-06 +4.8	4.7
Canada - BOC / Price Inflat. Bank of Canada	Bank rate 4.00	increased April 2006	1-3	1.7	Q4-05 +2.5	6.3
Japan - BOJ / Px Stability Bank of Japan	Discount 0.10	unchanged 2001	exit deflation	0.3	Q4-05 +1.3	4.1
S. Korea - BOK / Px Inflat. Bank of Korea	Call ratio 4.00	increased Feb. 2006	2-4	2.0	Q1-06 +1.3	3.5
Australia - RBA / Px Inflat. Reserve Bank of Aust.	Cash rate 5.50	increased March 2005	2-3	2.5	Q4-05 +0.5	5.0
United Kingdom - BOE Bank of England / Px Inflat.	Repo rate 4.50	decreased August 2005	2.0	2.5	Q1-06 +2.2	5.1
EuroZone - ECB / Px Inflat. European Central Bank	Refin. rate 2.50	increased March 2006	2.0	2.2	Q4-05 +1.8	ED-12 8.2 EU-25 8.5

... representing about 75% of global GDP

Note

¹ Cosima F. Barone, Managing Partner of FINARC SA (www.finarc.ch), is involved into money management of individual and institutional wealth and is the author of the INFERENTIAL FOCUS, a unique financial publication expressing original thinking, intensely thought-provoking, based on appropriate knowledge of the past and clear vision of the future. Contact: (mail@finarc.ch) to subscribe or to get a complimentary copy.

WHY THINK LIKE EVERYONE ELSE?

We at FINARC do not think differently just to think differently. Curious? Or just suspicious? Why not find out? Inferential Focus, published twice monthly, discusses our views of world's events and how we expect they will impact worldwide financial markets.

How to Subscribe:

FINARC S.A. - Financial Analysis Research Consulting
www.finarc.ch - mail@finarc.ch - Tel. +41 (022) 786 70 10 - Fax +41 (022) 786 70 12
 Bd Helvétique 36 / Rue Petit-Sonn 2 - CH - 1207 Geneva, Switzerland



Banques, marketing et volonté caritative

■ Gilles MERMINOD,
Point de Mire



Gilles MERMINOD

Le monde bancaire suisse est actuellement en ébullition. L'UBS et le Credit Suisse ont généré des bénéfices dont les chiffres ont dépassé tous les records précédents: 14 milliards de francs pour la première, 8 milliards pour le second. Les bons chiffres ne sont pas l'apanage des géants bancaires suisses: le bénéfice du groupe Raiffeisen est de 608 millions. Les banques cantonales de la région lémanique ne sont pas en reste avec un bénéfice de CHF 45,8 millions pour la BCGE et de CHF 457 millions pour la BCV. Ces deux établissements cantonaux, qui avaient dû être profondément restructurés et recapitalisés dans un passé encore bien proche, ont retrouvé du coup leur sérénité.

Un repositionnement général des banques suisses...

Ces excellents résultats attirent premièrement notre attention. Cependant un phénomène bien moins visible, mais structurellement tout aussi important doit susciter de notre part une observation soutenue: le mouvement de repositionnement des banques suisses sur le marché, et dans cette dynamique, un dévoilement accru de leurs activités.

... par la mise en œuvre d'une politique de marque forte...

Les banques essayent d'associer leur entreprise à un certain nombre de produits, dans une tentative de différenciation par rapport à leurs concurrents. Dans ce cadre-là, les marques jouent un rôle central. La notion de marque peut se définir comme le médiateur entre le producteur et le consommateur, elle a pour tâche de présenter l'image de l'entreprise. L'image mentale de la marque, ainsi que se la construit un consommateur, sera tributaire tant du design que de l'information qu'il recevra au sujet de cette dernière. Les banques ont compris qu'elles se devaient d'être plus visibles, car discrétion ne rime plus avec résultat, en raison de divers changements tels qu'une transparence fiscale accrue, un durcissement des règles anti-blanchiment, et une rarefaction des paradis fiscaux.

... et par une redéfinition de leur identité visuelle

Les banques se doivent de séduire une nouvelle clientèle, dont la recherche de l'anonymat n'est pas une priorité. Les entreprises bancaires misent alors sur plusieurs stratégies pour redéfinir leur marque. Cette volonté peut se traduire par un changement de logo, à

l'instar du Credit Suisse ou de la banque Raiffeisen. Une redéfinition du logo tend à signifier un repositionnement sur le marché; prenons l'exemple du Credit Suisse qui, en troquant ses couleurs rouge et bleu contre un logo à deux tons de bleu, cible visiblement une clientèle de grosses fortunes internationales, tout en essayant de se distancer de ses origines plus régionales. Il est possible de remarquer la même dynamique en observant la modification faite au logo de la Raiffeisen. Cette banque, implantée depuis longtemps dans les campagnes, s'est délestée dernièrement de l'épi de blé et des rayons de miel, symboles ruraux, qui ornaient son logo. Elle a opté pour un design plus épuré en choisissant de mettre le seul nom de son fondateur en avant; ainsi elle montre sa volonté de s'inscrire dans un contexte plus urbain, une stratégie qui se concrétise par exemple par l'installation de succursales dans le bassin lémanique, comme en ville de Nyon notamment.

A un autre niveau, la Banque Cantonale Vaudoise entend séduire la gent féminine avec ses nouveaux avis de recherche d'emploi diffusés ce printemps dans les médias, où elle demande aux femmes ayant dû arrêter leur activité professionnelle, si elles sont prêtes à reprendre un emploi. Cette initiative de la BCV semble être une campagne de séduction auprès du public féminin, autant que l'illustration d'une volonté d'embaucher des femmes dans le secteur bancaire. Par ailleurs, la BCV s'est offerte elle aussi un léger «relookage» en donnant à son logo une identité visuelle plus en ligne avec celle des autres banques cantonales helvétiques.

Vers une responsabilité accrue des banques en matière sociétale et de bien-être...

Afin de construire une image positive de leur entreprise, les banques – à l'instar de la politique suivie depuis plusieurs années déjà par plusieurs grandes sociétés multinationales – s'investissent aujourd'hui avec énergie dans des actions sociétales. Les bénéfices des banques n'y sont pas étrangers, mais il faut y voir plus certainement une évolution du rôle des entreprises au sein de la société civile vers une responsabilité accrue sur la vie sociale. En effet, les entreprises ne réfléchissent plus uniquement de façon économique. Ainsi, elles ne se posent plus seulement la question:

**«Est-ce que mon produit se vend bien?»
mais aussi
«Quelle contribution mon produit apporte-t-il au succès de celui qui l'achète?».**

Les entreprises, dans la phase de distribution des produits, se préoccupent du bien-être de leurs consommateurs. On remarque alors que les entreprises endossent en quelque sorte et en partie le rôle de l'Etat, puisqu'elles travaillent, elles aussi, à une amélioration des conditions d'existence des acteurs de la vie sociale.

...en complément au rôle traditionnel de l'Etat

Ces préoccupations rejoignent le nouveau concept de «Responsabilité Sociale des Entreprises» ou RSE; un concept de développement durable basé sur trois piliers principaux: économie, environnement et société.

Selon la RSE, l'entreprise collabore avec deux catégories de partenaires: les *shareholders* (les actionnaires) et les *stakeholders* (les salariés, les clients, les fournisseurs, les ONGs, les collectivités locales). Si l'entreprise a des

comptes à rendre aux actionnaires, le corps social lui en demande aussi au niveau de l'impact de ses activités sur l'économie, l'environnement, et la société.

La politique de RSE est donc souvent le fait de grandes entreprises qui doivent gérer une image publique et il s'agit de démarches volontaires qui mettent en œuvre des programmes ou qui proposent des financements à des actions ciblées, tels que la lutte contre le sida ou encore, le combat contre le chômage des jeunes en Suisse.¹

Note

¹ Cette approche philanthropique concerne aujourd'hui également toujours plus de familles très fortunées ou de riches individus. Ainsi Bill Gates, le fondateur de Microsoft, et son épouse Melinda, ont mis sur pied une fondation humanitaire œuvrant dans le domaine de la santé publique, dont les dépenses annuelles sont supérieures à celles de l'OMS. Quant à Roger Federer il s'occupe, depuis la Suisse, d'une fondation promouvant le sport dans les pays les plus défavorisés, notamment en Afrique du Sud.

Pro-Jet, pour lutter contre le chômage des jeunes en Suisse

PRO-JET est une association sans but lucratif installée à Nyon depuis 1996. Elle vise à promouvoir diverses offres de prestations destinées à des jeunes ou des adultes à la recherche d'un emploi ou touchés par la précarité. Animée par Jean-Michel Rey, PRO-JET permet l'activité du Semestre de Motivation de la côte (SeMoLaq). Le Semestre de motivation est un concept proposé par le Secrétariat d'Etat à l'économie, il peut se définir comme une entreprise favorisant l'entrée des jeunes dans le monde du travail, entité qui doit être créée dans le cadre d'une association. Le SeMolac s'inscrit dans le dispositif d'insertion professionnelle des jeunes entre l'école et un métier. C'est un tremplin vers la formation professionnelle pour des jeunes sans solution à la sortie de l'école ou en rupture d'apprentissage. On y propose diverses activités telles des ateliers qui permettent à chacun de se confronter aux réalités du travail dans les secteurs primaire, secondaire et tertiaire. Le SeMolac permet encore d'effectuer des travaux d'intérêts publics et des stages en entreprise, mais aussi de suivre des cours d'appui scolaire.

Pour de plus amples informations, vous pouvez vous référer au site: www.semolac.ch

Association PRO-JET

P OUR LA
R ÉINSERTION ET L'
O RIENTATION DES
J EUNES
E N
T RANSITION

DOSSIER - POUR LA BONNE CAUSE OU LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES

A chacun sa philanthropie

■ Jean-Pierre MICHELLOD,
Point de Mire

Des grands principes...

«Le Credit Suisse Group sait que ses responsabilités envers ses différents stakeholders, mais aussi la société et l'environnement, sont la clé du succès de ses affaires sur le long terme», lit-on sur le site Internet de la deuxième grande banque helvétique. Et de poursuivre: «Nous mettons tout en œuvre pour prendre en compte les problèmes sociaux et environnements dans nos activités et avons adopté les engagements internationaux clés. Nous engageons un dialogue et offrons notre appui aux communautés, qu'il s'agisse de causes sociales, de sport ou d'initiatives culturelles. Nous contribuons au développement durable en menant nos efforts d'une manière environnementale responsable».

UBS, première banque suisse et leader mondial en matière de gestion de patrimoines n'est pas en reste. «Chez UBS», peut-on lire dans une brochure destinée à la clientèle, «l'investissement socialement responsable ou SRI (pour Socially Responsible Investments, l'expression anglo-saxonne de référence), ne désigne pas uniquement une certaine catégorie de produits mais aussi la manière dont nous conduisons nos affaires. Le SRI va au-delà des critères d'investissement traditionnel pour tenir compte d'une grande diversité de facteurs sociaux et environnementaux».

«UBS a fait de la Corporate Responsibility une composante essentielle de sa culture, de son identité et de ses pratiques commerciales», relève une autre plaquette qui ajoute: «UBS apporte depuis longtemps son soutien caritatif, culturel, scolaire ou scientifique. Ces dons d'utilité publique sont réalisés par la banque sans qu'elle en attende en retour des contreparties telles que des initiatives de relations publiques ou autres».

Les grands principes sont énoncés. On pourrait certainement en citer d'autres. Un sondage auprès de différents établissements financiers nous incite toutefois à penser que certaines banques, notamment des maisons réputées en mains encore des familles dirigeantes, ne souhaitent pas forcément faire état de leurs actions caritatives. Celles-ci vont du soutien direct, anonyme souvent, apporté à des œuvres de

bienfaisance, en passant par des appuis financiers octroyés à des artistes ou à des créateurs qui sont le fait, bien souvent, non pas de l'entreprise elle-même mais de l'un ou l'autre de ses propriétaires. On se rapproche dans ces cas du mécénat et de la philanthropie pure, selon la définition la plus noble de ces deux termes. Ces remarques peuvent s'appliquer naturellement à des entreprises actives au dehors de la seule sphère financière.

...à la pratique

Le «grand retour de la charité», comme on l'entend aujourd'hui, est en fait d'une autre nature. Celle-ci se fonde sur le principe de la solidarité et de la réciprocité aussi. Un effort commun doit être en effet consenti et par le «donneur» et par le «bénéficiaire». Un engagement mutuel se noue entre les deux parties; il va au-delà du simple plaisir de donner ou de recevoir. En intervenant dans

ce domaine la banque remplit sa vraie fonction d'intermédiaire entre son client et une partie tierce, autrement dit entre celui qui veut donner et celui qui espère recevoir. En plus, la banque offre sa crédibilité ce qui confère une plus value à son action. Elle répond par ailleurs aux souhaits exprimés par ceux de ses clients qui veulent affecter une partie de leur fortune ou de leurs revenus à une œuvre caritative sans devoir assumer toutes les charges administratives liées à de tels engagements.

• En novembre dernier en lançant deux catégories de «Charity Notes», le Credit Suisse a ouvert les feux. Le «Charity Bonus Note» et le «Charity Yield Note» sont en fait des produits structurés d'un nouveau type, assortis d'une clause de protection totale ou conditionnelle du capital, qui donnent aux investisseurs la possibilité d'obtenir un rendement avantageux tout en soutenant une

bonne cause, à savoir une contribution efficace au bien-être social en Suisse. Ces instruments de placement novateurs permettent en effet aux investisseurs de dégager un revenu attrayant tout en apportant une contribution à la lutte contre le chômage des jeunes en Suisse. A cette fin, un montant compris entre 1 et 1,5% de leur valeur nominale est versé chaque année à la fondation Symphasis qui s'occupe de soutenir différents projets socio-caritatifs.¹

• En proposant, presque en même temps une carte de crédit caritative intitulée «UBS Optimus Foundation Charity Card», la première banque suisse a suivi une démarche assez similaire à celle de sa consœur. En acceptant qu'une partie du coût qui lui est facturé soit reversé à la fondation à but caritatif, en l'occurrence l'UBS Optimus Foundation, le bénéficiaire d'une telle carte participe ainsi aux financements de

projets en faveur d'enfants défavorisés dans le monde.

• Selon le même principe, à l'heure où nous mettons sous presse, la banque Vontobel annonce le lancement d'un produit structuré coté en bourse visant à soutenir la formation d'une presse indépendante dans les pays en développement.

D'autres initiatives ne vont sans doute pas tarder à se matérialiser.²

Notes

¹ La fondation d'utilité publique Symphasis, créée en 2002 par le Credit Suisse, a pour vocation de soutenir des projets dont l'objectif notamment est la lutte contre le chômage des jeunes en Suisse. La Croix Rouge genevoise et l'Association Pro-Jet, à Nyon, sont en Suisse romande les bénéficiaires de cette action.

² L'ONU vient de présenter, à Paris, en ce début mai 2006, un code d'investissement visant à encourager les institutions financières à mieux prendre en compte les questions environnementales et sociales. La banque Sarasin a été le premier signataire suisse de ce code de conduite.

Le leader suisse du trading online est à Investissima.

**Investissima
STAND 7140
17-19 mai 2006**

Ne craignez pas d'atteindre la perfection,
vous n'y arriverez jamais.
Salvador Dali

Du 17 au 19 mai 2006, venez rencontrer l'équipe Swissquote et faire encore mieux connaissance avec l'investissement en ligne, ses outils de sélection et d'analyse, ainsi que son impressionnant choix de connexions boursières et de produits financiers. Démonstrations, présentations en temps réel et séminaires vous attendent au stand 7140. C'est le moment parfait!

www.swissquote.ch

SWISSQUOTE
LEADER SUISSE DU TRADING ONLINE

FONDATION SOLAQUA:

Désinfection de l'eau par irradiation solaire - une idée qui a convaincu Wegelin & Co. Banquiers Privés

■ Adrian KÜNZI, Dr. es sc. économiques, Lausanne

Quelle est la valeur d'un verre d'eau potable? Combien serait-on prêt à payer pour pouvoir bénéficier le long d'une journée de l'eau potable qu'il nous faut pour vivre? D'un côté notre pays, où les ruisseaux donnent la vie aux grands et petits habitants des nos belles montagnes vertes, de l'autre côté les pays en développement où l'eau potable contaminée tue chaque jour des milliers de personnes (environ 6'000 enfants chaque jour), les enfants de moins de 5 ans en premier lieu.

Face à cette triste réalité l'heure ne serait-elle pas venue de réunir toutes nos énergies et de penser à une solution concrète à cette situation déplorable? Cette question, la banque Wegelin & Co. se l'est posée il y a quelques années déjà. En décidant de soutenir la fondation SOLAQUA sa réponse a été positive.

Une initiative privée à soutenir

Le conseil de la fondation se compose de plusieurs membres, parmi lesquels on peut compter MM.

Konrad Hummler et Otto Bruderer, (respectivement président et vice-président), tous deux associés gérants de la banque saint-galloise. Le responsable du «Programme Traitement de l'Eau» - du département eau et assainissement dans les pays en développement de l'Eawag (Institut de Recherche de l'Eau du Domaine des EPF) - est M. Martin Wegelin. Le SOLAQUA a pris en charge, avec d'autres fondations, le financement du projet SODIS (désinfection de l'eau par irradiation solaire) en encourageant les ONGs locales dans l'application de cette

méthode au Kenya, en Ouzbékistan, au Pakistan, au Népal, en Inde et au Cambodge.

Une méthode nouvelle de désinfection de l'eau

SODIS est une méthode qui contribue à améliorer la situation précaire dans la quelle la population rurale des pays en développement se trouve.

L'utilisation de la désinfection solaire de l'eau est en effet une nouvelle alternative de traitement de l'eau au niveau des ménages: l'eau contaminée

est remplie dans des bouteilles PET transparentes et exposées en plein soleil pendant six heures. Durant l'exposition au soleil, le rayonnement UV-A et la température élevée conduisent à l'élimination de 99,99% des virus et bactéries générateurs de maladies diarrhéiques. *(Dans des régions où la méthode SODIS a été utilisée pour le traitement d'eau potable, l'occurrence des maladies diarrhéiques a pu être réduite de 50%).*

Grâce à l'introduction de cette méthode, qui est aussi enseignée dans les écoles, les populations des



L'eau, source de vie



pays évoqués plus haut sont à même de résoudre elles-mêmes leurs problèmes d'eau potable. La fondation SOLAQUA est reconnue en tant qu'œuvre d'utilité publique et est ouverte à toute personne désirant soutenir un projet très important d'aide au développement. Pourquoi ne pas commencer sur cette voie?

Gérer l'eau est l'un des grands enjeux de ce siècle. Sur notre planète plus d'un milliard de personnes sont sans accès à l'eau potable. L'ONU entend réduire de moitié ce nombre d'ici à 2015.

Point de mire

La Tribune Indépendante des Entrepreneurs de la Finance

FUSIONS?
ACQUISITIONS?
PARTENARIAT?

La plate-forme de communication privilégiée des professionnels romands de la finance

www.pointdemire.ch
>> Bourse des affaires

ENTREPRENEUR ET E-COMMERCE

Web ou Commerce: Faut-il choisir?

■ Marc PRIGENT, Consultant Associé – www.e-commerce.solution.biz

Dans le commerce traditionnel, trois règles d'or ont toujours prévalu à l'ouverture d'une boutique ou d'un magasin : l'emplacement, l'emplacement et l'emplacement. Jamais, il ne serait venu à l'esprit du plus piètre commerçant, d'implanter une boutique superbe avec des produits cœur de cible au fin fond d'une impasse en sens unique. Cette règle de bon sens est toujours d'actualité et j'en veux pour preuve la volonté de toutes les enseignes majeures de la grande distribution, « Grandes et Moyennes Surfaces », d'implanter systématiquement de nouvelles surfaces de ventes sur des axes présentant un flux de trafic et une accessibilité maximum.

Aujourd'hui, Internet a complètement bouleversé les règles du commerce. Ce nouveau média est au cœur de bon nombre de stratégies d'entreprises et représente même, pour beaucoup d'entre elles, la force de vente principale. La frénésie des premières espérances de la bulle Internet des années 2000 étant complètement retombée, nous pouvons repositionner ce moyen de commercialisation à sa juste place. Or, sous couvert d'innovations majeures dans la relation client, il semble que les fondamentaux du commerce soient complètement occultés lorsqu'il s'agit de l'usage de ce nouveau support, comme si les règles du commerce, datant de plusieurs milliers d'années, devenaient tout d'un coup obsolètes au travers de cet outil d'à peine 20 ans.

Quel que soit le moyen de commercialisation, le commerce se résume toujours à une alchimie subtile entre trois ingrédients: le client, le vendeur et le produit (ou service). Même si vous avez les meilleurs produits/services du marché et des vendeurs au top de leur motivation, si aucun client ne pousse la porte de votre magasin, tous vos investissements seront en vain. Or, il semblerait que cet aspect essentiel ait échappé à bon nombre de sociétés ayant réalisé un site Internet, pensant certainement que leur notoriété gommerait facilement cet aspect. En effet, combien de sites superbes, pleins de produits innovants, se retrouvent aujourd'hui au fin fond des moteurs de recherche, les «axes de trafic» d'Internet.

Combien de sociétés ont-elles largement investi dans le développement d'un site marchand au top de ce qui se fait aujourd'hui, partant du principe qu'il suffirait d'être présent pour que le commerce s'établisse et que l'investissement se rentabilise. En un mot, combien d'entre elles ont confondu présence sur Internet et visibilité sur le web.

Pour vous en convaincre, il vous suffit de faire le test pour votre propre activité.

De la présence à la visibilité

Choisissez le moteur de recherche de votre choix et tapez dans la barre de recherche, non pas le nom de votre entreprise ou l'appellation commerciale de vos produits (ce qui sous entendrait que les prospects vous connaissent déjà), mais un descriptif générique, ou mieux leur équivalent en langage de non-spécialiste. En fait, tel qu'un individu peut être amené à rechercher vos produits ou services avant d'en connaître les spécificités ou appellations normalisées. Le résultat risque d'être édifiant: Si vous vous retrouvez page 7 dans Google, sachez que vous serez bien loin derrière ce que les internautes vont effectivement consulter. En effet, 55% d'entre eux s'arrêtent à la première page et seulement 9% «osent» balayer les trois premières pages. Alors, en page 7, je vous laisse imaginer l'audience, et surtout l'apport commercial, d'un tel site.

Vous trouverez sûrement mon analyse un peu rapide et vous aurez raison de la qualifier de très schématique. Cependant, convenez que si vous regardez objectivement le contenu de votre site, vous y lirez avant tout le descriptif d'une offre et très peu l'expression d'un besoin. Voilà la cause d'un tel état de fait. Bon nombre de sites Internet décrivent en long et large des offres de produits ou services, sans développer les besoins auxquels ces mêmes produits ou services sont censés répondre.

La magie du Web étant de tout tracer (au sens traçabilité), stocker et répertorier, il est facile de connaître précisément ce que recherchent les internautes, et surtout, comment ils expriment leurs recherches dans leur vocabulaire. Pour simplifier l'analyse nous nous concentrerons sur le Web francophone, afin d'éviter les aléas de traduction.

Quand vous parlez de produits financiers (4010 requêtes/mois), vos clients cherchent des placements (945.000 requêtes/mois).

Quand vous parlez de logiciels de communication (410 requêtes/mois), vos clients cherchent des systèmes d'informations (11.350 requêtes/mois) et quand vous parlez de cuisine traditionnelle (970 requêtes/mois) vos clients recherchent des plats cuisinés (6.170 requêtes/mois). Ces exemples très réels, statistiques de mars 2006 sur l'ensemble du web

risquent fort d'exprimer leurs besoins, bien avant de connaître les aspects de vos produits.

Passer de l'offre à la demande

Alors, si vous avez décidé d'utiliser Internet pour promouvoir votre activité, évertuez-vous de «penser à

votre dernier marché? Quels ont été les aspects discriminants de votre entreprise ou de votre réponse qui ont décidé le prospect à valider sa commande auprès de votre société? Je parle bien de votre dernier succès, car je n'ai aucun doute sur la finesse d'analyse que vous avez déployée lors du dernier échec de vos équipes de ventes. Il y a fort à parier que vous n'avez pas pris le temps d'analyser ce succès, partant du principe que vous avez été «simplement» meilleur que les concurrents sur cette affaire. Si tel est le cas, vous rater l'opportunité de valoriser votre offre à moindres frais pour vos prochains prospects.

Vous, vous raisonnez en termes d'investissements de développement, de coûts de production et de frais de mise en service, votre client parle lui de facilité de déballage, de rapidité d'utilisation et de longueur des câbles fournis. Ce sont ses propres critères qu'il vous faut valoriser et mettre en avant dans toute votre communication commerciale. Cela ne veut pas dire que les vôtres soient à négliger, mais simplement que les siens font systématiquement la différence.

Vous l'aurez compris, Internet n'est pas «ce monde à part», mais bien un autre aspect du commerce ancestral. Quand vous aurez recensé tous les aspects que vos clients retiennent comme déterminants (ce qui représente pour eux les véritables critères d'achat), et que vous les utiliserez dans vos argumentaires commerciaux, vous aurez définitivement gagné, sur le web comme dans la «vraie vie».



francophone, illustrent à quel point la «logique du besoin» peut échapper aux entreprises qui ont décidé d'investir Internet pour y promouvoir leur activité. Cela illustre une dérive classique: Privilégier la démarche produit (c'est-à-dire axée sur la description d'une offre) par rapport à une démarche de marché (essentiellement centrée sur l'expression d'un besoin). Vos produits n'ont de sens que s'il existe des clients pour les acheter. Or, ces mêmes clients

l'envers» et de segmenter votre offre, non pas en fonction de votre organisation produit, mais en fonction des attentes de vos clients. Soyez sûr que le marché vous le rendra!

Pour conclure, je souhaiterais vous interpeller sur un dernier aspect dans le prolongement direct de tout ceci. Savez-vous qu'elles ont été les raisons qui vous ont permis de remporter votre dernière affaire, ou

communication stratégique
définition d'une stratégie de communication
d'entreprise efficace



parficom

www.parficom.ch

...finance et communication d'entreprise

Politique d'image: l'Art de donner confiance, de rassurer et de se faire aimer

■ Sylvie LEGER¹

L'image: le mot sur toutes les bouches, entourée d'un halo nébuleux. «Bonne, riche, fausse... images» semblent opérer telles des formules magiques. Qu'en est-il vraiment?

Une bonne politique d'image permet à l'entreprise de démontrer d'une part qu'elle existe, d'autre part, qu'elle est une organisation à forte valeur ajoutée, et enfin qu'elle est un label de qualité.

Qu'est-ce qu'une image?

L'image d'une entreprise est la somme de ses différentes images Chaque image correspond à une cible homogène et à une réalité fonctionnelle. Les différentes images interagissent les unes sur les autres. Indissociables, aucune d'elles n'est pourtant assez forte pour tirer seule l'image globale institutionnelle. La confiance générale dans une entreprise dépendra de l'équilibre de chacune de ses composantes (productif, commercial, marketing, financier...). Mais sachez qu'en la matière, rien n'est acquis. Une image, bonne ou mauvaise, n'est pas définitive: elle évolue au fil du temps. Elle n'est pas non plus universelle: elle varie en fonction du public considéré.

Le rapport sur l'état de l'image

L'image n'est pas un phénomène abstrait, plaqué, mais bien la représentation d'un état de fait. Aucune politique de communication ne peut passer outre la réalité. Toute démarche de communication vise à doter ou modifier l'image de l'entreprise.

Pour ce faire, elle doit confronter 3 images: L'image réelle (ou objective: ce qu'est l'entreprise), l'image acquise (ou subjective: la manière dont l'entreprise est perçue) et l'image désirée (celle que l'entreprise voudrait avoir).

Les grandes entreprises trouveront dans la presse de précieuses indications sur l'évolution des opinions qui les concernent et l'état de la concurrence. Les PME auront tout intérêt à sonder leur environnement (professionnel, sectoriel, régional).

Faire de temps à autre un point sur l'état de l'image de l'entreprise permet de voir où elle en est, et d'infléchir sa politique de communication.

Comment mener une politique d'image?

Communiquer, c'est se bâtir un capital-confiance, fondé sur la valeur de l'entreprise, sur sa compétence, et un capital-sympathie, permettant à l'entreprise d'être choisie, appréciée, défendue.

Cette démarche est à la fois active et réactive:

- Active: une image forte permet de lutter contre la concurrence, d'améliorer ses résultats économiques et ses performances financières.
- Réactive: elle permet en outre d'éviter les faux problèmes, les rumeurs; d'être soutenu en cas de crise.

Les 4 principes

Pour bâtir une image d'entreprise, respectez 4 principes. Une bonne

image sera juste, positive, durable et originale.

Une image juste: que la réalité valide le message. L'entreprise doit se faire connaître pour ce qu'elle est. Une campagne d'image n'est jamais un coup de peinture: elle doit être crédible à l'intérieur comme à l'extérieur de la maison. Le décalage entre l'image qu'une entreprise dégage (son identité) et l'image qu'elle propage (ses manifestations) sera révélé par les comportements des hommes sur le terrain (salariés, commerciaux, distributeurs...) ou sous l'épreuve des faits (produits en deçà des promesses).

Une image positive: il faut valoriser l'entreprise. C'est là tout l'intérêt d'une campagne: faire connaître une entreprise sous son meilleur angle. Surtout dans les secteurs à faible valeur ajoutée de communication (activités mal aimées, méconnues ou peu considérées), une mise en valeur est indispensable.

Une image durable: faite pour vivre des années... Sa longévité est logiquement à l'aune de son efficacité. Une image inexacte disparaîtra vite. En revanche on ne change pas un concept qui gagne, on l'adapte.



Sylvie LEGER

Une image originale: se distinguer de ses compétiteurs. Rien ne sert de mener une politique d'image, si c'est pour se fondre dans la masse des entreprises de son secteur. Ceci est particulièrement critique dans les secteurs où les produits/services sont banalisés: faute de pouvoir vendre des produits/services différents, les entreprises doivent se doter d'une vraie personnalité, d'une image originale et spécifique. Démarquez-vous!

Une politique homogène

Tout commence par l'interne...

L'expression que l'entreprise donne d'elle-même doit être conforme à la réalité pour être reconnue et approuvée par le personnel, premier ambassadeur de la société. La plus élémentaire prudence consiste donc à tester le message à l'intérieur de l'entreprise avant de le rendre public. Cela permet de vérifier qu'il est porteur de vraies valeurs et de s'assurer qu'il peut être adopté et diffusé par l'ensemble du personnel. Il n'est pas possible de prôner une communication externe dynamique, et de négliger la communication interne!

«La communication interne», à suivre dans un prochain numéro.

Note

¹ Fondatrice et Directrice de Média-Sphère, Sylvie LEGER est une professionnelle de la Communication d'entreprise depuis plus de 20 ans. Son parcours professionnel a d'abord été consacré au marketing et ensuite à la communication au sein d'entreprises internationales dans des domaines aussi variés que la banque, l'informatique, le transport aérien et le sport.

Aujourd'hui, consultante en Communication d'Entreprise, elle est également spécialisée dans la formation aux médias, et a suivi de nombreuses formations auprès de diverses chaînes de télévision et son expérience comprend l'animation d'émissions radiophoniques et télévisées. Sylvie est aussi Présidente du Club de Marketing Suisse à Genève et membre du comité de l'Union Suisse des Attachés de Presse.

Média-Sphère – 75 Rue de Lyon – 1203 Genève
Tél. 022 33 99 873 – info@media-sphere.ch

MÉDIAS

Presse gratuite

Avec le lancement en Suisse romande, le 8 mars dernier, de l'édition française de *20 Minutes*, édité par le groupe alémanique Tamedia, la guerre des éditeurs contre les journaux gratuits est entrée dans une nouvelle phase. Sous l'effet sans doute de la concurrence, *Le Matin Bleu* d'Edipresse a gagné un peu en substance. En sus des dépêches d'agences, plusieurs articles sont désormais signés. Le volume des annonces, dans ces deux tabloïds, apparaît aussi assez bien équilibré. Dans leurs versions vaudoises et genevoises, ces publications semblent donc avoir reçu un bon accueil. Ce double succès fait des émules; ainsi, l'ancien rédacteur en chef de «La Presse Nord Vaudois», un titre disparu du paysage médiatique de par la volonté d'Edipresse, vient de créer son propre bihebdomadaire, *La Région Nord Vaudois*, un journal au format et à la couleur des gratuits, appelé à être diffusé gratuitement en tous ménages les jeudis et sur abonnement les mardis.

A une autre échelle et de l'autre côté de la Sarine, Ringier entend lancer, encore avant l'été, un journal du soir gratuit en Suisse alémanique. Intitulé «*heute*», ce nouveau gratuit sera distribué dès 16h00 dans les agglomération de Zurich, Bâle et Berne. Pour le premier groupe de presse helvétique, dont son titre phare le *Blick*, a perdu de son audience par rapport à *20 Minuten*, il s'agit de retrouver un peu de ses lecteurs perdus. Gageons que les Suisses romands pourraient eux aussi chercher quelques moments de détente en survolant les nouvelles fraîches de fin de journée.

Relations publiques

Implantée à Genève, Lausanne et Zurich, **Rochat & Partners**, la plus importante agence romande se consacrant aux relations avec les médias et à la communication d'entreprise, connaît un développement soutenu. Employant 14 collaborateurs, son chiffre d'affaires, l'an passé, a progressé de 15%. Pour accompagner ce dynamisme et répondre à des engagements qui dépassent aujourd'hui les frontières de la Suisse, Christophe Roulet, jusqu'ici rédacteur en chef du quotidien financier l'Agefi, vient de rejoindre l'agence genevoise de Claude-Olivier Rochat. Celle-ci va être renforcée en outre par l'arrivée de cinq nouveaux consultants extérieurs.

JPM

Les composantes de l'image d'une entreprise

NATURE DE L'IMAGE	CIBLE	FONDEMENT
Interne	Personnel	Son degré d'adhésion
Financière	Communauté économique et financière	Son appréciation de la valeur de l'entreprise
Technologique	Milieu professionnel	Son estimation du savoir-faire et des perspectives de l'entreprise
Produit	Consommateurs, Clients	Leur confiance dans la signature de l'entreprise, dans les «promesses» produit.
Publique	Grand public, Médias, Pouvoirs publics, Leaders d'opinion	Leur opinion sur l'insertion de l'entreprise, sa contribution à l'intérêt général, sa personnalité

ECHOS DES AFFAIRES ET DE L'ÉCONOMIE

OCDE: Pour une Suisse moins réglementée

En 2005, l'économie helvétique a progressé plus fortement que ce à quoi on s'attendait et les perspectives pour ces 18 prochains mois restent favorables. Tout en saluant cette amélioration, l'OCDE, dans sa dernière étude économique sur la Suisse parue en tout début d'année, a clairement souligné que cette reprise était fragile compte tenu des entraves nombreuses à la concurrence qui caractérisent notre pays, en particulier dans les secteurs administrés. Ce manque de concurrence et les chicanes administratives de toutes sortes que notre cantonalisme renforce, ne peuvent, selon l'Organisation de Paris, que «nuire au dynamisme de l'économie» d'où l'urgence pour la Suisse d'entreprendre des réformes en profondeur. Dans un nouveau rapport intitulé «Suisse, saisir les opportunités de croissance», l'OCDE a réitéré récemment à Berne, devant le SECO, ses suggestions d'ouverture et de décloisonnement de notre économie. «La surréglementation fédéraliste provoque trop de bureaucratie» ont souligné les experts de l'Organisation de Coopération et de Développement Economiques et de faire à la Suisse une quarantaine de recommandations visant notamment à renforcer la concurrence, à supprimer les barrières administratives cantonales et à libéraliser les marchés publics.

Surveillance du secteur financier

En matière de réglementation financière les recommandations de l'OCDE qui en fait se discutent depuis longtemps déjà entre Paris et Berne, commencent à porter leurs fruits.

- Ainsi, en approuvant, le 1er février, le message concernant la loi fédérale sur l'Autorité fédérale de surveillance des marchés financiers (la FINMA), le Conseil fédéral a autorisé la création d'un super-gendarme du secteur financier. Cette nouvelle autorité, constituée sous la forme d'un établissement de droit public doté de sa propre personnalité juridique, rassemblera ainsi sous le même toit, à l'horizon de 2008, la Commission fédérale des banques (CFB), l'Office fédéral des assurances privées (OFAP) et l'Autorité de contrôle en matière de lutte contre le blanchiment d'argent (Autorité de contrôle LBA). Il est à relever que les quelque 250 collaborateurs de la FINMA seront engagés sur la base d'un contrat de droit privé, approuvé par un Conseil d'administration doté de larges compétences. La FINMA sera soumise à la haute surveillance du Parlement; de ce fait elle n'aura aucun compte à rendre au Conseil fédéral. Au plan international la crédibilité de ce nouvel organe de surveillance, et partant l'image de tout le secteur financier helvétique, s'en trouveront renforcés.

- Il est à noter que les banques seront toujours tenues de respecter la loi sur les banques, les négociants en titres non bancaires la loi sur les bourses et le commerce de valeurs mobilières (la LBVM qui vient elle aussi d'être un peu assouplie), les compagnies d'assurances la législation sur la surveillance des assurances, et les fonds de placements la nouvelle loi sur les placements collectifs de capitaux qui devrait entrer en vigueur au début 2007, loi que la CFB entend assouplir par rapport à la législation actuelle. Quant aux gérants de fortune indépendants, ils seront toujours assujettis au régime actuel d'autorégulation.

La création de la FINMA a été saluée par les banques et les banquiers privés. Elle est considérée aussi comme positive par les associations faîtières des assureurs privés. En revanche, elle semble susciter quelques craintes du côté des gérants indépendants dont plusieurs redoutent une concentration excessive de pouvoir dans les mains de l'autorité fédérale. D'aucuns saluent toutefois le maintien dans la future loi du principe de l'autorégulation.

JPM

NOTE DE LECTURE



François LARREY

Maîtriser les règles de lutte contre le blanchiment d'argent dans les banques

avec 120 questions pratiques

Avec le soutien de Genève Place Financière

Edition 2005

Par François LARREY, 170 pages

En plus de son activité traditionnelle de financier, le gestionnaire de fortune assume désormais la responsabilité d'évaluer le risque de blanchiment d'argent ou de financement du terrorisme de ses clients. Une tâche qui nécessite une connaissance large de la réglementation en la matière ainsi qu'une mise en pratique de textes juridiques. C'est précisément ce dernier aspect qui peut causer bien des problèmes aux gestionnaires face aux situations très diverses qu'il peut rencontrer.

François Larrey, spécialiste dans le domaine de la réglementation LBA et rompu aux questions de formation a réussi à faire la synthèse en conjuguant la théorie et la pratique dans son ouvrage «Maîtriser les règles de lutte contre le blanchiment d'argent dans les banques». Il aborde les règles de diligence par une approche simple et pratique; une vulgarisation de la réglementation qui se lit comme un mode d'emploi.

Le livre se divise en deux parties. La première, théorique, énonce les règles à suivre à l'ouverture et au cours de la relation d'affaires pour répondre aux exigences légales et réglementaires de la lutte contre le blanchiment d'argent. La seconde partie, sous la forme d'un questionnaire à choix multiple, présente 120 mises en situation couvrant les différents aspects de la CDB 03 et de l'OBA-CFB. L'ouvrage s'adresse à tout gestionnaire qu'il travaille dans une banque ou soit indépendant.

Ce livre est disponible à la Librairie Financière, 10 Cours de Rive à Genève, ainsi qu'à la Librairie Payot.

Jpm

François LARREY, licencié HEC, a été durant près de dix ans à la direction de la Fondation Genève Place Financière. En prise directe avec les établissements bancaires, il a analysé les nouvelles compétences requises dans les banques et a mené plusieurs projets dans le domaine de la formation. A ce titre, il a pris une part active à la création du cours de compliance management (Université et Haute Ecole de Gestion de Genève) dont il est membre du Comité de direction en tant qu'observateur. En 2005, il crée sa société VisionCompliance spécialisée dans l'outsourcing des activités de LBA plus particulièrement pour ce qui touche à la formation ainsi qu'à l'application et la surveillance des règles de diligences dans les relations d'affaires.

VIE DES SOCIÉTÉS

- Dans Point de Mire n° 24, Edition Eté 2005, nous avons présenté la société **HEAVEN SA** et son partenaire-dirigeant et membre fondateur Georges Halvick. Pour dynamiser ses activités et par souci d'éthique commerciale, **HEAVEN SA** a changé de raison sociale. Tout en gardant ses mêmes actionnaires et sans modification de son capital elle s'appelle aujourd'hui **FULLVIEW FINANCE SA**. Son siège est à Genève. Active dans la surveillance de la gestion de fortune et dans la consolidation et le monitoring pour les trusts, **FULLVIEW FINANCE** a aujourd'hui une forte présence à Dubaï, Singapour et Hong Kong.

- **HARCOURT PARTNERS SA**, boutique spécialisée dans la gestion de fonds de hedge funds et le conseil aux investisseurs institutionnels, a également changé de nom. Depuis le début 2006 sa raison sociale est **PEAK PARTNERS SA**, Genève. Ce changement s'inscrit dans le cadre de son développement et du renforcement de son équipe de recherche. Ainsi, Ernesto Prado, jusque-là directeur exécutif de Harcourt Investment Consulting à Zurich, une société récemment reprise par la banque Vontobel, vient de prendre ses fonctions de CIO et membre du Comité d'Investissement de Peak Partners à Genève.

- Jean-Marie de Charrière, ancien directeur de Ferrier Lullin, banque aujourd'hui entièrement intégrée dans le groupe **Julius Bär SA**, vient de quitter la première banque de gestion de fortune de Suisse et sa fonction de directeur-général pour la Suisse romande. C'est Rémy Bersier, directeur régional de Credit Suisse Private Banking, Genève, qui reprendra chez Bär ce poste à partir du 1^{er} août prochain.

- L'ancien responsable des affaires d'assurance vie de «La Suisse», Pierre-Alain Clerc, prendra dès ce 1^{er} mai, la direction de la région Suisse romande de **Swiss Life**. Il va succéder ainsi à Gilles Gautier qui quitte l'entreprise après avoir assumé cette fonction pendant 7 ans.

Comme le précise le directeur du Marché Suisse de Swiss Life: «La Suisse romande joue un rôle majeur dans notre stratégie de croissance. Avec Pierre-Alain Clerc, c'est un manager expérimenté, solidement ancré en Suisse romande et connaissant bien Swiss Life qui prendra les rênes à Lausanne. Il a toutes les qualités pour poursuivre le précieux travail accompli en amont par son prédécesseur.»

Jpm

Aujourd'hui, oseriez-vous créer un fonds sans en garder la maîtrise ?

Comme pour donner la vie, créer et faire fructifier un fonds de placement est un acte qui demande de la prévoyance et de la confiance en son partenaire.

Vous êtes une banque, un gérant de fortune, indépendant ou institutionnel, vous êtes responsable de la trésorerie de votre groupe et vous souhaitez pouvoir gérer de nouveaux véhicules collectifs de placement de droit suisse.

Nous sommes l'une des rares sociétés de direction de fonds indépendante d'une banque, donc sans aucun conflit d'intérêt, agréée par la Commission fédérale des banques. Active depuis 1994, nous mettons sur le marché les fonds les mieux adaptés aux exigences accrues des investisseurs institutionnels et privés.

Ensemble, unissons nos compétences pour créer de nouveaux fonds de placement de droit suisse.

Nous les administrons et vous les gérez !

FidFund Management | gem

Belvédère 121
CH-1264 St-Cergue
Tél : 022 360 94 00 - Fax : 022 360 94 60
E-mail : info@fidfund.com
Internet : www.fidfund.com
www.gem360.com

ABONNEZ-VOUS!

Soutenez notre engagement en faveur du développement du tissu économique romand et de la place financière suisse en vous abonnant à POINT DE MIRE

OUI, JE M'ABONNE À Point de mire

- ☐ 1 an (4 numéros) au prix de CHF 40.-
- ☐ 2 ans (8 numéros) au prix de CHF 75.-
- ☐ abonnement de soutien (1 an) CHF200.-
- ☐ pour l'étranger, prix sur demande

MODE DE RÈGLEMENT

- ☐ Sur présentation de la facture, après renvoi du bulletin d'abonnement
- ☐ Par versement sur compte postal
Point de Mire Edition - 1206 Genève
Compte 17-698125-2

Nom: _____

Prénom: _____

Société: _____

Adresse: _____

NPA/Localité: _____

Tél.: _____

Fax: _____

E-mail: _____

Date: _____

Signature: _____

Retournez ou faxez le coupon à POINT DE MIRE
Case postale 116 - 1211 Genève 17
Fax: 022 347 49 55 - ou abonnement direct
sur le site www.pointdemire.ch

Point de mire

IMPRESSUM

Editeur
ASSOCIATION POINT DE MIRE EDITION
GENÈVE

Administration et abonnements
POINT DE MIRE
CASE POSTALE 116
1211 GENÈVE 17
TEL. / FAX 022 347 49 55
E-MAIL: info@pointdemire.ch
www.pointdemire.ch

Directeur de la publication et rédacteur en chef
JEAN-PIERRE MICHELLOD

Ont également participé à la rédaction de ce numéro
COSIMA BARONE, ADRIAN KÜNZI,
SYLVIE LEGER, MARC PRIGENT,
GILLES MERMINOD, RENÉ MAZZURI

Crédit photos
NICOLE CHUARD/DAVIS PRÊTRE/STATES
ET DIVERS CONTRIBUTEURS

Gestion des annonces, publicité & marketing
PARFICOM GENÈVE
TEL. 076 347 09 72
E-MAIL: info@parficom.ch - www.parficom.ch

Composition, mise en page et impression
APPI (JESSICA DA MATA)
RIANT-COTEAU 11 - CH-1196 GLAND
TEL. 022 995 02 52 - FAX 022 995 02 57

Diffusion contrôlée REMP
2909 EXEMPLAIRES DISTRIBUÉS NOMINATIVEMENT
EN SUISSE - 4-5 NUMÉROS PAR AN

Diffusion spéciale
20000 EXEMPLAIRES EN VERSION PDF DIFFUSÉS EN
EUROPE AUX MEMBRES DE LA FÉDÉRATION
EUROPÉENNE DES CONSEILS ET INTERMÉDIAIRES
FINANCIERS (FECIF), BRUXELLES

Prix de l'abonnement
1 AN CHF 40.- / 2 ANS CHF 75.-
ABONNEMENT DE SOUTIEN CHF 200.-
PRIX AU NUMÉRO CHF 10.- / € 7,00

GRATUIT POUR LES MEMBRES
DE L'ASSOCIATION POINT DE MIRE EDITION
© POINT DE MIRE 2006

Tous les droits sont réservés. Toute réimpression, copie de texte ou d'annonce, ainsi que toute utilisation sur des supports optiques ou électroniques, sont soumis à l'approbation préalable de la rédaction.