

BULLETIN | 6

WWW.CREDIT-SUISSE.CH/BULLETIN

PRÉVISIONS POUR L'AN 2000
LE DIAGNOSTIC
D'ALOIS BISCHOFBERGER


MONDIALISATION
LES PETITES ENTREPRISES
AUSSI PEUVENT FAIRE FUREUR

MARATHON DE NEW YORK
DES SOUFFRANCES
POUR UNE BONNE CAUSE

LE BULLETIN VOUS PORTE

BONHEUR

MUSIQUES DU MONDE:
POUR RÉCHAUFFER
LE CŒUR



PENDANT QUE PAPA ÉTUDIE LES BILANS ET QUE MAMAN JONGLE AVEC LES CHIFFRES,
LE PETIT THÉO JOUE À DES JEUX PLUS CONCRETS.
GARDERIE DU CREDIT SUISSE, ZÜRICH-UETLIHOF, 22 NOVEMBRE, 10 H 45.

FOCUS: BONHEUR

- 4 ÊTRE ET AVOIR | Le bonheur en statistiques
- 12 LE MALHEUR | Selon le publicitaire Martin Denecke
- 16 LA VIE EN ROSE | Le bonheur multiplié par trois
- 22 L'ÉTAT EST TOUJOURS GAGNANT | L'industrie du jeu
- 26 DAME FORTUNE ET LES PROPHÈTES | Prévisions économiques
- 30 TRÈFLE À QUATRE FEUILLES & CIE | Des porte-bonheur à gogo

ACTUEL

- 35 FONDS INDICIELS | De bons rendements en toute sécurité
- L'ASSURANCE EN CLAIR | Les meilleures solutions
- 36 TOUS EN LIGNE SUR LE WEB | Bourse, conseil, investissement
- COMPTE D'ÉPARGNE CADEAU | Une idée pour les grands-parents

ECONOMIC RESEARCH

- 38 PROSPÉRITÉ | Le chef économiste à propos de l'an 2000
- 42 LE CIEL S'ÉCLAIRCIT | Tendances dans les secteurs
- 45 NOS PRÉVISIONS CONJONCTURELLES
- 46 BANCASSURANCE | Synergies pour de nouveaux risques
- 49 NOS PRÉVISIONS POUR LES MARCHÉS FINANCIERS

FORUM

- 50 MARATHON DE NEW YORK | Des banquiers pressés

SERVICE

- 54 PME ET MONDIALISATION | L'éditeur de logiciels Novasys à Lausanne
- 57 ÉTUDE SOPHIA | La mondialisation en ligne de mire

MAGAZINE

- 58 UN RYTHME ENDIABLÉ | De Bamako à La Havane
- 62 HANDI-SKI 2000 | Des sportifs de haut niveau
- 62 AGENDA
- 64 MUSÉE DE LA CROIX-ROUGE | L'information étayée

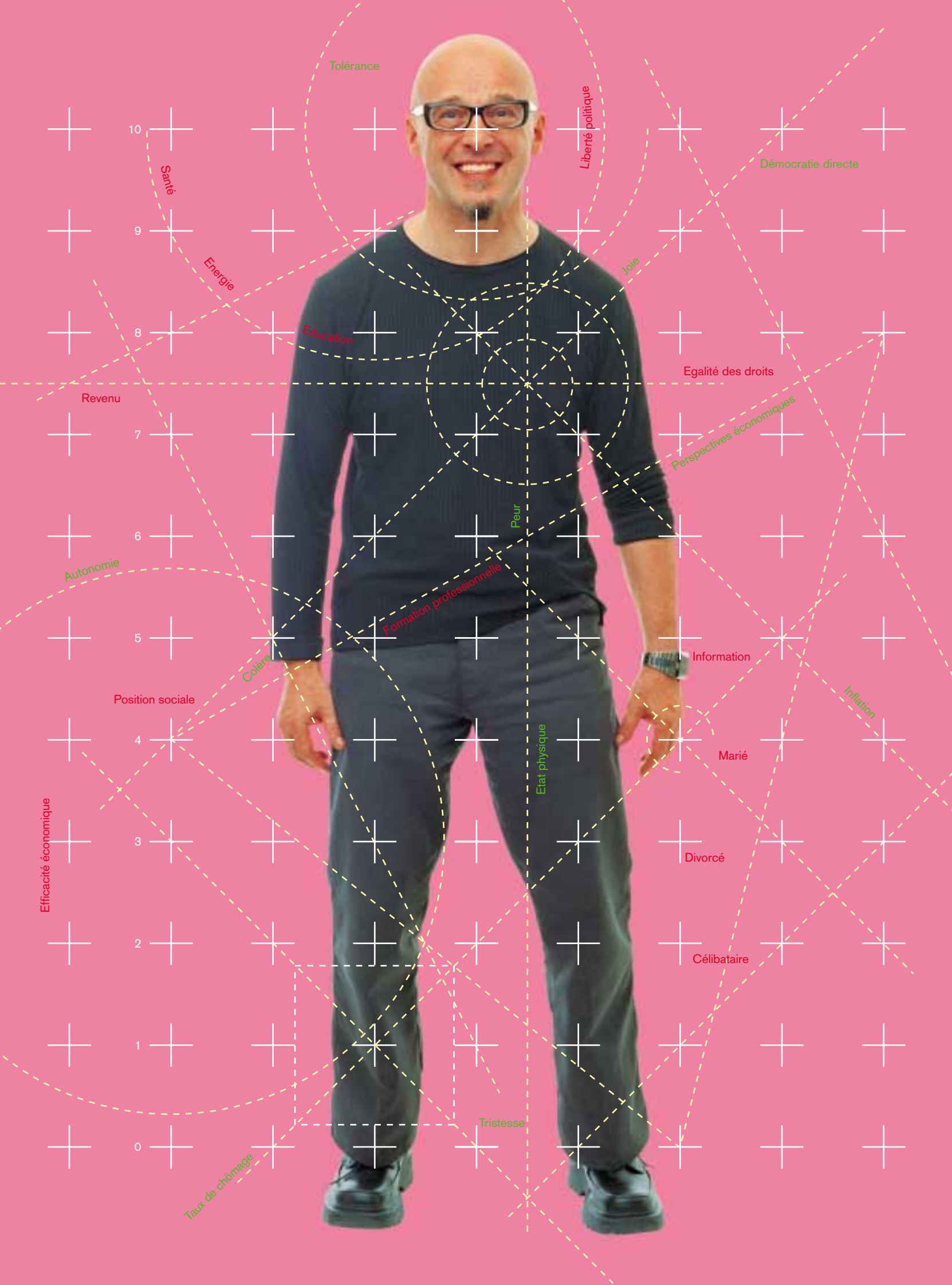
CARTE BLANCHE

- 66 L'INFORMATIQUE A BESOIN DE VISIONS | Bruno Bonati



VERRE BRISÉ, CHANCE
ASSURÉE?... POUR
LE BULLETIN, LES PORTE-
BONHEUR N'ONT PLUS
DE SECRETS.

SOMMAIRE



LE BONHEUR EST MESURABLE

PAR CHRISTIAN PFISTER,
RÉDACTION BULLETIN

COMMENT ÊTRE HEUREUX ? POUR
LES SCIENTIFIQUES CE N'EST PAS
UNE QUESTION DE SENTIMENTS,
MAIS DE STATISTIQUES.

Pourquoi les Frères Grimm l'ont-ils appelé «Hans im Glück»? Jeannot la Chance ne serait-il pas un peu simplet et, qui plus est, poursuivi par la déveine? Le voilà donc, on s'en souvient, sur le chemin du retour, portant dans un mouchoir posé sur son épaule une pièce d'or grosse comme sa tête. Un trésor qu'il a reçu de son maître en récompense de son travail. Il ne tarde pas à trouver le fardeau trop lourd et l'échange contre un cheval, lequel sera bientôt troqué contre une vache, dont il se débarrassera pour un cochon. N'y trouvant pas son bonheur, il prendra une oie en échange, laquelle servira de paiement pour deux pierres à aiguiser, qu'il verra tomber au fond d'une fontaine en allant se désaltérer. Enfin soulagé, les poches vides, il s'écrie: «Il n'y a personne sous le soleil qui soit aussi heureux que moi!» La morale de l'histoire? Privilège des contes merveilleux, les auteurs concluent: «Le cœur léger et libre de tout fardeau, il partit en courant pour retrouver sa mère.»

Jeannot avait trouvé le bonheur, mais il est peu probable que sa recette convienne à tout le monde. Comment définir le

bonheur? Comment être heureux? Huit Américains sur dix se posent ces questions une fois par semaine. Depuis la nuit des temps, l'humanité cherche à percer le mystère. Où est la clé du bonheur? Impossible de trouver le mot de passe. Alfred Bellebaum, professeur de sociologie et directeur de l'Institut für Glücksforschung, en Allemagne (entretien page 7), a cette formule lapidaire: «Le bonheur, c'est ce que chacun perçoit comme tel».

Depuis l'Antiquité on distingue chance et bonheur, car être heureux est une des émotions essentielles de l'homme, au même titre que la joie, la tristesse, la peur et la colère. Il n'est pas étonnant dès lors que diverses professions s'y intéressent. Ce sont les neurologues qui ont la tâche la plus aisée. Pour eux tout est clair: ce que l'être humain ressent et pense est le résultat d'interactions complexes entre hormones et cellules nerveuses cérébrales. Les émotions sont dues à des molécules, dont plus d'une centaine ont été identifiées comme responsables des états d'âme. Ces neurotransmetteurs du bonheur seraient avant tout la sérotonine

et la dopamine, qui avec l'adrénaline et la noradrénaline seraient responsables de notre bonne humeur. Ainsi les scientifiques ont dénombré un millier de messagers chimiques qui régulent les sentiments. L'être humain devrait donc à la chimie sa faculté d'être heureux. Ce qui semble tout de même un peu réducteur à tous ceux qui ne cherchent pas leur bonheur dans l'ingestion d'un cocktail de pilules euphorisantes.

Le problème devient plus délicat lorsqu'on se penche sur l'alchimie du bonheur humain. Les réponses ne manquent pas, une abondance de livres, colloques et thérapies existant sur le sujet. Le psychologue, c'est son métier, s'occupe des joies et des peines de ses congénères. L'ennui est qu'il a surtout affaire à des gens malheureux, et il n'est pas étonnant que le nombre de publications sur les aspects négatifs du psychisme humain soit 17 fois supérieur à celui concernant les aspects positifs.

Ce sont des économistes qui, ces dernières années, ont multiplié les études sur le bonheur. Parmi eux, le Britannique

Andrew J. Oswald déclarait récemment : « L'économiste se doit avant tout de déterminer les facteurs qui favorisent le bonheur ou qui lui nuisent et, dans un second temps, de rechercher les structures qui contribuent à l'épanouissement humain. » Les économistes et les sociologues ont pour ce faire le même outil de travail, les statistiques, partant du principe simple selon lequel le bonheur doit être mesurable et les facteurs qui l'influencent doivent être connus, car sinon l'être humain ne serait pas à la recherche d'une vie meilleure. « Je suis étonné de constater que très peu d'économistes se préoccupent de savoir combien de bonheur peut s'acheter par une amélioration de l'efficacité économique. Il s'agit là de questions essentielles que nous devrions nous poser plus sérieusement. Et le monde irait un peu mieux », fait observer Andrew Oswald.

Les études scientifiques sur le bonheur font apparaître des facteurs universellement favorables au bien-être des

hommes, indépendamment des différences culturelles entre nations ou populations. Depuis des années, Ruut Veenhoven, de l'université Erasmus à Rotterdam, constitue une base de données intitulée « World Database of Happiness » à partir d'études conduites sur le bonheur dans le monde entier. Les conclusions que l'on peut en tirer ne sont encore fiables que pour une cinquantaine de pays, mais les données autorisent déjà des comparaisons entre les pays, non de façon théorique mais pour identifier les conditions qui favorisent la joie de vivre.

Les Occidentaux ont de quoi se réjouir

Il existe de grandes différences dans la manière de ressentir le bonheur selon les régions du globe : c'est en Asie et en Afrique que les gens sont le moins heureux, alors que le taux de satisfaction est le plus élevé dans les pays occidentaux.

Des facteurs endogènes et exogènes contribuent à cet état de fait. Les données sur les conditions d'existence montrent

une relation étroite entre le bonheur et

- la richesse du pays
- l'autonomie et la liberté politique
- l'égalité des droits entre hommes et femmes
- la faiblesse des différences sociales
- la tolérance du système étatique
- l'accès à l'éducation et à l'information
- la faiblesse du taux de chômage
- l'état de développement du pays.

« Ces résultats ne manqueront pas d'étonner ceux qui mettent sur le même plan modernisme, dérives et aliénation, constate Ruut Veenhoven. Sans nier les problèmes liés à la vie moderne, on observe que les avantages l'emportent aux yeux des intéressés. » Ed Diener, un psychologue américain, a montré à quel point la stabilité politique et les perspectives économiques au sein d'un Etat pouvaient influencer sur la notion de bien-être. L'une de ses études a ainsi mis en évidence le plus faible degré de satisfaction jamais mesuré : dans la République dominicaine, en 1992. Sur une échelle de 0 (mécontentement absolu) à 10 (satisfaction totale), la moyenne des réponses obtenues se situait à 1,6 point. La statistique avait été faite à une période de grande incertitude pour cet Etat des Caraïbes, entre la chute du dictateur Trujillo et l'avènement de la démocratie.

Outre les circonstances extérieures, le bonheur dépend aussi de l'individu lui-même. Les données collectées par Ruut Veenhoven montrent que

- les personnes des classes sociales privilégiées manifestent une plus grande joie de vivre
- dans la plupart des pays, le bonheur est également partagé entre jeunes et vieux, femmes et hommes
- les gens mariés sont plus heureux que les célibataires ou les divorcés
- les personnes ayant une formation professionnelle sont plus heureuses que celles qui n'en ont pas
- l'on est plus heureux si l'on est en forme et plein d'énergie

HEUREUX COMME UN ISLANDAIS OU COMME UNE BULGARE ?

Des chercheurs du monde entier, dont le psychologue Ed Diener, de l'université de l'Illinois, aux Etats-Unis, ont comparé le degré de satisfaction dans les différents pays. Sur une échelle de 10 points, parmi les nations dont on possède des données fiables, ce sont les Bulgares (5,03 points) qui sont les plus malheureux, alors que les Islandais (8,02 points) forment le trio de tête avec les Danois et les Suisses.

A vous, Chère Lectrice, Cher Lecteur, de tester votre appartenance géographique en matière de bonheur. Donnez à chacune des questions ci-dessous une note de 0 (totalement faux) à 10 (tout à fait vrai) :

- Dans ses principaux aspects, ma vie actuelle correspond à l'idéal que je m'en fais
- Mes conditions de vie sont excellentes
- Je suis satisfait de ma vie
- Jusqu'à présent, j'ai obtenu les choses essentielles que je souhaitais dans la vie
- Si je devais recommencer, je ne changerais quasiment rien.



ENTRETIEN SUR LE BONHEUR AVEC ALFRED BELLEBAUM

«NOTRE CŒUR TROUVE LA PAIX LORSQU'IL REPOSE EN TOI»

Alfred Bellebaum est professeur de sociologie aux universités de Coblenz et de Bonn. Il a fondé en 1990 l'Institut für Glücksforschung à Vallendar, en Allemagne, et s'est fait une renommée en éditant des ouvrages comme «Ökonomie und Glück», Opladen 1999; «Staat und Glück, Politische Dimensionen der Wohlfahrt», Opladen 1998.

CHRISTIAN PFISTER Pourquoi avoir créé l'Institut für Glücksforschung, il y a dix ans ?

ALFRED BELLEBAUM Rien n'échappe à l'investigation scientifique. Le bonheur est un sujet qui a toujours préoccupé l'homme, car il est au centre des mouvements de l'âme. On cite souvent Aristote : «Tous les hommes veulent être heureux», mais ce qui intéresse le scientifique, c'est : Pourquoi les hommes veulent-ils être heureux ? Comment a évolué la conception du bonheur à travers les âges ? Quels sont les rapports entre l'Etat, la politique et le bonheur ? La réflexion systématique sur le bonheur date de l'Antiquité, mais elle connaît un regain d'intérêt avec les difficultés du monde moderne. Notre domaine, c'est la recherche fondamentale, nous ne proposons pas de solutions pratiques.

C.P. Diverses sciences ont le bonheur pour objet. Certaines disciplines sont-elles plus importantes que d'autres ?

A.B. Non, car la philosophie, la théologie, la sociologie, la psychologie, la biologie et l'économie restent limitées à leur domaine. Une discipline se concentrera sur l'étude du cerveau pour y découvrir le bonheur, alors que l'autre s'intéressera davantage aux représentations qu'en ont

les différentes cultures. Une approche pluridisciplinaire garde donc tout son intérêt pour faire la synthèse des connaissances et savoir d'où elles viennent, avec quelles justifications et quelles conséquences.

C.P. La conception du bonheur n'est pas la même selon que l'on se place d'un point de vue historique ou que l'on considère le présent. Pouvez-vous nous citer des exemples ?

A.B. Pour l'Egypte ancienne, on a trouvé qu'il n'y avait pas de bonheur sans l'autre, pas de bonheur sans le roi, pas de bonheur sans Dieu. Une telle conception ne serait certainement pas majoritaire actuellement. Pour nous, la recherche du bonheur est centrée sur le vécu : prendre du bon temps, avoir une vie bien remplie, être en forme, fuir la monotonie, voilà des souhaits fort répandus. Pourquoi pas d'ailleurs ?

C.P. Dans l'Ancien Testament, Qohéleth décrit le bonheur comme une brise légère.

A.B. C'est une des innombrables définitions du bonheur qui incitent à la réflexion. Chez Qohéleth, il s'agit de l'expérience douloureuse que font nombre d'entre nous, à savoir qu'en général, le bonheur est limité dans le temps. Schopenhauer faisait d'ailleurs remarquer que la possession d'une chose lui enlevait son attrait et suscitait de nouvelles convoitises. De même, Saint Augustin écrivait très justement : «Notre cœur ne trouve la paix que lorsqu'il repose en Toi».

C.P. Que pensez-vous du fait que les économistes fassent des recherches sur le bonheur ?

A.B. Je suis pour ! Les liens entre la situation économique et le bonheur ou la satisfaction ne sont pas nouveaux, mais ce thème est particulièrement d'actualité dans la mesure où les effets de cette fameuse mondialisation touchent beaucoup de gens et où une augmentation de l'aisance matérielle ne favorise pas forcément le bonheur.

C.P. Il est question de «poursuite du bonheur» dans la Déclaration d'indépendance américaine de 1776. Est-ce une envolée lyrique ?

A.B. C'est un cas unique au monde, tout à fait représentatif de la mentalité américaine. La poursuite du bonheur ainsi élevée au rang de droit civique est une importante revalorisation de la notion de liberté. Il ne revient pas à l'Etat de garantir le bonheur, mais il doit considérer comme naturelle cette poursuite du bonheur et la rendre possible.

C.P. Vos réflexions sur le bonheur vous ont-elles apporté quelque chose à titre personnel ?

A.B. Oui, bien sûr. Je reste impressionné par les multiples facettes de la question et par l'effort intellectuel qui est nécessaire pour l'appréhender. Je suis fasciné par toutes les représentations du bonheur dont le cerveau est capable. Celui qui fait des recherches sur le bonheur s'en trouve-t-il plus heureux ? Cela dépend des personnes. Par le passé, j'écrivais des livres sur la sociologie des comportements déviants ou sur l'ennui et le silence. Maintenant c'est sur le bonheur que je me penche ; j'aime le changement.



www.winterthur.com/ch

Un petit problème? Pas de panique... Nous sommes là.

Avec STRADA, l'assurance véhicules automobiles de la WINTERTHUR, nos spécialistes sont là pour vous quoi qu'il arrive. 24 heures sur 24, 365 jours par an. En cas de problème avec votre véhicule, nous vous venons en aide sur un simple appel au 0800 809 809. Votre conseiller vous expliquera volontiers comment, avec STRADA, vous êtes en sécurité sur la route. Dans toutes les situations. Il saura également vous renseigner sur les solutions intéressantes proposées par le CREDIT SUISSE pour financer votre voiture.

– le bonheur ne dépend guère de l'importance des revenus, sauf évidemment dans les pays pauvres, où les salaires suffisent à peine pour survivre.

Les Suisses voient la vie en rose

Un sondage a été effectué entre 1992 et 1994 sur un échantillon représentatif de la population suisse. La question suivante a été posée à 6 000 personnes: «Dans quelle mesure êtes-vous satisfait de votre existence?» L'évaluation s'est faite sur une échelle de 1 à 10. Les Suisses seraient ainsi les champions du monde du bonheur avec 8,21 points, 29% des répondants ayant opté pour la note 10, 17% pour 9 et 27% pour 8. Dans l'ensemble, les femmes helvétiques sont plus heu-

reuses que les hommes, les couples plus que les célibataires, ainsi que les personnes travaillant à leur compte et les femmes au foyer.

Sur la base des réponses obtenues et des données concernant les personnes interrogées, Bruno S. Frey, professeur d'économie à l'université de Zurich, et son collègue Alois Stutzer ont cerné les facteurs extérieurs déterminant un tel degré de satisfaction en Suisse. «Plus que le degré général de satisfaction, il importe de connaître les ressorts, et c'est là qu'intervient l'analyse statistique», précise Bruno Frey, qui conclut que les principaux paramètres sont, dans l'ordre, le chômage, la santé, puis l'inflation. Pour la première fois, il a également été possible de mettre

en parallèle, sur des bases scientifiques, la démocratie et la satisfaction des citoyens. Résultat: «Plus il y a de démocratie, plus les citoyens ont de possibilités d'influer directement sur le cours des choses, et plus ils sont satisfaits» (entretien page 11).

L'économiste voit essentiellement deux raisons à cette satisfaction: premièrement, les responsables politiques sont mieux contrôlés par l'implication active des citoyens, les décisions correspondent davantage aux attentes de la population; le travail du gouvernement s'en trouve amélioré et génère une plus grande impression de bien-être. Deuxièmement, la démocratie directe permet aussi d'intervenir dans les processus décisionnels.



Peter Lienhart est membre du Directoire du CREDIT SUISSE

FAIRE DU BONHEUR UN ÉLÉMENT DE QUALIFICATION

Le CREDIT SUISSE a procédé à une nouvelle enquête sur la satisfaction de ses collaborateurs. Tous ont ainsi eu l'occasion d'évaluer le comportement de leurs supérieurs hiérarchiques, le stress, la promotion du personnel ou la rémunération.

Sur quelque 11 000 questionnaires, 85% ont été renvoyés dûment remplis.

«La satisfaction du personnel est un élément important de notre culture d'encadrement, explique Peter Lienhart. Nous voulons que les gens se sentent bien et s'épanouissent dans leur travail.» La banque n'agit pas par philanthropie: le management est conscient que des collaborateurs satisfaits donnent des clients satisfaits. «Si nous voulons réussir encore mieux sur le marché, c'est par notre personnel que nous devons commencer, car en chaque individu sommeille un immense potentiel», dit Peter Lienhart. C'est un atout qu'il faut jouer. «Dans les activités bancaires, un bon contact avec les clients génère de la valeur. La satisfaction des collaborateurs a des répercussions immédiates sur la bonne marche des affaires – et l'inverse est vrai aussi.» Paroles creuses? Le CREDIT SUISSE est très clair là-dessus: la satisfaction des collaborateurs est un élément de l'évaluation annuelle des cadres. L'enquête a montré quels fac-

teurs étaient déterminants pour le bien-être des collaborateurs. En voici les principaux, par ordre d'importance:

Tâches/autonomie Notamment: pouvoir utiliser pleinement ses capacités, avoir assez de liberté d'action pour mettre en pratique ses propres idées, pouvoir prendre soi-même les décisions nécessaires.

Confiance C'est-à-dire: confiance dans le Directoire et dans la cohérence de la stratégie, satisfaction dans la manière dont la valeur de chacun est appréciée et reconnue et dont on investit dans ses capacités, identification avec la culture de performance de l'entreprise.

Satisfaction par rapport au supérieur hiérarchique Critères retenus: personnalité, aptitude à diriger, à s'imposer, à résoudre les problèmes, à planifier le travail et à contrôler les résultats.

Salaire L'accent est mis sur une rémunération axée sur les performances et correspondant aux compétences, sur les avantages accordés au personnel (hypothèques à taux préférentiels, par exemple).

La satisfaction des collaborateurs avait nettement progressé entre 1997 et 1998, et est restée sans grand changement depuis lors. Par comparaison avec d'autres entreprises en Suisse et en Europe, notre société se situe dans le peloton de tête en la matière.

LES VINS ITALIENS IL CARATELLO

Découvrez les grands vins d'auteurs italiens

unique chacun, très particulier
et à forte personnalité.

Piemonte **Fratelli Giacosa** Barolo
Vigna Mandorlo
DOCG
1995
fr. 43.- bt. _____

Piemonte **Azienda Moccagatta** Barbaresco
Bric Balin
DOCG
1996
fr. 44.- bt. _____

Piemonte **Giacomo Conterno** Barbera d'Alba
1996
fr. 23.50 bt. _____

Toscana **Poderi Castellare** Chianti Classico
DOCG
1997
fr. 18.- bt. _____

Toscana **Antonio Mastrojanni** Brunello
di Montalcino
DOCG
1994
fr. 41.- bt. _____

Toscana **Azienda Poliziano** Vino Nobile
di Montepulciano
Vigna Asinone
DOCG 1995
fr. 35.50 bt. _____

Chaque vin est accompagné d'une fiche descriptive.

Veuillez m'envoyer:

☐ le carton de **dégustation**, contenant **1 bt.** des vins indiqués ci-dessus au prix de **fr. 205.-** tout compris.

☐ les vins indiqués ci-dessus contre facture. Je profite des **rabais de quantité** suivants: 3% dès 36 bt., 5% dès 72 bt., 8% dès 120 bt. Livraison franco domicile à partir de fr. 1000.-. Tous les prix TVA 7,5% comprise.

☐ gratuitement la «Collezione 2000» (disponible dès avril)

Offre valable jusqu'au 31.1.2000, sauf vente et engagement.

Prénom _____

Nom _____

Rue _____

NPA/localité _____

Tél. P _____

Tél. B _____

Heiligkreuzstrasse 3
CH-9008 Saint-Gall
Téléphone 071 244 88 55
Téléfax 071 244 63 80
www.caratello.ch
info@caratello.ch

Remplir,
copier et
faxer au:
071
244 63 80

Bruno Frey et Alois Stutzer ont également étudié l'influence du fédéralisme et de l'autonomie des communes – pour retrouver la même relation entre satisfaction et droit de regard à l'échelon local.

Les conclusions de Bruno Frey sont issues d'une comparaison entre les 26 cantons, laquelle fait apparaître une influence variable des citoyens. Ainsi, le nombre de signatures nécessaires au lancement d'une initiative n'est pas le même dans tous les cantons. Ces résultats sont corroborés par les réponses des étrangers résidant en Suisse. En règle générale, on constate parmi les étrangers une satisfaction plus grande que celle des Suisses dans les cantons où la démocratie directe est plus affirmée, mais le degré de satisfaction des étrangers est inférieur à celui des Suisses dans les cantons où l'influence politique des citoyens est supérieure à la moyenne. Explication: les étrangers tirent profit de la politique de proximité, mais ils n'ont pas les moyens de s'exprimer, ce qui tempère leur optimisme.

L'aptitude au bonheur

«Don't worry, be happy», on se souvient de cette rengaine. S'il était aussi simple d'être heureux, que deviendraient les chercheurs et leurs mesures? Pourtant, il semble bien que cette chanson à succès évoque une vérité fondamentale. Le gardien des données sur le bonheur, Ruut Veenhoven, a encore une statistique à notre service: il y a en effet dans le monde plus de gens qui s'estiment heureux que malheureux. Ce qui l'amène à conclure que «la capacité de l'homme à être heureux est grande. Les régions cérébrales responsables des influences positives sont plus étendues que celles qui génèrent des impressions désagréables».

Jeannot la Chance n'aurait certainement pas dit le contraire.



Bruno S. Frey,
professeur d'écono-
mie à l'université
de Zurich

LE BONHEUR EST DANS LA DÉMOCRATIE

Bruno S. Frey enseigne l'économie à l'université de Zurich. Sa fascination pour le bonheur l'a amené à faire une très belle découverte avec son collègue Alois Stutzer, à savoir qu'il existe une relation linéaire entre démocratie directe et satisfaction des citoyens.

CHRISTIAN PFISTER Pourquoi les économistes cherchent-ils à mesurer le bonheur ?

Bruno S. Frey L'objectif ultime de toute gestion économique, c'est de rendre les gens heureux. Il faut donc vérifier s'il est atteint.

C.P. Comment le fait-on ?

B.S.F. Par des sondages. Les gens évaluent leur situation sur une échelle allant de 1 (mécontentement total) à 10 (satisfaction totale). Les Suisses arrivent à une moyenne de 8,2 points et font ainsi partie des peuples les plus heureux du monde.

C.P. Dans le tram, le matin, ce n'est pas l'impression que j'ai.

B.S.F. Pourtant c'est ainsi. Nous avons comparé 43 pays dont les données sont fiables. Les pays les plus pauvres arrivent à une moyenne de 5,9 et les plus riches à 7,3. Voilà qui bat en brèche un vieux préjugé selon lequel l'argent ne fait pas le bonheur.

C.P. En Suisse, le chômage et la santé arrivent en tête parmi les paramètres du bonheur. Quelle est l'influence de la fiche de paie ?

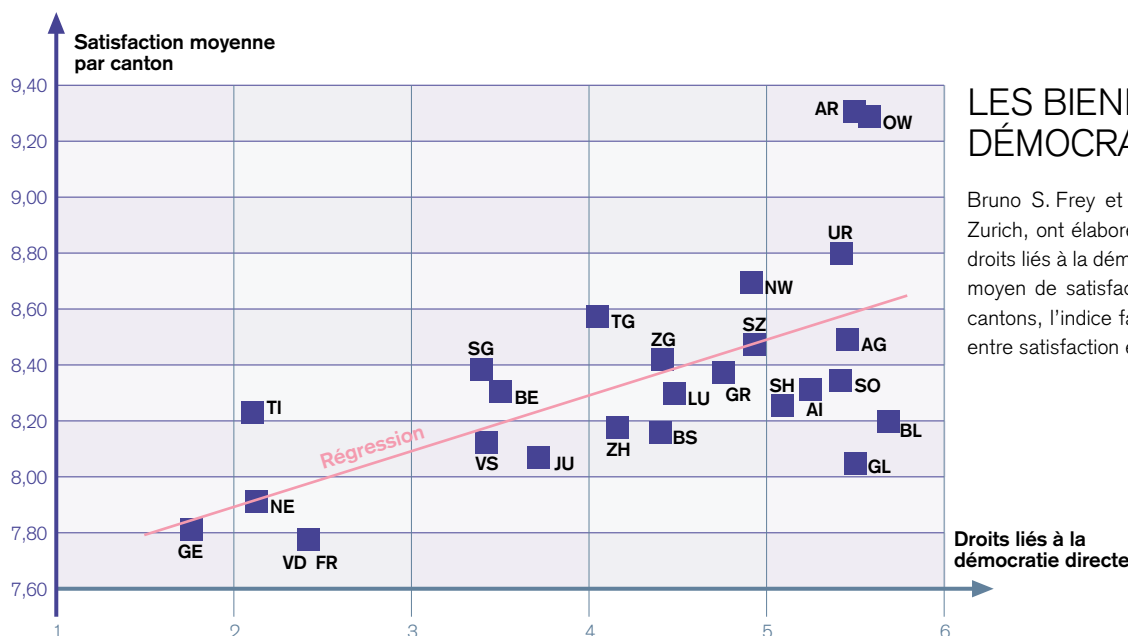
B.S.F. Pour les Suisses, le revenu est un élément du bonheur mais il se situe loin derrière le fait d'avoir un emploi.

C.P. Vous avez montré que le bonheur dépendait aussi des possibilités d'influer sur la politique et les institutions. Comment est-ce mesurable ?

B.S.F. Les résultats des sondages montrent que les possibilités effectives de participer à la vie politique sont très variables d'un canton à l'autre. Cela influe sur les résultats des politiques conduites et sur le degré de satisfaction des administrés. Il y a bien sûr d'autres facteurs importants, mais cet aspect pèse lourd dans la balance : plus le système est démocratique et de type fédéral, plus les gens sont contents.

C.P. Il faudrait donc plus de démocratie ; une intégration à l'Union européenne (UE) augurerait assez mal de notre bonheur à venir. Qu'en pensez-vous ?

B.S.F. Difficile à prévoir, car les avis divergent sur les droits et l'influence politiques que nous ferait perdre notre adhésion à l'UE. Par ailleurs, on entend souvent dire que la démocratie directe entrave l'économie. C'est pourtant bien le contraire que l'on constate : le poids des déficits publics est inversement proportionnel au degré de démocratie. Il y a moins de fraude fiscale, les gens ayant une meilleure relation à l'Etat. Autre aspect intéressant, le revenu par habitant est plus élevé dans les cantons où la démocratie directe est la plus développée.



Source: Bruno S. Frey et Alois Stutzer (1999). Happiness, Economy and Institutions. Université de Zurich.



L'EXCÈS DE BONHEUR N'EST GUÈRE VENDEUR

«DANS UNE BONNE HISTOIRE, ESTIME LE PUBLICITAIRE
MARTIN DENECKE, IL EST RAREMENT QUESTION DE SUCCÈS.»

MARTIN DENECKE, DIRECTEUR DE
LOWE|GGK, DÉCRIT LA SUCCESS
STORY DE SON AGENCE DANS UN
STYLE EMPREINT D'HUMOUR NOIR
PLUTÔT QUE D'ÉMOTION.

INTERVIEW: ROSMARIE GERBER, RÉDACTION BULLETIN

ROSMARIE GERBER Vous êtes actuellement au soleil, dans le sud de l'Espagne. Etes-vous heureux ?

MARTIN DENECKE Et comment ! Ne le seriez-vous pas à ma place, avec une température de 20 degrés ?

R.G. Tout en célébrant le bonheur à titre privé, vous et vos confrères l'excluez toujours plus de la publicité. Où sont donc passés les ménagères qui s'extasiaient sur leur linge « plus blanc que blanc », les amoureux qui accédaient à la félicité éternelle dans leur nouvelle voiture ?

M.D. Ces exagérations, ces promesses de bonheur si vous préférez, remontent à une époque où la publicité était beaucoup moins présente. Il suffisait alors de quelques individus souriants pour qu'une voiture, un soda ou un dentifrice se vendent comme des petits pains. Aujourd'hui, le message publicitaire ne présentant que des visages radieux passera tout simplement inaperçu.

R.G. Le bonheur n'est donc pas un argument vendeur ?

M.D. Je ne serais pas aussi catégorique. Au lieu de sourires forcés, nous montrons des émotions.

R.G. Et comment faites-vous pour faire passer ces émotions sur les affiches et dans les annonces ou les films publicitaires ?

M.D. Prenez la publicité de la société Orange, qui promet davantage de communication à l'avenir. Il s'agit ici d'émotions à l'état pur, de liens qui se nouent. Bien sûr qu'il y est question du prix et de la valeur du produit, mais seulement d'une manière accessoire.

R.G. Dans un monde impersonnel, parler est peut-être la plus grande des émotions. Alors, plutôt que de me promettre un sourire éclatant grâce au dentifrice Meridol, vous préférez m'expliquer qu'il « régénère les gencives irritées ». Pourtant il est rare que je rêve de gencives régénérées !

M.D. Ce dentifrice se distingue par son principe régénérateur. Nous mettons ainsi l'accent sur une propriété qu'aucun autre dentifrice ne possède sans doute.

R.G. Et pourquoi la promesse d'un sourire ravageur ne serait-elle pas convaincante ?

M.D. Le consommateur se dirait qu'il s'agit d'un dentifrice comme les autres. Or celui-ci régénère les gencives. D'ailleurs, Meridol est devenu en l'espace de cinq ou six ans le deuxième dentifrice le plus vendu en Suisse. Le succès de cette campagne a surpris tout le monde, nous les premiers. C'est comme si la

notion de régénération avait donné naissance à un nouveau type de produits.

R.G. Une publicité purement informative séduit la clientèle. Mais si vous prenez une histoire loufoque mêlée d'humour noir, c'est là aussi le succès assuré. Pourquoi ?

M.D. La plupart des produits ne se différencient guère les uns des autres, d'où la nécessité de créer un univers unique en son genre. Le consommateur veut se divertir. La publicité fait toujours figure d'intruse et, en tant que telle, elle se doit d'attirer l'attention.

R.G. Et c'est par des ricanements sardoniques ou, au mieux, par des éclats de rire que la publicité touche le consommateur ?

M.D. La publicité a du succès quand elle raconte une bonne histoire, dont l'humour n'est pas exclu. Et dans une bonne histoire, il est rarement question de succès.

Si je raconte que j'étais en Espagne en 1995, qu'il y faisait beau et que tout était pour le mieux dans le meilleur des mondes, personne ne m'écouterait. Par contre, si je me plains de la pluie, d'ennuis de voiture et autres catastrophes, le public sera ravi.

R.G. Pour faire une bonne publicité, il faut donc rire aux dépens d'autrui ?

M.D. Oui. Prenez Hamlet, une marque de cigares anglais. Son slogan, « Le bonheur, c'est un cigare nommé Hamlet », est illustré par un individu à qui il arrive toutes sortes de mésaventures. Quand la situation devient vraiment critique, il allume un Hamlet. Le message est clair : dans la vie, il n'y a pas que des moments de bonheur. Notre but est de divertir le public sans dire adieu pour autant à cette vision idyllique des choses. Nous l'interprétons, voilà tout, et dans un monde quelque peu déshumanisé, nous jouons volontiers sur les émotions.

R.G. Vous parlez d'émotions mais jamais de bonheur : ce mot est-il complètement galvaudé à vos yeux ?

M.D. Non, pas forcément. Dans l'univers bancaire, les émotions ont quelque chose de surprenant, et donc d'opportun.

MARTIN DENECKE – LOWE|GGK

Directeur du groupe LOWE|GGK, le numéro 13 mondial des agences de publicité, Martin Denecke compte parmi ses clients le magazine économique Cash, Bico & Co SA, Canon (Suisse), l'Union suisse du commerce de fromage, Rivella et Sunrise Communications. Après le changement de millénaire, le CREDIT SUISSE GROUP fera aussi appel à ses services.

Lavabeaux!

INTEGRAL MC BIEL-BIENNE 99 C



Meilleur choix sanitaire et de cuisines de Suisse



„Hello chéri!“ Quiconque vous salue le matin amoureux-
sement et vous souhaite bonne nuit le soir ne devrait pas
seulement être facile à entretenir, mais avoir aussi des
formes parfaites. Un tête-à-tête dans la salle de bains?
Chez nous bien sûr, dans la plus audacieuse exposition
de salles de bains de Suisse. Des courbes et des couleurs
à caresser. Du porte-savon au lavabo. Compétence de
l'assistance-conseil et créativité de l'agencement, pour
tous les budgets et pour tous les goûts.

N'hésitez pas une seconde. Visitez l'exposition de salles
de bains la plus à la mode de Suisse. Ne laissez pas ce
plaisir aux autres!



La référence pour la cuisine et la salle de bains

Expositions de salles de bains et cuisines: Basel, Münchensteinerstr. 127, 061 337 35 35, **Biel-Bienne**, Dufourstr. 38, 032 344 85 44, **Chur**, Industriestr. 27, 081 286 73 73, **Contone**, Via Cantonale, 091 851 97 60, **Crissier**, Ch. Longemarlaz 6, 021 637 43 70, **Jona**, Jona-Center 2, 055 225 15 55, **Köniz/Bern**, Sägemattstr. 1, 031 970 27 11, **Lugano**, Corso Elvezia 37, 091 912 28 50, **Sierre**, Ile Falcon, 027 455 37 51, **St. Gallen**, Simonstr. 5, 071 282 55 55, **Thun**, C.F.L. Lohnerstr. 28, 033 334 59 59, **Winterthur**, Geschäftshaus Banane, Brunnigasse 6, 052 269 13 69, **Zürich**, Carabhaus, Hardturmstr. 101, 01 446 10 10 **Expositions de salles de bains:** Develier, Route Cantonale, 032 422 88 62, **Kriens**, Industriestr. 10, 041 349 59 59, **Olten**, Aarburgerstr. 103, 062 287 77 87
Exposition de cuisines: Genève, Ch. de la Gravière 8, 022 343 88 20

<http://www.sanitastroesch.ch>

Encore faut-il qu'elles soient authentiques. Afficher un contentement béat devant une banque, cela n'a rien de bien convaincant. Le client qui manifeste sa joie parce qu'il a pu – grâce à sa banque – réaliser un projet sera en revanche beaucoup plus crédible. Vos allégories du bonheur, elles, n'ont aucune crédibilité.

R.G. Oui, mais ce sont des créatures de rêve, et les rêves ne passent pas au contrôle technique.

M.D. Si cela peut vous consoler, une petite partie des publicités mise toujours sur les stars : Cindy Crawford vante les mérites d'Omega, Boris Becker ceux de TAG Heuer.

R.G. Et ces stars nous promettent succès, bonheur, beauté et jeunesse ?

M.D. Bien sûr. De toutes les techniques, c'est la plus simple.

R.G. Votre mépris pour ce type de publicités perce à travers vos propos. Vous-même ne cherchiez donc pas à séduire le consommateur aussi « simplement » ?

M.D. Dans certaines circonstances, si. La Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ), par exemple, fait appel à des personnalités, dont Helmut Schmidt. Bien que présent, l'ex-chancelier se cache derrière son journal. Au bas de la page, le lecteur apprend que cet homme qui lit la FAZ est Helmut Schmidt.

R.G. Il est question dans ce cas d'un exercice intellectuel avec des personnalités, non de culte des stars. Dans la profession, l'intellectualité semble l'emporter très nettement sur la matérialité. Un de vos collègues fait de la publicité pour la Suisse en ces termes : « Quand le tourisme vous a-t-il coûté vos vacances pour la dernière fois ? » Afficher dans ses propos une autosatisfaction à la limite de l'injure pour le public, est-ce le secret de la réussite ?

M.D. C'est un simple jeu de mots qui n'est pas destiné aux touristes, justement. Celui qui se trouve avec mille autres personnes dans un lieu de vacances voudrait malgré tout être unique et au-dessus du lot. Ce qu'on lui propose ici, c'est la qualité, et non le tourisme de masse.

R.G. Et vous croyez que ce jeu de mots peut susciter un écho chez le touriste moyen qui emmène toute sa petite famille dans une pension helvétique ?

M.D. La Suisse est une destination coûteuse. Nous devons donc viser une clientèle aisée. Vous parlez d'injure, mais quand une publicité polarise l'attention, c'est qu'elle a une part de vrai.

R.G. Vous voulez dire qu'une Heidi radieuse menant ses chèvres à l'alpage n'aurait pas drainé les foules ?

M.D. En Asie, où je vais souvent, ce genre de cliché marcherait ; mais en Allemagne il serait tout à fait déplacé.



«QUAND UNE
PUBLICITÉ POLARISE
L'ATTENTION, C'EST QU'ELLE
A UNE PART DE VRAI»

R.G. Votre agence fait la publicité de Pfister, un magasin de meubles grand public, en ces termes : « Pour vos décorations de table, ne prenez pas n'importe quelle table ». En somme, vous préférez faire travailler la matière grise du client plutôt que de lui vendre un intérieur confortable ?

M.D. La photo présente une table avec des verres, des tasses et des assiettes. Notre but, c'est de dire au client, en forme de boutade, que chez Pfister il trouvera aussi de la vaisselle. Il y a quelques années, Pfister souffrait d'une image un peu vieillotte, que nous avons voulu rajeunir. Du coup, cette publicité nous a valu un prix.

R.G. Et vous n'auriez pas pu employer avec un égal succès l'impression de bonheur qui se dégage d'un petit nid douillet ?

M.D. De toute évidence, vous n'avez pas vu le spot publicitaire pour Pfister. Nous avons en effet couplé deux campagnes. A la télévision, nous jouons sur l'intimité du foyer, mais d'une façon plus moderne.

R.G. La modernité, pour vous, c'est une famille heureuse qui complotte d'assassiner grand-maman ?

M.D. Pas du tout. On voit une famille et une femme qui se sent libre et heureuse. Un foyer agréable, une vie heureuse. Et comme un fait exprès, vous ne les avez pas vues, ces images de bonheur parfait.

R.G. Quel dommage que la seule publicité idyllique de votre cru m'ait échappé. Et quel dommage, Monsieur Denecke, qu'à la fin de notre entretien, le mot bonheur vous reste toujours un peu en travers de la gorge.

M.D. Ce qui vous intéresse, c'est l'exaltation des sentiments. Nous, nous devons montrer le bien-être si nous voulons rester crédibles. Or le bien-être est subjectif : certains recherchent la réussite professionnelle, d'autres rêvent d'acheter telle voiture, d'autres encore veulent fonder une famille. Celui qui réalise son projet est satisfait ou, si vous préférez, heureux. Votre représentation idéalisée du bonheur est insoutenable aux yeux d'un public adulte, parce qu'elle ne correspond pas à la réalité.

CHARLOTTE SEEMANN, VOYANTE : « C'EST COMME SI JE FAISAIS CADEAU DE MA CHANCE. »

« Che sarà, sarà », chante Doris Day dans « L'Homme qui en savait trop » d'Alfred Hitchcock. « What ever will be, will be. The future's not ours to see. » Laissons l'avenir venir. C'est aussi ce que pense Charlotte Seemann, bien que beaucoup de gens s'adressent à elle pour qu'elle leur lise l'avenir dans les astres ou dans les cartes.

« When I was just a little girl, poursuit Doris Day, I asked my mother, what will I be? Will I be pretty? Will I be rich? » Mais les questions simples n'ont pas toujours une réponse simple. « Les astres influencent mais n'obligent pas, dit Charlotte Seemann. Il appartient à l'homme de façonner son avenir. Chacun est l'artisan de son bonheur. » Cette Bâloise de 58 ans, qui dirige un « centre de conseil psychologique », se définit comme quelqu'un « qui aide les gens à trouver leur équilibre et, ainsi, leur bonheur ». Au moyen d'entretiens, d'élixirs floraux de Bach, d'astrologie, de training autogène – ou des tarots.

« Les cartes de tarot reflètent des facettes inconnues de notre personnalité, dit Charlotte Seemann. Elles rendent l'invisible visible en images. Nous posons des questions sur l'avenir, et les réponses nous permettent de tirer des conclusions pour savoir comment aborder les nouvelles situations, les autres, ou encore son propre moi. » La journaliste en moi veut en savoir plus. Je demande donc à Madame Seemann de me tirer les cartes en « accéléré ».

Je suis assise en face d'elle. Entre nous, une chandelle brûle. Dans la pièce d'à côté, une musique méditative et le léger clapotis d'une fontaine d'appartement nous bercent doucement. Une lampe parfumée distille un discret arôme. De la main gauche, je dois couper un pa-

quet de cartes, faces cachées. Puis sur ce paquet Charlotte Seemann me laisse déterminer neuf cartes qu'elle pose sur la table en trois rangées. Elle les retourne, une rangée après l'autre. Vais-je recevoir une réponse à la question : « Que me réserve l'avenir sur le plan professionnel? »

« Ah ah !, s'exclame-t-elle à la première carte, cela m'a tout l'air d'une réussite. » La carte montre une reine. Puis : « Oh ! ça s'anime... » Selon Madame Seemann, tout ne viendra pas sans mal pour moi, je devrai surmonter des circonstances adverses, m'opposer à de pénibles compères, prendre des décisions difficiles. Mais le chemin en vaudra la peine. La réussite est confirmée par une seconde carte. « De bonnes cartes », résume Charlotte Seemann. Je fixe mon regard sur les différentes cartes aux motifs mystérieux : Reines, Rois, Valets, Cavaliers et autres figures fantasmagoriques, notamment la « grande faucheuse ». Le règne de l'imaginaire. Miroir de l'inconscient ? En tout cas, les prédictions de Madame Seemann ne me déconcertent pas.

Qui est-elle vraiment, cette personne qui reçoit des inconnus souhaitant en savoir plus sur leur vie intérieure ? Une femme qui a les pieds sur terre. Il n'y a rien de surnaturel dans son « centre de conseil psychologique ». Prière d'enlever ses chaussures à l'entrée. Des rayonnages comportent des livres et une collection de cristaux. Aux murs, divers diplômes. L'horoscope sort de l'ordinateur qui se trouve sur le bureau.

Charlotte Seemann a les yeux vifs, très maquillés, et les ongles bleu clair. Elle rit fort et de bon cœur, parle vite, avec le sens de la formule. Elle se révèle une bonne observatrice, capable de se faire

en peu de temps une idée de son interlocuteur inconnu. « J'ai une grande sensibilité, déclare Charlotte Seemann. Elle m'a toujours joué des tours – jusqu'à ce que j'en fasse un métier. » Auparavant, elle avait travaillé vingt ans comme journaliste et élevé ses deux fils. Son second divorce, il y a quinze ans, a déclenché une profonde crise. Elle a pris des essences florales, participé à des sessions de thérapie de groupe et commencé elle-même à animer des débats. Puis elle a suivi de nombreux stages de formation, notamment auprès de la Fédération suisse des praticiens naturopathes. « J'éprouve un intense désir d'aider les autres, dit Charlotte Seemann. C'est pourquoi j'ai choisi ce métier. »

Aujourd'hui elle aide donc des gens aux maux les plus divers. La plupart sont malheureux au travail ou en amour. « Je leur dis : « Vous n'êtes pas malheureux, vous avez un problème. Et un problème est une mission. » Alors on travaille ensemble pour trouver une solution. » Car en fin de compte, il s'agit d'identifier les vrais besoins. Les cartes de tarot ou l'horoscope servent dans ce cas de catalyseur.

Charlotte Seemann a déjà sauvé des mariages, réorienté des carrières professionnelles, atténué chez certains le choc du départ à la retraite. Elle fournit des idées et des adresses, est assistante sociale et thérapeute à la fois. Comme elle le dit si bien, elle se situe « entre l'église et le psychiatre ». Une mission dans laquelle elle s'épanouit. « J'ai associé métier et vocation. Un luxe que peu de gens peuvent se permettre. » Sa propre satisfaction est son capital le plus précieux. « C'est comme si je faisais cadeau de ma chance. Cela ne fait rien, j'en ai assez ! » Oui, la vie sourit à Charlotte Seemann. L'an prochain elle sera grand-mère, ce qui la remplit de joie. Mais elle ne peut pas se tirer les cartes à elle-même : « Je les vois comme j'ai envie de les voir. » Che sarà, sarà.

MEILI DSCHEN



NINA ZANETTI ET MARC DIETIKER, DEUX AMOUREUX: «NOUS AVONS CHERCHÉ DES TRÈFLES À QUATRE FEUILLES.»

Ils se chamaillent comme de jeunes chiots, gloussent comme des adolescents. Ils se dévorent des yeux, leurs mains se cherchent à la dérobée. Chaque moment passé ensemble est pour eux une fête. Un bonheur à rendre jaloux le monde entier!

Nina Zanetti (27 ans) et Marc Dietiker (24 ans) vivent et travaillent à Glasgow, en Ecosse, loin de la Suisse, leur mère patrie. C'est là qu'ils se sont rencontrés, en juillet dernier.

MARC Bon. Voici comment tout a commencé. J'avais postulé pour un emploi à Glasgow. Nina, ma future supérieure hiérarchique, était chargée de me téléphoner à ce sujet. Ce fut notre premier contact.

NINA Je dois téléphoner à tous les collaborateurs. La plupart du temps il s'agit de communications très impersonnelles. Mais avec lui, la conversation a tout de suite été animée. Nous avons parlé de nos hobbies, le roller et la moto.

MARC Sa voix ne me permettait pas de la situer. Qui était-elle? Quel âge avait-elle?

NINA Il était motivé, plein d'entrain et de joie de vivre. Cela m'a plu – sur le plan professionnel d'abord.

MARC Le 19 juillet était mon premier jour de travail à Glasgow. On m'a présenté à tout le monde, y compris aux chefs de groupe.

NINA Oui, et je me suis spontanément invitée pour un tour en moto.

Alors commence le temps du doute et des pressentiments. Les amoureux cherchent la confirmation de leurs sentiments naissants, analysent chaque mot, chaque geste de l'autre. Lorsqu'ils sont en présence l'un de l'autre, ils combattent en

vain les rougissemments intempestifs et le poulx qui s'affole. Des bagatelles déclenchent l'euphorie. Un tête-à-tête dans l'ascenseur, un frôlement fortuit: le comble du bonheur pour les tourtereaux.

MARC La première chose que nous avons faite ensemble, c'est du roller. Nous nous connaissions alors depuis une semaine environ.

NINA Il y avait du soleil! Et cela en Ecosse. C'est sur les patins que j'ai compris ce qui m'arrivait!

MARC Moi, c'était déjà plus tôt!

NINA Mais je ne suis vraiment tombée amoureuse que le week-end suivant. Nous avons décidé de faire une randonnée en moto. Pour des raisons de simplicité, je suis restée dormir chez lui la veille. Il m'a dit qu'il allait dormir sur le canapé et que je pouvais avoir son lit. Mais il fait plus de 1 m 80 – et le canapé est petit...

MARC Le lendemain, le temps ne se prêtait guère à la moto. Il pleuvait sur Glasgow, et nous avons vite fait demi-tour pour profiter différemment de la journée!

Heu-reux... Ils en sont déboussolés. Le port est atteint, l'ancre jetée, l'incertitude surmontée et le désir assouvi. Aucune puissance au monde n'a de prise sur ce sentiment. Les lois de la gravitation sont mises hors jeu: planer est à l'ordre du jour. Mais euphorie et angoisse ne sont guère éloignées.

NINA Au bureau on lui avait attribué des histoires de femmes. Tout d'un coup, je n'étais plus aussi sûre. Peut-être que j'étais tombée dans un piège? Je ne savais pas trop ce que je voulais, et encore moins ce que lui voulait. Alors, le soir

même je lui ai dit de réfléchir. Et je suis partie.

MARC J'étais vraiment choqué. Je savais exactement ce que je voulais, et voilà qu'elle me disait soudain de réfléchir. Elle ne voulait pas croire que ces rumeurs étaient absolument sans fondement. Il en allait de ma crédibilité.

NINA Le lendemain, nous nous sommes revus au bureau...

MARC ... Et n'avons pas parlé ensemble.

NINA Je lui ai envoyé un e-mail lui disant que j'avais changé d'avis, que je n'avais pas de projets pour le week-end prochain, et que s'il le voulait, on pourrait aller en randonnée dans les Highlands. Il a accepté. Tout était clarifié entre nous. Nous avons marché dans des paysages magnifiques, traversé des forêts où le trèfle recouvrait le sol. Nous avons cherché des trèfles à quatre feuilles. En vain.

MARC Mais nous étions quand même heureux.

NINA Probablement que nous n'aurions jamais été ensemble si nous étions restés en Suisse. Car nous n'aurions guère eu l'occasion de nous rencontrer. L'environnement de chacun y est très différent.

MARC La situation n'aurait sans doute pas permis notre rencontre. En Suisse, à vrai dire, je sors surtout avec mes copains.

NINA Comment cela va évoluer? Impossible de le savoir à ce stade. L'été prochain, il rentre en Suisse. Moi je sais que je vais rester en Ecosse. Il est évident qu'il y aura des changements. Je m'y prépare déjà.

MARC Loin des yeux ne veut pas dire loin du cœur.

NINA Oh si... La distance requiert de l'énergie.

MARC Ce pourrait être aussi une bonne façon de tester nos sentiments.

NINA Non, je ne crois pas que je serai d'accord, sorry. Mais on en reparlera l'été prochain. Pour le moment, profitons de la vie!

MEILI DSCHEN



STEFANIA CARANDO, CROUPIÈRE : « LES EXPLOSIONS DE SENTIMENTS SONT RARES. »

En pénétrant dans le casino de Campione d'Italia, par un pluvieux jeudi d'automne, le visiteur non averti aura l'étrange impression de s'être trompé de film. Car il a sans doute dans sa tête une vision bien précise de l'atmosphère qui doit caractériser ce temple du jeu de hasard : un mélange de glamour, de frivolité et d'érotisme. Au casino de Campione, sur les rives du lac de Lugano, tous les acteurs s'efforcent visiblement de correspondre à cette image. Mais la réalité n'est qu'une pâle copie du celluloid. Les principaux protagonistes de ce « reality-show » sont surtout des hommes, la plupart aux tempes grisonnantes. Certains portent des costumes-cravates qui trahissent un séjour prolongé dans l'armoire.

« Lorsque j'étais enfant, c'étaient généralement des gens du monde qui venaient ici dans leurs belles limousines, se souvient Stefania Carando. Aujourd'hui, le grand public a pris le relais. Il y a chaque jour deux autocars qui font le trajet Milan-Campione. » La jeune étudiante en économie aux cheveux blonds détonne dans ce décor un peu fané. Pourtant, cela fait déjà deux ans et demi qu'elle porte l'uniforme du croupier : gilet noir, chemise blanche et nœud papillon noir. Elle a commencé sa carrière nocturne comme croupière de black-jack, après une formation de quatre mois au casino. Et pendant la journée, elle étudie le marketing et la comptabilité à l'université de Milan.

Plusieurs personnes se sont agglutinées autour de la table de black-jack. La lumière tamisée diffusée par des lampes bizarres aux longues franges de plastique orange accentue encore les ombres sur les visages tendus et sombres. Stefania Carando distribue les cartes avec célérité, deux sur chacune des sept cases. La ten-

sion monte, mais aucun joueur ne veut le laisser paraître. Un homme assez corpulent mâchonne nerveusement son chewing-gum. Un autre, peut-être un politicien local, est assis jambes écartées sur son tabouret ; détournant la plupart du temps le regard de la table de jeu, il bavarde continuellement avec son voisin. Comme si cela ne le concernait pas, il place quelques jetons sur sa case. La croupière donne la troisième carte, le joueur obtient dix-sept points. La banque en a dix-huit, le joueur perd sa mise. Avec une moue d'ennui qui semble vouloir dire « tant pis ! », le politicien se tourne à nouveau vers son voisin.

Le jeu se déroule selon un rituel plutôt silencieux. Personne ne danse de joie en lançant ses jetons en l'air lorsqu'il a gagné, et personne ne frappe non plus du poing sur la table à chaque fois qu'il perd. « Les explosions de sentiments sont rares », dit Stefania Carando. Car les règles du casino sont claires : « Celui qui fait un esclandre est mis à la porte. » Un croupier expérimenté sait cependant lire sur les visages les plus impassibles et deviner les états d'âme des joueurs. « En travaillant ici, on pourrait sans problème faire une thèse de psychologie, observe Stefania Carando. Le casino est un microcosme : on y voit de tout, ouvriers ou industriels, gens honnêtes ou criminels. » La croupière classe les joueurs en deux catégories : ceux qui viennent surtout pour le jeu, pour la poussée d'adrénaline, et ceux qui veulent absolument gagner et sont à la recherche de la meilleure stratégie.

Malheureusement, même ces derniers ne peuvent pas toujours avoir la chance de leur côté. Alors ils deviennent parfois superstitieux. « Si quelqu'un a eu une


période de chance alors qu'il tenait un stylo en main, il ne va pas lâcher ce stylo de la soirée, raconte Stefania Carando. D'autres n'iront pas s'asseoir à une table s'ils y voient une personne en présence de laquelle ils ont déjà perdu plusieurs fois. »

Dans ces conditions, on ne sera guère surpris d'apprendre que pour la plupart des joueurs, le croupier est plus qu'une machine humaine qui distribue les cartes et fait son jeu selon des règles fixes. « Nombreux sont ceux qui ne vont à une table que si le croupier leur est sympathique. » Un sourire, un clin d'œil, un mot d'encouragement de la part du meneur de jeu valent la peine. En effet, si le joueur a de la chance, le croupier en aura aussi. « Les joueurs donnent de gros pourboires lorsqu'il y a une bonne ambiance à la table. » Si ce n'est pas le cas, le croupier a un problème, car sans pourboire, il doit se contenter d'un modeste salaire de base.

Pour chaque partie, la mise est de 20 francs minimum et de 500 francs maximum. Un salarié moyen peut donc dilapider facilement ses économies en une soirée. Même si on n'assiste plus aujourd'hui à de grandes tragédies, comme à l'époque où le casino était fréquenté par la haute société, le jeu n'est pas toujours inoffensif. En tout cas, ce jeune homme en costume élégant qui erre de table en table en parlant tout seul pendant que la roulette tourne ne semble plus très loin de la crise. « Les jeux sont faits. »

ANDREAS THOMANN





À QUI RAPPORTERONT LES
JEUX DE HASARD ?
MARTIN DAEPP, ECONOMIC RESEARCH :
« IL EST ENCORE TROP TÔT
POUR LE DIRE. »

AU GRAND
JEU DU HASARD,
L'ÉTAT EST
TOUJOURS GAGNANT.

FAITES VOS JEUX

**PAR MARTIN DAEPP,
ECONOMIC RESEARCH**

Les jeux de hasard font appel à deux tendances fondamentales dans la vie de l'homme moderne, le goût du jeu et l'appât du gain. L'industrie des jeux de hasard a développé de nombreuses façons de répondre à ces besoins, et d'en profiter.

Néanmoins, même dans les formes légales, les jeux de hasard ont toujours fait l'objet de critiques, le premier argument étant l'appauvrissement éventuel d'une personne devenant dépendante du jeu. C'est pourquoi l'industrie des jeux de hasard est soumise à toute une série de réglementations qui, jusqu'à présent, ont considérablement limité sa liberté d'action en Suisse. Bien que les dernières années aient vu se multiplier les machines à sous, seul le jeu de la boule avec mise limitée est autorisé en jeu de table. Les «Grands Jeux», inexistants jusque-là, devraient dorénavant être autorisés.

En mars 1993, la double majorité du peuple et des cantons approuvait un article de la Constitution autorisant explicitement l'ouverture de maisons de jeu. Puis le Parlement a révisé la loi sur les maisons de jeu, révision adoptée fin 1998. Le délai de soumission à référendum étant passé, le Conseil fédéral, se basant sur ladite loi, a mis cet été en consultation les ordonnances sur les jeux de hasard et les maisons de jeu. Au vu de la sévère critique émise par l'industrie des jeux de hasard, Ruth Metzler, conseillère fédérale, a opté pour un remaniement des ordonnances incriminées, si bien que celles-ci, comme la loi elle-même, n'entreront en vigueur au plus tôt qu'au 1^{er} avril 2000.

Le législateur a longuement réfléchi à la façon d'éviter que le crime organisé et le blanchiment d'argent ne contaminent les jeux de hasard. La concession obligatoire et les directives régissant l'exploitation des maisons de jeu permettent aux autorités publiques de connaître à tout

instant les exploitants et les investisseurs des maisons de jeu, qui sont également soumises à la loi sur le blanchiment d'argent.

En outre, pour prévenir au mieux les nuisances des jeux de hasard, les sociétés exploitantes doivent élaborer un programme de mesures sociales qu'elles s'engagent à mettre en place. Elles doivent en particulier identifier suffisamment tôt les joueurs tendant à la dépendance et leur interdire l'accès aux jeux. En outre, il leur est défendu de faire une publicité agressive, et ces sociétés s'acquittent indirectement des coûts sociaux entraînés par l'exploitation des jeux en payant l'impôt sur les maisons de jeu.

Ainsi, le législateur réalise les objectifs fixés, mais il limite aussi fortement la concurrence, car rares sont les intéressés qui remplissent les conditions requises. Le nombre de concessions attribuées restera donc faible. Les établissements en disposant pourraient alors user de pratiques monopolistiques et enregistrer des re-

cettes énormes. Dans ce cas, le législateur aurait la possibilité de prélever une partie de ces gains et de les transférer aux pouvoirs publics.

Haro sur les gains!

La répartition des bénéfices engendrés par les jeux de hasard est un sujet âprement discuté. La Confédération espère que l'impôt sur les maisons de jeu permettra de verser 150 millions de francs annuels à l'AVS et à l'AI. Les recettes de cette taxe seront proportionnelles aux produits bruts des jeux des établissements titulaires d'une concession A et au taux d'imposition. Les autorités publiques opéreront pour un taux laissant un retour suffisant sur le capital investi tout en assurant un revenu fiscal sur les gains supplémentaires. Ainsi la Confédération encaisserait des sommes particulièrement élevées avec seulement quelques maisons de jeu à haute rentabilité, titulaires d'une concession A, car celles-ci seraient alors

LE MARCHÉ DES JEUX DE HASARD EN SUISSE

Le marché des jeux de hasard en Suisse est estimé à plus de 1,8 milliard de francs par an, dont 1,1 milliard de francs environ pour les loteries, 300 millions pour les paris et les tombolas et plus de 420 millions pour les appareils automatiques servant aux jeux d'argent dans les casinos (250 millions de francs) et les restaurants (170 millions de francs).

Les maisons de jeu devraient pouvoir doubler leurs chiffres d'affaires annuels, qui atteindraient alors 500 millions de francs, grâce à l'autorisation des Grands Jeux avec mises illimitées.

Des plans sont en cours concernant environ 70 maisons de jeu. Le marché devrait pouvoir absorber quatre à huit casinos titulaires de concessions A et comptabilisant des chiffres d'affaires annuels de 30 à 100 millions de francs. Leurs investissements se chiffrant à plusieurs millions, les exploitants étrangers posent le principe que la région desservie ne doit pas compter moins d'un million d'habitants. Outre les 24 casinos déjà titulaires d'une autorisation d'exploiter le jeu de la boule, il est prévu que 10 à 12 autres établissements obtiendront une concession B. Les recettes des casinos s'élèvent en moyenne à 15 millions de francs.

beaucoup plus intéressantes que les appareils de jeu d'adresse installés hors des casinos ou que les maisons de jeu titulaires d'une concession B, dont les impôts reviennent aux cantons.

A l'inverse, les cantons comptent sur des conditions d'exploitation aussi favorables que possible aux établissements titulaires d'une concession B. Ils luttent également pour une interprétation assez large du concept d'«adresse» dans la différenciation entre appareils de jeu de hasard et appareils de jeu d'adresse.

Les jeux favorisent le tourisme

De leur côté, les exploitants potentiels de casinos réclament un taux d'imposition faible et des prescriptions réduites, afin de jouir d'une liberté d'action maximale. Etant donné que, selon toute vraisemblance, les rentes de monopole éventuelles seraient imposées, c'est par le biais du volume d'affaires que les exploitants s'y retrouveraient. C'est pourquoi ils préconisent une grande densité de maisons de jeu. Et ils reçoivent le soutien des organisations touristiques, qui souhaitent accroître l'attrait de nombreuses destinations avec des casinos.

La lutte des groupes d'intérêt est entrée dans une nouvelle phase, alimentée par les deux projets d'ordonnance du Conseil fédéral, et elle ne s'arrêtera pas avec l'entrée en vigueur de la future réglementation. Au-delà de la question de savoir comment les parties en présence se partageront le gâteau, cette nouvelle donne présente un aspect économique non négligeable, même si elle implique éventuellement un coût sur le plan social.

Non seulement un casino apporte dans la région où il est implanté une gamme de prestations qui peuvent se traduire par des avantages conséquents pour les joueurs, mais il constitue aussi un double argument: d'une part, les maisons de jeu pourraient reconquérir la clientèle suisse contrainte de se rendre de l'autre côté de

LA NOUVELLE LÉGISLATION EN BREF

Deux catégories de maisons de jeu

La loi prévoit l'existence de deux catégories de maisons de jeu. Celles titulaires de la concession A proposent un grand choix de jeux de table, les «Grands Jeux», ainsi que les appareils de jeu de hasard présentant un maximum de chances de gain et de risques de perte, qui ne peuvent donc être exploités que par ces établissements. Les maisons de jeu titulaires d'une concession B disposent au plus de trois jeux de table et d'appareils de jeu de hasard à potentiel de perte ou de gain réduit.

Interdiction des jeux de hasard à l'extérieur des maisons de jeu

Les jeux de hasard sont interdits à l'extérieur des maisons de jeu, sous réserve des dispositions de la loi fédérale sur les loteries et les paris professionnels.

Hasard contre adresse

Une différence importante existe entre les appareils de jeu de hasard, qui sont du ressort de la Confédération, et les appareils de jeu d'adresse, dont les autorisations d'exploitation sont octroyées par les cantons. Les premiers offrent des jeux dont le mécanisme est automatique, alors que pour les seconds, le gain dépend de l'adresse du joueur. Après consultation des cantons, le Conseil fédéral promulgue des dispositions visant à différencier les jeux d'adresse des jeux de hasard.

Concession obligatoire

L'ouverture d'une maison de jeu requiert l'obtention d'une concession d'implantation et d'une concession d'exploitation. Les détenteurs de ces deux types de concessions peuvent être des personnes différentes. La décision concernant l'octroi ou le renouvellement d'une concession est du seul ressort du Conseil fédéral. L'obtention d'une concession, même si toutes les conditions requises sont remplies, ne constitue pas un droit. Une concession d'implantation ne peut être octroyée qu'après accord du canton et de la commune concernés.

Imposition des maisons de jeu

Le produit brut des jeux est soumis à l'impôt sur les maisons de jeu, dont le taux, qui doit osciller entre 40% et 80%, est fixé par le Conseil fédéral. Durant les quatre premières années d'exploitation, le taux d'imposition d'une maison de jeu peut être abaissé jusqu'à 20%.

Le Conseil fédéral réduit l'imposition des établissements titulaires d'une concession B si le canton d'implantation perçoit un impôt de même nature. Cet abattement correspond alors à la redevance payée au canton et représente au plus 40% du produit brut des jeux. Dans certaines circonstances, clairement définies par la loi, le Conseil fédéral peut accorder d'autres réductions d'impôt aux maisons de jeu titulaires de la concession B.

la frontière pour s'adonner à son passe-temps favori. D'autre part, l'implantation de casinos en Suisse valoriserait les destinations touristiques de notre pays qui, en attirant plus de touristes, verrait s'allonger les saisons d'affluence et se multiplier les rentrées d'argent.

MARTIN DAEPP, TÉLÉPHONE 01 333 37 45

MARTIN.DAEPP@CREDIT-SUISSE.CH



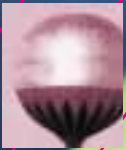
UNGLAUBLICH: JETZT PLATZEN KUNDEN NONSTOP BEI BANKEN HEREIN!

Compaq NonStop™ eBusiness Solutions – zum Beispiel für Banken: Compaq NonStop™ ist die integrale E-Business-Strategie, die aus Banken erfolgreich 24x7-Banken macht. Sie bündelt leistungsfähige und zukunftsichere Technologien, umfassende Service-Leistungen sowie das Know-how führender Solutions-Partner zu E-Business-Lösungen für Finanz-Unternehmen. Kein Wunder also, dass hinter dem Online-Banking vieler renommierter Banken die Lösungen von Compaq stehen. Und ganz gleich, ob Sie Wertpapiere oder andere Produkte und Dienstleistungen anbieten: Setzen Sie von Beginn weg auf den richtigen Partner für erfolgreiches 24x7-Business. Damit Sie in Zukunft nie mehr vor Kunden, aber stets vor Überraschungen sicher sind. Rufen Sie uns jetzt an unter: 0844 844 111.

24x7x COMPAQ

COMPAQ

PRÉVISIONS – QUELLE PRÉCISION?



L'HISTOIRE DE LA PROSPECTIVE MONTRE SURTOUT UNE CHOSE : PRÉDIRE L'AVENIR EST UN ART ALÉATOIRE.

PAR ANDREAS THOMANN,
RÉDACTION BULLETIN

« Il est difficile de faire des prévisions, surtout lorsqu'elles concernent l'avenir. » Cette maxime de Mark Twain se vérifie sans cesse. Aujourd'hui encore, pour prévoir l'avenir sans se tromper, il est fortement conseillé de s'assurer les faveurs de Dame Fortune. Même les modèles élaborés faisant appel à l'informatique n'ont guère changé les choses. Toutefois, il est rare que les prophètes soient obligés de rendre des comptes ; ils ont cette chance que la prophétie faite aujourd'hui sera oubliée dès demain.

Et c'est bien dommage, car les prévisionnistes offrent parfois un divertissement de choix, comme l'a montré le magazine « Facts ». En fouillant dans ses archives, le journal est tombé sur une série d'articles de 1893. A l'Exposition universelle de Chicago, on fêtait alors les dernières découvertes de la technique. Il fut demandé à 74 hommes politiques, écrivains et scientifiques célèbres comment ils voyaient le monde dans cent ans. Si les pronostics des sages de cette époque s'étaient réalisés, des montgolfières dirigées par câble assureraient le transport de passagers dans les airs, les trains se traînaient à la vitesse maximale de 60 km/h, lettres et paquets seraient acheminés par diligence – mais l'on pourrait utiliser le télégraphe ou le téléphone pour les envois urgents. Et pour résoudre le grave problème de la pénurie de domestiques, l'Etat aurait instauré un service civil spécialisé.

Le plastique au service de la ménagère

La plupart du temps, les prévisions sont surtout révélatrices du moment auquel elles ont été faites. Ainsi, le merveilleux monde en plastique que la revue scientifique « Popular Mechanics » prévoyait pour l'an 2000 a un parfum d'époque. Vous voulez de la propreté ? Pas de problème : il suffit d'empoigner un tuyau et de nettoyer les murs, le canapé et la table au jet d'eau, et voilà la salle de séjour reluisante – c'est possible, avec les meubles lavables et les tapis en plastique. Faire la vaisselle ? Facile ! Mettez les assiettes en plastique sous l'eau chaude, et elles se dissoudront tout simplement. Bien entendu, avec une telle vaisselle high-tech, plus personne ne mange de steak frites. L'alimentation artificielle a depuis longtemps remplacé la cuisine maison.

Le lavage de voiture le samedi ? Tout cela, c'est du passé ! Les déplacements individuels se font depuis longtemps par les airs, puisque l'hélicoptère est devenu un bien de consommation courante. Et pour se rendre au supermarché le plus

proche, le citoyen de l'an 2000 n'a pas besoin de lancer les rotors. Il est bien plus pratique de faire ses achats chez soi, grâce à la télévision interactive. Arrêtons-nous là : pour une fois, les audacieux visionnaires de « Popular Mechanics » n'ont pas été loin de la réalité. Dans notre pays, par exemple, de grands distributeurs tels que Migros vous proposent désormais de faire votre shopping à domicile – sur Internet.

Clairvoyance ? Coup de chance ? Compte tenu du nombre de prévisions erronées, il faut plutôt retenir la seconde solution. Les voies empruntées par le progrès technique et économique au cours du siècle ont été trop complexes, trop confuses. Et dans le même temps, l'évolution politique et sociale a manqué de transparence et parfois de cohérence. Il est téméraire, dans ces conditions, d'essayer d'imaginer une image un tant soit peu précise de ce que sera le monde dans un avenir lointain.

Personne n'avait pensé à l'automobile

A posteriori, beaucoup de raisons expliquent pourquoi ces prévisions ne se sont pas réalisées. Il semble étonnant justement de voir à quel point les experts du futur ont toujours eu tendance à sous-estimer certaines innovations. Sur les 74 personnalités qui ont donné libre cours à leur imagination à l'Exposition universelle de Chicago, pas une seule n'a fait de l'automobile le moyen de déplacement de masse, alors que des voitures motorisées pétardaient déjà dans les rues en 1893.

Pour d'autres découvertes techniques, les futurologues ont fait preuve d'une

JOHN INGALLS, SÉNATEUR, 1893 :



« DANS CENT ANS, LES MASSES
SE DÉPLACERONT DANS DES
BALLONS DIRIGÉS PAR CÂBLE »

WALL STREET SANS PITIÉ POUR LES GOUROUS

Les gourous de la Bourse ont une vie difficile. Pas un qui réussisse à conserver son statut sur la durée, tant les marchés financiers sont turbulents. Elaine Garzarelli en a elle aussi fait l'expérience. La jeune analyste de la banque d'affaires américaine Lehman Brothers était, selon le magazine «Bilan», l'une des rares à avoir prévu le «lundi noir» de 1987. Du jour au lendemain, la jolie banquière avait été sacrée star de la Bourse par les médias. Mais l'aura s'est estompée au fur et à mesure que ses prévisions erronées se sont multipliées. Les fonds gérés par Madame Garzarelli étaient toujours plus à la traîne par rapport au marché. L'experte, dont le salaire se chiffrait par millions, est tombée de son piédestal en 1994, victime de mesures d'économies prises par son employeur. Même avec sa propre société d'investissement, jamais elle n'a pu retrouver la gloire qu'elle avait connue dans le passé. Elle n'a pas vu venir le boom de la seconde moitié des années 90, et lorsqu'elle a tardivement rejoint le camp des optimistes – les «haussiers» (Bulls) en langage boursier –, elle avait bel et bien perdu toute crédibilité.

«POPULAR MECHANICS», 1950 :



«EN L'AN 2000 NOUS MANGERONS
DANS DES ASSIETTES JETABLES,
SOLUBLES DANS L'EAU»

imagination fébrile. Dans les années 60, ceux que la puissance nucléaire rendait euphoriques voyaient venir l'époque où cette source d'énergie inépuisable couvrirait les besoins en électricité de la planète entière. Depuis longtemps, l'euphorie a fait place à la désillusion, et la sortie du nucléaire figure en bonne place dans l'ordre du jour politique de nombreux pays. Les experts avaient sous-estimé les problèmes techniques de sécurité que poserait l'énergie nucléaire.

En fait, plus d'une vision du futur n'a été qu'un feu de paille parce qu'un souhait en était trop souvent à l'origine. Une énergie nucléaire qui jaillirait sans fin, la fascination de l'hélicoptère, la colonisation de la Lune et de Mars : certains visionnaires ont vu la vie en rose.

A l'autre extrême, les pessimistes notoires, au nombre desquels n'appartiennent pas seulement ceux qui prédisent la fin du monde. Il est également des scientifiques renommés qui ne se lassent pas

d'annoncer des catastrophes. L'économiste anglais Thomas Robert Malthus en est l'un des représentants les plus éminents. Dans son «Essai sur le principe de population» (1798), Malthus estimait que la population avait tendance à croître de manière géométrique (c'est-à-dire 2, 4, 8, 16, 32), alors que ses moyens de subsistance ne progressaient que de manière arithmétique (2, 4, 6, 8, 10). Conséquence funeste : des famines et des guerres régulières affligeraient l'humanité et stopperaient la croissance démographique. Cette prévision aura été heureusement l'une des plus fausses de l'Histoire. Six milliards d'habitants peuplent aujourd'hui

la Terre, contre à peine un milliard à l'époque de Malthus. Certes, la faim et la sous-alimentation sont encore loin d'être vaincues, mais la plupart des experts expliquent ce phénomène par l'échec des politiques, et non par la surpopulation.

Malthus avait négligé deux facteurs importants : premièrement, la capacité d'innovation de l'homme, qui s'est traduite par des gains de productivité gigantesques dans l'agriculture. Et, deuxièmement, la diminution du taux de natalité, parallèlement à l'augmentation du niveau de vie de la population. Cependant, Malthus a toujours des partisans. Le Club de Rome, en 1972, publia un rapport sur les limites de la croissance qui était incontestablement imprégné de l'esprit du Britannique. Les auteurs prévoyaient que les ressources seraient épuisées avant l'an 2000. La destruction de l'environnement, conjointement avec l'explosion démographique, allait conduire à un effondrement de l'économie mondiale. L'augmentation rapide du taux de mortalité finirait enfin par faire diminuer rapidement la population.

«Notre monde ne cesse de s'améliorer»

Pourtant, un homme refusait déjà à l'époque de se joindre à ce concert pessimiste : Julian Simon, l'économiste américain libéral décédé l'an dernier. Ayant recours à une ruse, il mit au défi les oiseaux de mauvais augure, déclarant qu'il était prêt à parier avec quiconque que le monde serait meilleur à l'avenir qu'il ne l'était dans le présent. L'enjeu était un mois de salaire. Le challenger pouvait choisir n'importe quel indicateur de prospérité humaine – revenu, consommation de ca-

PAUL EHRLICH, BIOLOGISTE, 1968 :



«LA POPULATION DES ÉTATS-
UNIS TOMBERA À 22,6 MILLIONS
D'ICI À L'AN 2000»

lories par jour, niveau de formation, espérance de vie. Il pouvait également choisir n'importe quel moment du futur. Si l'indicateur se détériorait, Simon avait perdu le pari. Le premier à relever ce pari fut le professeur de Stanford Paul Ehrlich, un biologiste qui, dans ses sombres prévisions, à la fin des années 60, avait annoncé que la population des Etats-Unis tomberait à 22,6 millions avant 1999. Ehrlich paria que le prix de cinq métaux rares augmenterait au fil des années. Dix ans plus tard, la valeur des cinq métaux avait diminué de moitié environ. Les matières premières n'étaient donc pas devenues plus rares, mais plus abondantes. Le pessimiste avait perdu et envoya son chèque sans commentaires.

Les quelques personnes qui relevèrent encore le pari par la suite tirèrent elles aussi la mauvaise carte. Le minutieux enquêteur qu'était Julian Simon démontra que le prix de l'ensemble des ressources mondiales n'avait cessé de baisser tout au long de l'histoire de l'humanité. A court terme, il est vrai que les prix n'arrêtaient pas de monter et de descendre. Mais sur le long terme, la tendance était à la baisse. Seule la main-d'œuvre humaine était continuellement plus chère – alors que c'était justement la ressource qui croissait sans cesse. Comment était-ce possible? Simon expliqua que lorsqu'une matière première devenait rare, l'homme réussissait toujours à réagir en produisant une innovation, créant ainsi une nouvelle ressource.

Alors, était-il un prophète qui avait toujours raison? Peut-être. Cependant, Julian Simon s'est limité aux prévisions quantitatives à long terme du style «les choses ne cessent de s'améliorer». Et comme tous ceux de sa corporation, Simon s'est lui aussi, au moins une fois, vraiment trompé. C'est ainsi qu'il admit, dans une interview de la «Weltwoche»: «Je croyais que l'agriculture de l'Union soviétique ne pouvait que progresser. Au lieu de cela, l'Union soviétique a disparu.»



**SARA CARNAZZI, CREDIT SUISSE
ECONOMIC RESEARCH,
SUR LA PRÉCISION DES
PRÉVISIONS ECONOMIQUES**

«NOTRE RÉFÉRENCE, C'EST LA RÉALITÉ»

ANDREAS THOMANN Bien que les modèles permettant de prévoir l'évolution économique soient de plus en plus perfectionnés, même les instituts sérieux ne sont pas à l'abri de prévisions erronées. Ne serait-il pas plus sage de renoncer aux prévisions?

SARA CARNAZZI Certainement pas! Car si l'on tient compte de la complexité de l'économie mondiale, la précision de la plupart des prévisions n'est pas vraiment mauvaise. En outre, aucun projet politique ou économique ne pourrait raisonnablement être élaboré si ses auteurs n'avaient pas une image approximative du futur.

A.T. Pour quelles raisons des prévisions économiques se révèlent-elles fausses?

S.C. Surtout à cause de perturbations exogènes, c'est-à-dire de facteurs non intégrés dans le modèle. Il peut s'agir de modifications du comportement de consommation, d'un changement d'orientation politique, etc. Il existe hélas beaucoup de facteurs de cette nature, que l'on ne peut guère exprimer en chiffres.

A.T. Le service Economic Research calcule-t-il le taux de réussite de ses propres prévisions?

S.C. Nous étudions systématiquement dans quelle mesure les prévisions correspondent à la réalité. C'est le seul moyen d'améliorer constamment nos modèles.

A.T. Quelle a été jusqu'ici la plus grosse erreur de prévision d'Economic Research?

S.C. A l'automne 1994, alors que les taux d'intérêt grimpaient, nous étions convaincus qu'il s'agissait d'un phénomène passager. Nous avons donc prédit que les taux redescendraient à moyen terme vers leur niveau de départ. Manque de chance pour nous, ils sont restés à leur niveau élevé.

A.T. Et quand avez-vous remporté votre plus beau succès?

S.C. En 1997, à l'automne également, nous avons prévu un taux d'inflation de zéro pour l'année 1998. Nos concurrents se sont presque moqués de nous, alors que nous avons eu raison.

A.T. Comparez-vous vos prévisions avec celles de vos concurrents?

S.C. Bien entendu. Mais notre objectif n'est pas d'être meilleur que nos concurrents. Notre référence, c'est la réalité.

A vibrant green four-leaf clover is the central focus, set against a solid pink background. A grid of small white stars is overlaid on the entire image. A long, thin green stem extends from the top left corner, curving down towards the clover.

QUI PREND SON
DESTIN EN MAIN S'EN REMET
AUSSI PARFOIS AUX

PORTE-BONHEUR

PAR MEILI DSCHEN

Aujourd'hui, c'est mon jour de chance. Ce matin, à 7 h 15 exactement, la camionnette de l'entreprise Ramochemi S.A. était devant ma porte. «Vous allez me porter bonheur!», dis-je au ramoneur en l'accueillant. Mais lorsque je lui demande pourquoi il est considéré comme un porte-bonheur, confus, il ne sait que répondre: «C'est la tradition qui veut ça.» Ni chapeau ni échelle, vêtu d'une combinaison de travail toute verte au lieu du noir d'autrefois, il pousse un énorme aspirateur qu'il fera ronfler une demi-heure durant dans la chaufferie.



Une fois sa mission remplie, il range cet appareil dans son véhicule et disparaît pour aller porter chance ailleurs.

Mais où sont donc passés les ramoneurs d'antan? Ces personnages couverts de suie, qui semblaient sortir tout droit de l'enfer et dont on disait qu'ils savaient conjurer démons et mauvais esprits. La suie étant sensée protéger des dangers et des maladies, il fallait toucher le ramoneur ou être touché par lui pour bénéficier de ses bienfaits. De nos jours, les techniques de chauffage ne produisent plus de suie, et les ramoneurs n'ont plus rien de magique.

Néanmoins, les porte-bonheur ont gardé tout leur attrait, car le bonheur est une denrée toujours aussi rare. Et même s'il est devenu banal de dire comme Aristote que tous les hommes aspirent au bonheur, on peut se demander ce que signifie véritablement «être heureux».

Souvent galvaudé depuis lors, le mot «bonheur» apparaît au XII^e siècle. Philosophes, psychologues, sociologues, scientifiques et médecins ont sué sang et eau pour lui donner une définition. Emmanuel Kant, par exemple, trouve fâcheux que la notion de félicité soit d'une telle imprécision, car, bien que tout un chacun veuille accéder à la félicité, personne ne peut dire avec certitude et conviction ce vers quoi il tend véritablement.

En Allemagne, il y a même un institut de recherche sur le bonheur (voir entretien page 7), où l'on étudie tout ce que recouvre ce concept – sans toutefois trouver de réponse à des questions comme: Quand peut-on dire que l'on est heureux? Ou que l'on a de la chance? L'argent fait-il le bonheur? Le bonheur est-il mesurable? Les hormones jouent-elles un rôle dans le sentiment de bonheur?

Selon Bouddha, le bonheur est l'extinction de toutes les sensations dans le nirvâna. Une définition sans appel. Les anciens Grecs étaient plus pragmatiques en affirmant que le bonheur était la réalisation de tous les objectifs que l'on s'était fixés, le moyen le plus simple de l'atteindre étant de se garder d'élaborer de nouvelles perspectives, afin de ne générer aucun nouveau besoin. De nos jours, on reprend volontiers la pensée de Johann Nestroy, à savoir qu'il vaut mieux être riche et bien portant que pauvre et malade.

La quête du bonheur semblait plus aisée dans le passé. On connaissait d'innombrables astuces pour s'assurer la bienveillance de Fortuna. On faisait brûler un cierge à l'église en implorant un saint. On portait une amulette pour conjurer le mauvais sort. Il y avait une multitude de bons présages qu'il suffisait d'interpréter, par exemple l'araignée du soir ou le nid d'hirondelles sur le faîte de la maison, le fer à cheval ou le trèfle à quatre feuilles, et bien d'autres choses encore. De même pour le pain que l'on offrait avec la soupe aux jeunes mariés, le lendemain des noces. Il y avait également des jours de chance particulièrement recommandés pour emménager dans un nouveau logement, faire les semailles et les plantations, vendre et acheter, se faire couper les cheveux, porter de nouveaux habits, se soumettre à une saignée, se marier, prendre un bain. Pendant la Première Guerre mondiale, les bagues que l'on vendait en Autriche devaient por-



ter bonheur à qui les portait. Elles ont surtout fait rentrer beaucoup d'argent dans les caisses de l'Etat.

Si un bébé venait au monde avec sur la tête une partie des membranes fœtales, on disait autrefois qu'il était «né coiffé», c'est-à-dire qu'il aurait de la chance dans la vie, qu'il était né sous une bonne étoile. On croyait tant à cette coiffe porte-bonheur que l'on en cousait des morceaux dans les vêtements et que les accoucheuses allaient même jusqu'à la voler pour la vendre à prix d'or.

Nombre de porte-bonheur, comme le ramoneur, sont restés dans les mémoires sous forme d'images d'Epinal dont on a toutefois oublié l'origine. De la bête à bon Dieu, cependant, on sait qu'elle tire sa réputation d'une croyance populaire des Wendes, un peuple slave, où la tradition voulait que capturer une coccinelle de la main gauche pour l'emprisonner dans son porte-monnaie portait chance.



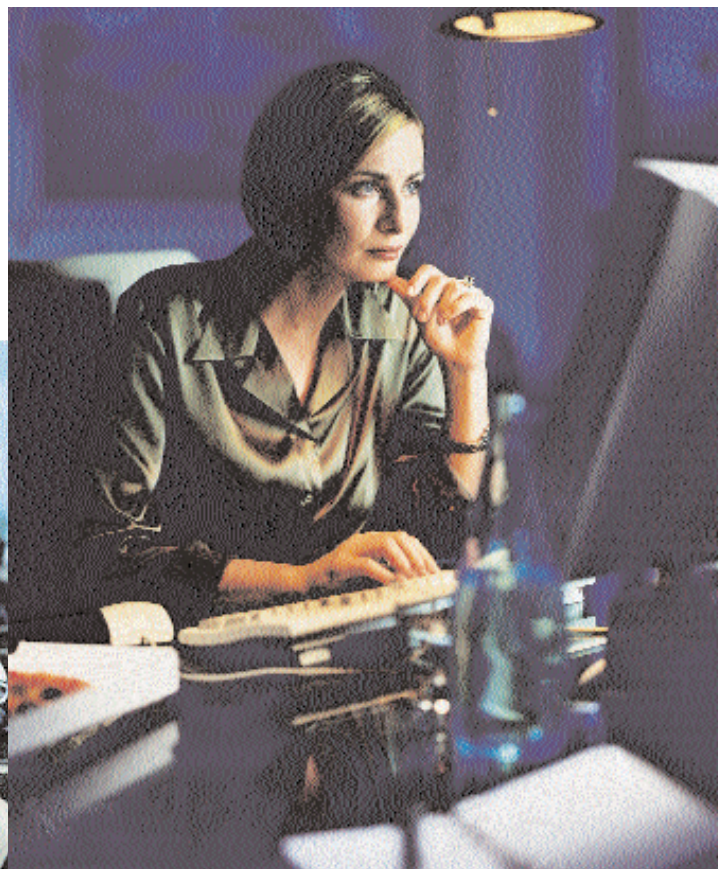
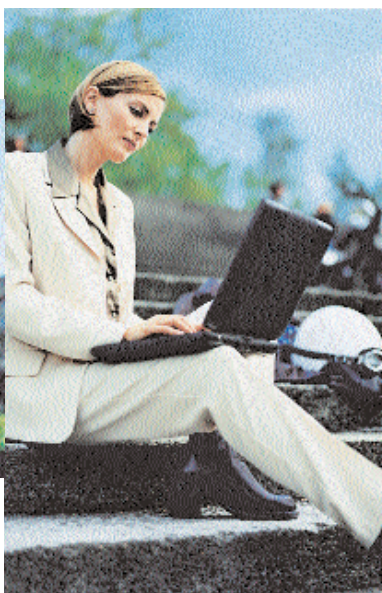
Mais qu'en est-il du champignon porte-bonheur, la fameuse amanite rouge à pois blanc qui décore les cartes de vœux de bonne année? On lui suppose un lien de parenté avec le «mushroom» anglais, qui exprime également expansion et abondance.

La croyance en l'effet bénéfique du fer à cheval est très ancienne: le forgeron faisant partie intégrante du théâtre divin grec, le produit de son travail se voit tout naturellement attribuer des forces magiques. Fixé au mur d'une maison, ce fer mythique protège des mauvais esprits, à condition qu'il s'ouvre vers le haut pour retenir le bonheur dans son demi-cercle.

Quant au trèfle à quatre feuilles, il a fait couler beaucoup d'encre, car son action est pratiquement universelle. Il porte chance au jeu si on le glisse avec de la cire de bourdon dans une poche en peau de taupe. Il est également très polyvalent dans les choses de l'amour: en le mettant dans la chaussure de la personne que l'on



VOTRE BANQUE EST-ELLE AUSSI FLEXIBLE QUE VOTRE ENTREPRISE?



Avec DIRECT NET, vous choisissez vous-même l'heure et l'endroit.

La banque sur Internet est devenue incontournable pour une entreprise moderne. Elle vous permet d'effectuer vos opérations bancaires à partir de votre ordinateur de manière simple, rapide et directe – 24 heures sur 24. Avec DIRECT NET, la banque directe du CREDIT SUISSE, vous avez aussi la garantie de rester à la pointe de la technologie. Comme c'est le cas aujourd'hui avec la nouvelle interface utilisateur modulable selon vos besoins. Appelez-nous dès maintenant!

Tél. 0844 840 830, www.credit-suisse.ch/corporate

CREDIT SUISSE. QUEL EST VOTRE PROCHAIN OBJECTIF?

veut séduire, par exemple.

Quiconque trouve un trèfle à

quatre feuilles se mariera vite. Le soupirant qui se heurte à l'indifférence de sa dame lui en glissera un dans son sac à main au moment de Pâques. L'amoureuse, quant à elle, n'aura qu'à en manger en pensant à l' élu de son cœur pour conquérir bientôt ce dernier. Et ainsi de suite... A vous d'essayer ! Par exemple, si vous allez à la messe de Noël, il vous suffira de prendre un trèfle à quatre feuilles avec vous pour reconnaître toutes les sorcières de l'assemblée.

Au palmarès des porte-bonheur, il ne faut pas oublier le cochon, l'un des plus vieux animaux domestiques, qui symbolise souvent richesse et opulence. Dans certaines régions, il est devenu synonyme de chance. Si un cortège nuptial croise sur son chemin un troupeau de ces suidés, c'est de bon augure. Rêver de porcs, surtout avant un voyage, porte bonheur. Ou mieux encore, les rêves faits dans une porcherie se réalisent ! En frappant à la porte d'une porcherie la nuit, on saura son avenir amoureux en fonction des grognements des bêtes. Une oreille de cochon dans la poche, c'est la fortune au jeu assurée. Qui mange de la viande de porc pendant le carnaval aura une année de bonheur et de richesse. Manger du boudin à jeun est garantie de bonne santé pour une année. Pour fertiliser un champ, il suffit d'y enterrer un os de cet animal, dont on ne compte plus les effets bénéfiques.

Les soues à cochons ont fait place aux porcheries industrielles. Les personnages folkloriques des croyances populaires ont eux aussi disparu, mais les superstitions sont encore bien vivantes.

La vie urbaine actuelle déborde également de moments magiques, de forces secrètes, de symboles fabuleux. C'est cet univers que l'écrivain suisse alémanique Sergius Golowin a décrit en 1964 dans son ouvrage «Magische Gegenwart – Forschungsfahrten durch modernen Aber-

glauben», qui a gardé toute sa jeunesse et son actualité.

A l'époque, les bijoux faisant fonction d'amulettes étaient à la mode. La gent féminine portait des bracelets qu'elle transformait en véritables présents de tous les porte-bonheur imaginables à travers le monde et les siècles : trèfles à quatre feuilles, chatons, cochons, dés à jouer, bêtes à bon Dieu, hippocampes, bouddhas, croix, demi-lunes, signes du zodiaque, pour ne citer que quelques-unes des miniatures de métal attachées à ces parures.

Le sexe fort s'ornait quant à lui de chaînes en or, une mode certainement importée par les travailleurs immigrés italiens, selon les observateurs. Le journal «Die Tat» écrivait en 1961 : «Le Méditerranéen est depuis toujours particulièrement sensible aux idées et aux symboles touchant à la magie. En Italie, la traditionnelle madone accrochée à une chaînette est le signe ostensible du fond à la fois païen et sympathique de la société italienne.»

Rien d'étonnant à ce que des hommes d'affaires fûtés aient flairé une mine d'or dans ce marché du porte-bonheur. C'est ainsi qu'aux Etats-Unis, un certain C.D. Fox s'est consacré à la culture et à la commercialisation du trèfle à quatre feuilles. On dit qu'il en a vendu trente millions en dix ans. Succès également pour Harry Brand, qui vendait alors quelque 200 000 pattes de lapin par mois.

Les années 50 et 60 étaient une époque où, aux concerts, des rangées entières de fans s'évanouissaient devant leurs idoles. Les perruques à la Beatles se vendaient à prix d'or. Quatre apprentis avaient écrit sur le portail de la cathédrale de Bamberg «Elvis Presley, mon dieu». Un Français avait acheté le lit de Johnny Hallyday, qu'il fit scier en 100 000 morceaux pour vendre ceux-ci en pendentifs. Et la voiture dans laquelle James Dean trouva la mort fut découpée en 500 000 pièces

métalliques vendues comme autant de reliques en quelques jours seulement.

L'ours en peluche, objet trivial s'il en est, jouissait lui aussi de la vénération réservée généralement aux reliques. Le culte de l'ours en peluche atteignait toutes les couches de la population et toutes les tranches d'âge. Les nounours proliféraient : ils s'accrochaient au rétroviseur de la voiture, quand ils ne trônaient pas sur le canapé de la salle de séjour. D'aucuns l'offraient en cadeau de fiançailles ou bien «pour montrer que l'on partage le même lit». L'ours en peluche constituait la preuve du sérieux des intentions de quelqu'un. Loin d'être un objet futile, c'était un symbole encore plus fort que le lien représenté par l'anneau nuptial.

Pourquoi l'être humain, à la fin du XX^e siècle, est-il encore sensible à la notion de magie ? Pourquoi devons-nous toucher du bois, éviter de passer sous les échelles et exploser de joie lorsque nous trouvons par hasard un trèfle à quatre feuilles ? Peut-être parce que notre monde organisé, rationalisé, globalisé ne laisse pas de place à l'imagination. Ou bien parce qu'il est rassurant de penser qu'à part le trou d'ozone et la sonde Voyager, une puissance supérieure règne au-dessus de nos têtes. Ou bien encore parce que nous voulons donner un sens à nos paroles lorsque nous souhaitons «Bonne chance ! Viel Glück ! Good luck !»





POLYSPAN®
Authorized Reseller

...vieilles traditions
en nouvelle
définition...

communication



...vous auriez tout avantage à nous
contacter au sujet de l'utilisation
moderne de solutions pour systèmes
audio, de documentation et de
conférences vidéo...



TELSYS
TELECOM

Samstagerstrasse 45
8832 Wollerau
Tél. 01 787 50 00
Fax 01 784 81 09
www.telsysag.ch

AU RYTHME DU MARCHÉ

Les fonds indiciels sont en plein essor. Ces fonds de placement ont la particularité de calquer l'évolution d'un indice boursier, tel que le Swiss Market Index (SMI), le S&P 500 ou l'indice Nikkei. La composition du fonds est donc quasiment identique à celle de l'indice de référence. La performance de l'investisseur évolue au rythme du marché, ce qui, pour le marché suisse des actions, correspond à un rendement moyen de 10,6% par an depuis 1926. La commission de gestion est moins élevée que pour les fonds

gérés de manière active, car la direction du fonds indiciaire ne procède à des achats ou à des ventes qu'en cas de modification de l'indice ou d'augmentation du volume du fonds.

Depuis cet automne, le CREDIT SUISSE propose cinq nouveaux fonds indiciels :

- Credit Suisse IndexMatch (Lux) on DJ Euro Stoxx 50
- Credit Suisse IndexMatch on SMI®

- Credit Suisse IndexMatch (Lux) on FTSE 100
- Credit Suisse IndexMatch (Lux) on S&P 500
- Credit Suisse IndexMatch (Lux) on Nikkei 300

Pour plus d'informations, adressez-vous à votre conseiller clientèle ou consultez notre site Internet sous www.csam.ch/funds/d/indexmatch/ct_indexmatch_d.htm.

L'ASSURANCE EN CLAIR AVEC INSURANCE LAB

Fin le temps où il était difficile de comparer entre elles les différentes assurances-vie sur le marché. Depuis novembre dernier, CREDIT SUISSE PRIVATE BANKING propose Insurance Lab, une banque de données interactive pour les assurances-vie sur Internet. Sous www.cspb.com/insurancelab sont réunies les offres d'assurances de premier ordre de sept compagnies suisses : CREDIT SUISSE Life, Winterthur, Allianz, Bâloise, Helvetia Patria, Nationale Suisse et Zurich. Les utilisateurs entrent leurs données personnelles sur une interface conviviale, et Insurance Lab leur fournit automatiquement une liste des meilleures solutions d'assurance. L'application permet aussi de s'informer sur les avantages fiscaux des différentes offres – d'un seul clic de souris sur l'option « traitement fiscal ». Et pour tous ceux qui ont du mal à comprendre le jargon assurantiel, un petit glossaire est proposé sous la rubrique « L'assurance en clair ».

L'ENTREPRENEUR PERSPICACE VOIT LOIN

Comme tous les ans à la même époque, la banque demande à chaque entreprise cliente son budget et ses prévisions pour l'année suivante. D'où l'importance de la planification financière. Avec cet instrument de gestion, l'entreprise peut contrôler sa situation financière, prévoir des investissements et prendre les mesures nécessaires. Le plan financier fournit aussi des informations importantes à la banque et peut influencer sur la solvabilité et le rating en matière de crédits. Le CREDIT SUISSE propose donc un nouveau guide de la planification financière à l'usage des petites et moyennes entreprises, qui s'articule autour des trois piliers de la planification : le compte de résultats prévisionnel (budget), le bilan prévisionnel et le plan des liquidités. Commande avec le bon ci-joint (10 francs).





WWW.CSPB.COM : CONSEIL ET INFORMATION EN LIGNE

Depuis fin octobre, les clients de CREDIT SUISSE PRIVATE BANKING ont accès gratuitement, 24 heures sur 24, à toutes les informations et à tous les services de conseil fournis par la banque. Sous www.cspb.com, ils peuvent s'informer sur les nouvelles émissions et les produits dérivés, consulter les données et les graphiques des principales places boursières, telles que New York, Paris ou Tokyo, et suivre l'évolution du marché suisse. L'information est complétée par le conseil. Ainsi, la rubrique « Proposition de placement » permet aux utilisateurs de définir leur profil de placement et d'obtenir des propositions concrètes en un seul clic. Un tour d'horizon des concepts ou des possibilités de placement est également proposé à partir de la page d'accueil du CREDIT SUISSE (www.credit-suisse.ch). La fenêtre « Votre proposition de placement personnel » donne accès à une analyse de la sensibilité aux risques et à des solutions de placement sur mesure.

UN FIL D'ARIANE POUR LA LPP



Le régime obligatoire LPP est en vigueur depuis 1985, mais la plupart des entrepreneurs se perdent dans les dédales de ses multiples réglementations. L'ouvrage publié par WINTERTHUR-

COLUMNA sous le titre « Le bon chemin à travers le labyrinthe de la LPP » pourra désormais servir de fil d'ariane. Ce guide composé de onze chapitres fournit des informations claires et précises sur des aspects tels que le financement, l'encouragement à la propriété du logement, la fiscalité et les placements. Il peut être imprimé gratuitement sous www.winterthur-columna.ch (Service).

ENCORE DE L'OR POUR LE CREDIT SUISSE

Le CREDIT SUISSE vient de décrocher une deuxième médaille d'or pour son site Internet. Tout comme l'an dernier, le Lafferty Research Group de Londres lui a décerné le titre de « meilleure banque sur Internet d'Europe ». « Le CREDIT SUISSE fait partie des premières grandes banques européennes à s'être lancées sur Internet avec autant d'engagement », a commenté le cabinet de conseil. Les examinateurs londoniens ont souligné l'abondance d'infor-



mations offerte par la banque à tous les surfeurs s'intéressant à la finance : actualités sur les marchés, analyse économique et possibilités interactives de planification financière. Honoré du titre qui lui a été décerné, le CREDIT SUISSE espère rester encore quelque temps sur la plus haute marche du podium.

UN CADEAU POUR L'AVENIR

Pour tous les parrains, marraines ou grands-parents qui voudraient offrir autre chose que des jouets à Noël ou aux anniversaires, mais sont à court d'idées, le CREDIT SUISSE propose le COMPTE D'ÉPARGNE-CADEAU. Les sommes versées sur ce compte peuvent plus tard servir de capital de départ pour une formation, un voyage, des leçons de conduite ou un premier appartement. Le donateur détermine le montant des versements. Et le capital est rémunéré à un taux préférentiel jusqu'aux 18 ans du bénéficiaire. Juste avant le



18^e anniversaire, les parrains, marraines ou grands-parents reçoivent un certificat exclusif de la banque. Avec ce certificat, le bénéficiaire peut solder le COMPTE D'ÉPARGNE-CADEAU.

Les conseillers clientèle du CREDIT SUISSE vous renseigneront volontiers sur les avantages de ce compte. Mais si vous voulez en savoir plus tout de suite, vous pouvez consulter à ce sujet notre site Internet www.fr.credit-suisse.ch (Epargner).

Désormais faites votre stock- shopping à New York.

**COTA-
TIONS
GRATUITES**

Grâce à www.youtrade.com, vous avez maintenant un accès direct en ligne avec Wall Street. Vous négociez des actions d'entreprises cotées au New York Stock Exchange (NYSE) ainsi que des actions de l'indice S&P 500 et de l'indice composite NASDAQ. En quelques secondes et en toute sécurité. De plus, vous obtenez gratuitement news, analyses et recommandations. Pour négocier avec www.youtrade.com, vous n'avez pas besoin de changer de banque ni d'être client du CREDIT SUISSE. Plus d'informations: www.youtrade.com, tél. 0800 800 551 ou fax 0800 800 554.

www.youtrade.com

The Trader's Choice

UN CLIMAT ÉCONOMIQUE
PLUS SEREIN PROMET
LA PROSPÉRITÉ EN L'AN 2000.

UNE BONNE ANNÉE

**PAR ALOIS BISCHOFBERGER,
CHEF ÉCONOMISTE**

Alors qu'il y a un an, le monde sortait de l'une des plus graves crises financières de l'après-guerre, 2000 s'annonce sous d'heureux auspices, et les marchés financiers connaîtront une évolution favorable.

En octobre 1998, la crise asiatique avait fait chuter les cours sur les marchés d'actions des pays industrialisés. La banqueroute de l'Etat russe, le moratoire sur la

dette extérieure et le flottement du rouble avaient provoqué sur les marchés financiers internationaux une fuite vers la qualité et la sécurité. La débâcle du fonds spéculatif Long Term Capital Management (LTCM) avait entraîné une crise de confiance et une ruée sur les liquidités. La stabilité du système financier international se trouvait sur le fil du rasoir à l'automne 1998. Des signaux clairs concernant les taux ainsi qu'un net assouplissement de la politique monétaire de la Réserve fédérale américaine et de celle d'autres

banques centrales avaient permis d'écarter le danger.

On avait évité le pire, mais l'économie mondiale mit encore quelque temps à recouvrer sa stabilité. Récession et stagnation continuaient de menacer, voire d'affaiblir le Japon et nombre de marchés émergents d'Asie et d'Amérique latine. En Allemagne, en Italie et en Espagne, la progression du produit intérieur brut (PIB) ralentissait à vue d'œil, tandis qu'en Amérique du Nord la croissance demeurerait vigoureuse.



SELON ALOIS BISCHOFBERGER,
CHEF ÉCONOMISTE,
2000 SERA UNE ANNÉE FAVORABLE
POUR L'EUROPE ET LA SUISSE.



L'Europe retrouve son dynamisme

Adeptes d'une politique monétaire anticipatoire, les Etats-Unis, la Grande-Bretagne et l'Union monétaire européenne durciront celle-ci avant que ne s'amorce une spirale des prix. Les taux sont partout au plus bas. Leur relèvement par les banques centrales ne serait pas forcément pénalisant pour les marchés financiers. Si les investisseurs y voient un moyen d'étouffer dans l'œuf toute tendance in-

flationniste, ils réagiront de façon positive et n'intégreront pas de prime d'inflation supérieure dans les rendements du marché des capitaux.

Les taux d'inflation se maintiendront donc dans des limites raisonnables. Leur augmentation moyenne pour les vingt pays les plus industrialisés devrait passer de 1,4% en 1999 à 1,8% en 2000. La remontée des taux ne viendra pas assombrir un climat économique mondial redevenu

plus serein. Une inversion de la courbe des taux d'intérêt n'est donc pas à craindre.

Et les marchés d'actions? L'Europe va retrouver son dynamisme et l'activité américaine ralentir, d'où une demande plus forte pour les placements en euros. Les appréhensions liées aux taux seront moins vives. Avec une croissance mondiale légèrement supérieure à 3%, le marché des capitaux suffira à la demande.

Passé le cap des fêtes, il n'est pas exclu que les marchés d'actions européens se découplent de Wall Street, où les cours atteignent des niveaux très élevés. Le CREDIT SUISSE pense que 2000 sera une bonne année boursière pour l'Union européenne (UE), mais que les Etats-Unis n'offriront plus le même potentiel. Aussi sa politique de placement privilégie-t-elle l'Allemagne et la France, où la situation générale, l'évolution des exportations et les bénéfices des entreprises devraient entretenir un climat favorable à la Bourse.

AVRIL EN HIVER

Le marché suisse des actions semble sorti de sa longue phase de consolidation. Pour la première fois depuis janvier 1999, la courbe des cours paraît orientée à la hausse, accompagnée par l'optimisme mesuré des investisseurs. Si l'on se rappelle qu'elle s'est imposée malgré un contexte de taux franchement détestable, cette évolution incite à envisager l'avenir avec confiance. La bonne tenue de l'électrotechnique et de l'électronique et, plus encore, du marché financier, très sensible aux taux, ne fait que renforcer l'impression. L'« effet millénaire » passé, le premier trimestre 2000 devrait connaître un repli passager des taux du marché monétaire, et cela ne peut que profiter aux actions. Les cours risquent toutefois de souffrir du tour de vis que la Banque nationale s'apprête à donner à la politique monétaire. Dans un marché moins bien approvisionné en liquidités, les résultats de la Bourse seront surtout déterminés par ceux des entreprises, qui, justement, s'annoncent très prometteurs. Même les valeurs pharmaceutiques, boudées par moments, semblent retrouver les faveurs de la cote.

L'heure n'est cependant pas encore à l'euphorie. La situation économique est certes bonne. La reprise européenne et asiatique tout comme les potentiels de restructuration qui subsistent devraient en outre fournir aux entreprises des marges de manœuvre leur permettant de poursuivre l'amélioration de leurs bénéfices. Au début de l'année, toutefois, ceux-ci seront encore limités. Pour qu'ils augmentent vraiment, la Suisse devra recevoir des pays voisins des impulsions, dont le CREDIT SUISSE pense qu'elles seront au rendez-vous l'an prochain. Selon les analystes de la banque, la faveur dont jouissent les titres de l'électronique et de l'électrotechnique ne va pas se démentir. L'évolution globale de l'économie restera vraisemblablement favorable aux valeurs cycliques, notamment à celles du secteur des matières de base. Le commerce de détail devrait également bien se défendre, de même que les fabricants de produits de luxe, dont la cote augmente. Enfin, le CREDIT SUISSE mise sur les entreprises des secteurs technologie et communications.

Les exportations dopent la demande

En 1998, les taux de croissance des PIB réels ont baissé trimestre après trimestre, pour se stabiliser aux alentours de 1% au premier semestre 1999. Dans le même temps, un boom des exportations dopait la demande intérieure. S'attendant à produire, à vendre et à gagner davantage, les entreprises augmentèrent leurs investissements productifs de 8,6%. L'amélioration plus rapide que prévu du marché du travail, avec pour corollaire une perception plus optimiste de la sécurité de l'emploi, fit sortir les particuliers de leur réserve. Avec ses 2,3%, la croissance réelle de la consommation des ménages dépassait de un point la moyenne des vingt dernières années.

C'est alors que la crise asiatique, les conséquences des turbulences des marchés financiers pour l'économie réelle et



« SELON LE CREDIT SUISSE,
2000 DEVRAIT ÊTRE

UNE BONNE ANNÉE BOURSIÈRE »



«FRANCHI LE CAP DU MILLÉNAIRE, LES TAUX DU MARCHÉ MONÉTAIRE VONT SE REPLIER»

le net ralentissement de la croissance dans les pays clés de l'UE sont venus freiner les exportations ainsi que la croissance économique en général. La progression des exportations a été divisée par deux en 1998, s'établissant à 4,6% avant de plonger à 1,8% au premier semestre 1999. Durant la même période, la consommation des ménages a augmenté de 2%. Le ralentissement des investissements productifs au deuxième trimestre a été compensé par la progression des dépenses de construction.

La reprise s'accélère

Les enquêtes effectuées auprès des entreprises, de même que le Swiss Purchasing Managers' Index, que le CREDIT SUISSE établit chaque mois, laissent espérer un redressement de la conjoncture. Le nombre d'emplois a augmenté de 1% au premier semestre 1999; le taux de chômage a reculé et reculera encore. Le chômage restant est essentiellement d'origine structurelle et tient surtout au fait que les demandeurs d'emploi sont sous-qualifiés ou ne possèdent pas les compétences nécessaires. Notre industrie d'exportation profitera de la demande internationale croissante de biens de consommation et d'équipement. Le taux de change ne freinera pas le développement des exportations. Contre l'euro, monnaie déterminante pour le sort des exportations, le franc suisse continuera, selon toute vraisemblance, à se maintenir dans une étroite bande de fluctuation, de l'ordre de 1.58 à 1.63 franc. La conjonction de ces facteurs aura pour effet une progression plus rapide des exportations: de 2,7% cette année à 4,5% en 2000.

La croissance s'accéléralant, les investissements productifs devraient être plus im-

portants l'an prochain. Le CREDIT SUISSE prévoit pour ceux-ci une croissance de 5,1% en 2000, contre 3,5% en 1999. Les temps de l'inflation zéro sont révolus. Il faut s'attendre à ce que le taux moyen d'inflation se situe à 0,8% cette année et à 1,1% en 2000. On continue d'observer en Suisse des facteurs d'inflation maison. Pour beaucoup de services, la concurrence, extrêmement vive en ce qui concerne les biens faisant l'objet d'échanges internationaux, est encore peu prononcée. Ainsi, les loyers augmentent alors que les taux hypothécaires n'ont jamais été aussi bas et qu'il y a profusion de logements vacants. Si ces derniers diminuaient et que le niveau des taux remontait, la tendance pourrait bien s'accroître. Dans les secteurs de l'alimentation, des télécommunications et de l'électronique, en revanche, les prix baisseront probablement.

Remontée modérée des taux

La baisse des taux est terminée. Depuis mai 1999, les taux à long terme sont orientés à la hausse, de même que les taux du marché monétaire, en particulier pour les durées dépassant les opérations de liquidation de fin d'année. Leur niveau actuel inclut un «effet millénaire». Un nouveau repli, une fois franchi ce cap, n'est donc pas exclu, sans que l'on revienne toutefois au bas niveaux antérieurs. Selon le CREDIT SUISSE, le taux à trois mois pourrait se replier à 1,8%, pour remonter légèrement au cours de l'an 2000.

La construction progresse de 2,6%

Les dépenses de construction vont vraisemblablement redémarrer. Nous tablons sur une progression de 1% cette année et de 2,6% en 2000. La construction privée profitera de la demande de logements en

propriété, des transformations et rénovations de logements et d'un marché plus dynamique pour les immeubles commerciaux. Ce dernier ne devrait pas souffrir du nombre élevé de locaux vacants. En effet, construire du neuf sur un site attractif revient très souvent moins cher que de transformer des immeubles inoccupés.

Dans le secteur public, le bâtiment continuera de souffrir des restrictions budgétaires. Le génie civil, en revanche, pourra s'appuyer sur la demande relativement stable que représente l'entretien des routes nationales et profitera des grands projets d'infrastructure du type NLFA ou Rail 2000. La reprise de l'activité n'empêchera toutefois pas les restructurations de se poursuivre à un rythme élevé.

Revenus et consommation en hausse

Si le commerce extérieur et les investissements évoluent comme prévu, la consommation des ménages – avec 60% la principale composante du PIB – va elle aussi reprendre de la vigueur. La propension à consommer n'a jamais été aussi forte depuis 1989, et cela est de bon augure. Apparemment, les ménages sont plus sensibles à l'amélioration de la situation de l'emploi et des perspectives salariales, ainsi qu'à l'augmentation de leur pouvoir d'achat, qu'aux mauvaises nouvelles en provenance de l'industrie et à la volatilité des marchés financiers. Pour ce qui est des revenus, la reprise conjoncturelle, l'amélioration de l'emploi et la pénurie de main-d'œuvre qui existe dans certains domaines devraient se traduire en 2000 par un accroissement du revenu nominal du travail d'environ 2,5%. Avec un taux d'inflation de 1,1% en moyenne, une charge fiscale pratiquement inchangée et une augmentation des primes d'assurance-maladie inférieure à la moyenne des dernières années, cela équivaut à une progression du revenu réel de l'ordre de 1,5%.

A. BISCHOFBERGER, TÉLÉPHONE 01 333 61 26
ALOIS.BISCHOFBERGER@CREDIT-SUISSE.CH

MARTIN NEFF, ECONOMIC RESEARCH,
EN EST SÛR: « LES PERSPECTIVES
SONT BONNES DANS LES
BRANCHES TRÈS TOURNÉES
VERS L'EXPORTATION. »



LES BRANCHES EN L'AN 2000

LE CIEL S'EST ÉCLAIRCI DANS DE
NOMBREUX SECTEURS. MAIS IL N'Y A
PAS ENCORE DE QUOI PAVOISER.

**PAR MARTIN NEFF,
ECONOMIC RESEARCH**

Tous les signaux sont au vert: l'an prochain, l'économie suisse devrait surmonter sa légère baisse de régime et repartir à la hausse. Selon les prévisions du CREDIT SUISSE, la création totale de valeur croîtra de 2% en l'an 2000. Mais l'expansion variera beaucoup d'un secteur à l'autre, et elle passera même complètement à côté de certaines branches.

Les années 90 ont été marquées par une faible croissance et par un durcissement de la concurrence dû à la libéralisation et à la globalisation de l'économie. A cela sont venues s'ajouter une pression

accrue sur les prix et une baisse généralisée des revenus. Cette période a laissé des traces dans différents secteurs, notamment dans ceux tournés vers le marché intérieur. Que ce soit la construction ou la branche voisine des produits minéraux non métalliques, ou encore le commerce de détail, voire les sous-traitants de l'industrie des machines et de la construction de véhicules, tous les secteurs ont connu un douloureux processus de redimensionnement, qui a été particulièrement long dans la construction. L'industrie du tourisme compte elle aussi

parmi les perdants. Les chiffres d'affaires y stagnent déjà depuis le début des années 90. Et les facteurs climatiques, dont plusieurs hivers quasiment sans neige, n'ont rien arrangé. Si les perspectives pour l'année à venir sont sensiblement meilleures dans toutes ces branches, il n'y a toutefois pas encore de quoi pavoiser.

Feu de paille dans la construction

Le secteur de la construction a réussi à stopper sa chute vertigineuse des années 90, au cours de laquelle il a perdu près de 50% de ses effectifs, et devrait même renouer avec les chiffres noirs en l'an 2000. Mais une reprise durable n'est pas encore en vue. Les impulsions données par les grands projets d'infrastructure n'ont pas fait long feu. Reste «seulement» un effet stabilisateur, comme dans le secteur public de l'entretien. Il est vrai que la construction privée s'est redressée, et elle continuera à progresser ces prochaines années, sans toutefois connaître un essor durable. Dans l'ensemble, la demande évolue au ralenti aussi bien pour les logements que pour les surfaces commerciales, et devrait à long terme se stabiliser à des niveaux nettement plus bas que par le passé. Or les problèmes structurels de la branche resteront entiers tant que la demande ne s'accroîtra pas de manière significative. Les surcapacités ne vont pas se résorber en l'an 2000, vu le bas niveau des barrières d'entrée, et elles empêcheront tout revirement durable des résultats, même si, dans le meilleur des cas, les prix se stabiliseront, comme le prévoit le CREDIT SUISSE.

L'arrivée précoce de la neige cet hiver a éveillé des espoirs légitimes dans une branche également malmenée – le tourisme. En moyenne montagne surtout, le secteur est fortement tributaire de l'or blanc. Les hôteliers et les agences de location d'appartements de vacances comptent donc sur une légère augmentation du nombre de nuitées. Reste que le facteur climatique ne suffira pas à

résoudre tous les problèmes. Il s'agit de reconstruire une image partie en lambeaux, ce qui demandera du temps. En attendant, la branche pourra s'estimer heureuse si elle parvient à limiter les dégâts en comparaison internationale. Entre 1990 et 1998, l'hôtellerie suisse a enregistré une croissance annuelle inférieure d'environ deux points à la progression mondiale du secteur. Autrement dit, la Suisse a perdu beaucoup de terrain au profit d'autres destinations, tant auprès des touristes étrangers que de la clientèle suisse. Lorsqu'il faut choisir entre «surfer à Hawaï ou patauger dans la gadoue à Adelboden», le climat peut certes faire la différence. Mais si d'autres pays aux infrastructures analogues ont pu progresser – ou du moins perdre moins de parts de marché –, cela tient plutôt à la dégra-

dation d'une image qui se résumait par les termes «cher mais bon». Aujourd'hui, le rapport prix/qualité s'améliore de nouveau, mais le chemin est ardu et la concurrence omniprésente.

Les consommateurs se réveillent

Le commerce de détail n'a toujours pas, lui non plus, retrouvé son rythme de croisière. Cependant, les Suisses se remettent à consommer et à faire des achats de remplacement dans le domaine des biens de consommation durables. Une tendance favorisée par l'amélioration de la situation sur le marché du travail. L'emploi est redevenu plus sûr et les consommateurs font des projets à plus long terme. Le climat de consommation s'est nettement amélioré, bien que l'euphorie ne soit pas encore de mise. Car seule une croissance

DU BON ET DU MOINS BON PARTOUT

Il va sans dire qu'on trouve partout des premiers et des derniers de classe. Dans les secteurs de croissance, les entreprises et les sous-traitants ne profitent pas tous dans la même mesure de l'amélioration de la conjoncture. De même que les hôteliers ou les acteurs du marché de la construction ne sont pas tous aux abois. Même les secteurs d'exportation par excellence que sont la chimie et la pharmacie ont leurs problèmes, notamment dans les matières plastiques sous forme primaire, les colorants ou l'agrochimie. Dans l'électrotechnique, ce sont avant tout les produits proches de la production d'énergie qui sont à la fête, tandis que la branche de l'électronique continue à bénéficier de l'expansion des télécommunications. Le point commun à presque tous les secteurs est la pression constante sur les prix à la production. Celle-ci ne s'arrête d'ailleurs plus aux portes des banques et des assurances, ni à celles d'autres branches jadis épargnées. Ainsi, les tarifs d'électricité devraient bientôt se retrouver encore davantage sous pression avec la libéralisation du marché, et ceux des télécommunications connaissent une évolution similaire, bien que dans des proportions différentes.



«L'EXPANSION
PASSERA À CÔTÉ DE
CERTAINES BRANCHES»

durable entraîne une hausse durable des dépenses de consommation et, partant, une augmentation des chiffres d'affaires du commerce de détail.

Heureusement, le paysage économique suisse n'est pas fait seulement de branches confrontées à des problèmes structurels. Dans certains secteurs, les perspectives pour l'année à venir sont plutôt réjouissantes. Et deux éléments sautent aux yeux à cet égard :

Primo, la performance d'une branche augmente généralement avec le taux de croissance de ses exportations. Plus une branche vend à l'étranger, meilleures sont ses perspectives d'avenir. Cela vaut aussi bien pour les champions de l'exportation, telles la chimie et la pharmacie, que pour l'industrie des machines et les secteurs de l'électrotechnique et de l'électronique. Comme les exportations devraient être le

moteur de la croissance l'an prochain, ces branches en profiteront plus que proportionnellement. Mais l'industrie des machines, justement, a connu de graves problèmes au cours des derniers trimestres. Elle a souffert de la mollesse de la conjoncture européenne et du recul concomitant des ventes en Allemagne, son principal acheteur, mais aussi de la crise asiatique, qui a entraîné une chute des commandes, en particulier dans le secteur des machines textiles. Par ailleurs, les incertitudes en Russie ont incité les investisseurs à la retenue.

Secundo, plusieurs signes indiquent une accélération de la conjoncture européenne. Les principaux bénéficiaires aujourd'hui, et probablement aussi demain, en sont les secteurs cycliques traditionnels tels que le papier, les matières plastiques et le bois. Ces branches réagissent très tôt

aux variations des fondamentaux économiques.

Malgré des lueurs d'espoir, les perspectives demeurent plutôt moroses pour l'an 2000. Car le prix des réductions de coûts et des restructurations, qui depuis longtemps ne concernent plus seulement l'industrie, va encore peser sur les résultats des entreprises. Toutefois, la maîtrise des coûts est une condition sine qua non pour tenir la longueur dans un marché globalisé.

MARTIN NEFF, TÉLÉPHONE 01 333 24 84

MARTIN.NEFF@CREDIT.SUISSE.CH

BULLETIN | ONLINE

POUR EN SAVOIR PLUS SUR LES

« BRANCHES EN L'AN 2000 » :

WWW.CREDIT-SUISSE.CH/BULLETIN

ORIENTATION DES PRINCIPALES BRANCHES SUISSES

	Production		Chiffre d'affaires		Prix		Résultat	
	1999	2000	1999	2000	1999	2000	1999	2000
15 Alimentation	↑	→	↗	→	↘	↘	↗	→
17 Textile	↘	→	↘	→	↘	→	↘	→
18 Habillement	↗	↗	↗	↗	↗	→	↗	↗
19 Cuir et chaussures	↘	↘	↘	↘	↘	→	↘	↘
20 Bois	→	↗	→	↗	→	↗	→	↗
21 Papier	↘	↗	↘	↗	→	↗	↘	↗
22 Impression et arts graphiques	↗	↗	→	→	↘	↘	→	→
24 Chimie-pharmacie	↗	↗	→	↗	↘	↘	↘	↗
25 Matières plastiques	↗	↗	↗	↗	→	↗	↗	↗
26 Produits minéraux non métalliques	↗	↗	↗	→	→	↘	↗	→
27 Métaux	↘	→	↘	→	↘	↗	↘	↗
28 Travail des métaux	↗	↗	→	↗	→	→	↗	↗
29 Machines	↘	↗	↘	↗	→	→	↘	↗
31/32 Electrotechnique et électronique	↗	↗	→	↗	↘	↘	→	↗
40 Electricité	↗	→	↗	→	↘	↘	↗	↘
45 Construction	→	↗	↘	↗	↘	→	↘	↗
51 Commerce de gros			↘	↗	→	→	↘	↗
52 Commerce de détail			↗	↗	→	→	↗	↗
55 Hôtellerie et restauration	→	↗	→	↗	→	→	→	↗
65 Banques (total du bilan)			↗	↗	↘	↘	↗	↗
66 Assurances (volume de primes)			↗	↗	↘	↘	↗	↗

Source: CREDIT SUISSE

NOS PRÉVISIONS CONJONCTURELLES

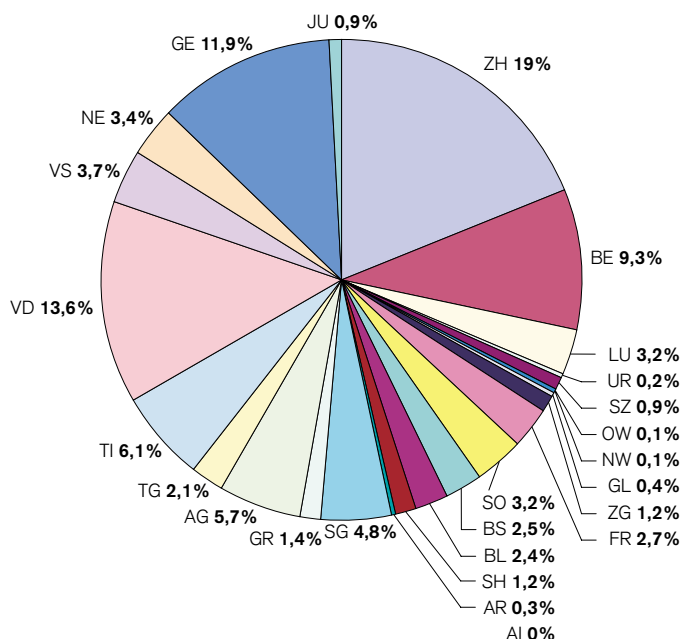
LE GRAPHIQUE ACTUEL:

UN BON TIERS DE CHÔMEURS ROMANDS

Le net recul du taux de chômage a donné une bouffée d'oxygène à la population suisse. Entre-temps, des voix s'élèvent pour dénoncer l'assèchement du marché du travail. Le graphique ci-dessous montre la répartition des chômeurs entre les différentes régions. Conclusion : plus de la moitié des demandeurs d'emploi habitent dans le canton de Zurich ou en Suisse romande.

CREDIT SUISSE

Pourcentage des chômeurs inscrits en octobre 1999



REPÈRES DE L'ÉCONOMIE SUISSE:

REPRISE DU COMMERCE EXTÉRIEUR

Le commerce extérieur suisse a enfin amorcé une reprise. Mais les échanges de marchandises avec les pays industrialisés sont restés inférieurs à ceux réalisés avec les autres espaces économiques, notamment les pays émergents d'Asie et les Etats de la CEI.

CREDIT SUISSE

	6.99	7.99	8.99	9.99	10.99
Inflation	0,60	0,7	0,9	1,2	1,2
Marchandises	0,20	0,7	0,9	1,5	1,6
Services	0,85	0,8	1	1	0,9
Suisse	0,57	0,8	0,9	0,9	0,9
Etranger	0,30	0,8	1,2	2,1	2,3
C.A. du commerce de détail, réel	4,90	1,4	-	-	-
Solde de la balance com. (mrd CHF)	0,12	0,09	0,46	0,35	-0,01
Exportations de biens (mrd CHF)	10,05	9,54	8,04	10,38	11,28
Importations de biens (mrd CHF)	9,93	9,63	8,52	10,03	11,29
Taux de chômage	2,60	2,5	2,4	2,3	2,3
Suisse alémanique	2,10	2	2	1,9	1,9
Suisse romande	3,70	3,7	3,6	3,5	3,5
Tessin	3,70	3,7	3,6	3,5	3,5

CROISSANCE DU PIB:

LA FRANCE À PLEIN RÉGIME

L'horizon conjoncturel de l'Euroland devrait s'éclaircir l'an prochain. Grâce à l'expansion française, la croissance s'accélérera en Allemagne et en Italie. La reprise en Europe aura aussi un impact positif sur l'économie suisse. Malgré un léger fléchissement de la croissance du PIB aux Etats-Unis, une nouvelle année de haute conjoncture est à prévoir.

CREDIT SUISSE

	Moyenne 1990/1997	1998	Prévision	
			1999	2000
Suisse	0,2	2,1	1,1	2,0
Allemagne	3,0	2,0	1,5	2,5
France	1,2	3,2	2,5	2,8
Italie	1,1	1,4	1,2	2,1
Grande-Bretagne	2,0	2,1	1,0	2,7
Etats-Unis	2,5	3,9	3,9	3,1
Japon	2,0	-2,8	1,1	1,4

INFLATION:

LA FED ANTICIPE

Bien que le marché du travail américain soit presque saturé, la hausse de l'inflation est restée modérée au dernier trimestre. La Fed n'en a pas moins relevé le taux directeur au niveau d'avant la crise de l'automne 1998. Elle veut ainsi éviter la résurgence de tensions inflationnistes. En Europe et en Suisse, l'inflation demeurera faible l'an prochain.

CREDIT SUISSE

	Moyenne 1990/1997	1998	Prévision	
			1999	2000
Suisse	2,4	0,0	0,8	1,1
Allemagne	3,0	1,0	0,7	1,3
France	2,0	0,7	0,7	1,1
Italie	4,4	1,7	1,8	1,8
Grande-Bretagne	3,2	2,6	1,8	2,0
Etats-Unis	3,0	1,5	2,2	2,6
Japon	1,2	0,6	-0,1	0,3

TAUX DE CHÔMAGE:

PLUS DE TRAVAIL EN EUROPE

La robustesse de l'économie américaine maintient le taux de chômage à un niveau plancher. Avec le fléchissement de la croissance, le nombre de demandeurs d'emploi devrait toutefois s'accroître légèrement. Une hausse modérée du chômage est aussi prévue pour le Japon. Seule l'Europe continuera probablement l'an prochain d'enregistrer un lent recul de son taux de chômage.

CREDIT SUISSE

	Moyenne 1990/1997	1998	Prévision	
			1999	2000
Suisse	3,4	3,9	2,7	2,4
Allemagne	9,6	11,1	10,5	10,1
France	11,1	11,8	11,2	10,6
Italie	11,4	12,3	11,6	11,4
Grande-Bretagne	8,0	4,8	4,4	4,6
Etats-Unis	6,1	4,6	4,3	4,5
Japon	2,7	4,1	4,8	5,5

CESARE RAVARA, SPÉCIALISTE
EN BANCASSURANCE,
ECONOMIC RESEARCH:
« LA GESTION DES RISQUES DE
CATASTROPHES EST AUSSI
UNE RÉALITÉ ÉCONOMIQUE. »



NOUVELLE APPROCHE DES RISQUES

CESARE RAVARA: « LA BANCASSURANCE OFFRE PLUS DE
LATITUDE AUX ENTREPRISES ET AUX INVESTISSEURS »

INTERVIEW: ROSMARIE GERBER,
RÉDACTION BULLETIN

ROSMARIE GERBER: La bancassurance combine les prestations bancaires et d'assurance. Dans quelle mesure les synergies permettent-elles de couvrir de nouveaux risques ?

CESARE RAVARA: Les activités d'une entreprise sont toujours liées à des risques, qui surgissent dès l'entrée des matières premières et vont de l'entrepôt à la vente des produits en passant par le processus de production. Ces risques peuvent avoir des répercussions financières sur le bilan et sur le compte de

résultats. Pour se protéger, l'entreprise peut donc conclure des polices d'assurance traditionnelles, constituer des provisions ou renforcer ses fonds propres par des réserves. Mais la couverture par des polices d'assurance ou des réserves est inappropriée ou trop onéreuse pour les risques difficiles à évaluer.

R.G. Qu'entendez-vous par là ?

C.R. Il peut arriver, par exemple, que de nouveaux produits développés pour le marché international n'aient aucun suc-

cès. Dans le domaine de la protection des consommateurs, les risques de responsabilité civile sont énormes. Les turbulences politiques et les bouleversements économiques, les catastrophes naturelles et les défaillances humaines influent aussi sur les résultats de l'entreprise. Autant de risques que les responsables d'entreprise doivent tenter de réduire.

R.G. Qui dit marché élargi dit risque accru. Et c'est de ce risque entrepreneurial classique qu'il faut désormais se défaire ?

C.R. Lorsqu'une entreprise n'est pas suffisamment assurée ou ne dispose pas des fonds propres ou des réserves nécessaires, la prise de risque devient un véritable jeu de hasard, qui peut conduire à la faillite. D'où l'intérêt du transfert alternatif des risques (Alternative risk transfer ou ART), qui offre une analyse globale des risques financiers, des risques d'exploitation ou des risques commerciaux et permet ainsi d'obtenir une couverture efficace et avantageuse du portefeuille de risques.

R.G. Mais les banques procèdent toujours à un examen de la solvabilité et les assurances évaluent le montant des dommages potentiels ainsi que la probabilité des sinistres. Quelles nouveautés apporte le transfert alternatif des risques ?

C.R. Dans le cas de risques élevés, l'octroi de crédits n'est pas autorisé si les intérêts appropriés dépassent le plafond fixé par la loi. Et certains risques difficiles à calculer ne peuvent être assurés que moyennant des primes exorbitantes. Toutefois, s'il s'avère possible de gérer les risques avec des instruments provenant de la banque, de l'assurance et du marché des capitaux, l'entreprise gagne en solvabilité et en honorabilité. Des risques élevés peuvent ainsi être titrisés et négociés sur le marché. L'ART a été créé pour gérer les risques impossibles à couvrir avec des assurances traditionnelles. Ce système permet donc de combiner des prestations bancaires et d'assurance.

R.G. Cette forme de transfert des risques est-elle envisageable pour les petites et moyennes entreprises ou est-elle exclusivement réservée aux multinationales ?

C.R. Compte tenu des primes élevées, l'ART ne s'adresse pour le moment qu'aux multinationales. Les valeurs empiriques ne sont pas encore suffisantes. Mais dès que les données nécessaires seront disponibles, les entreprises moyennes pourront également recourir à ces instruments.

R.G. L'élargissement de la couverture favorise-t-il l'innovation entrepreneuriale ?

C.R. Les grands groupes qui se sont lancés dans l'ART disposent désormais d'une gestion des risques plus globale et atteignent leurs objectifs à moindres coûts. Ils immobilisent moins de capitaux et disposent ainsi d'une plus grande latitude.

R.G. Et quelles sont les conséquences économiques du transfert des risques ?

C.R. Plus les entreprises seront nombreuses à pouvoir proposer et étendre leurs prestations à moindres coûts grâce à une gestion des risques globale, plus l'utilité économique sera importante. Par ailleurs, si les risques traditionnellement non assurables, notamment les risques de catastrophes naturelles, peuvent être titrisés, la capacité de couverture de l'économie s'accroît. Et les investisseurs trouvent aussi leur compte dans ces titres qui ne sont pas sensibles aux évolutions de certains secteurs économiques.

R.G. Si les mouvements du marché des capitaux sont en partie prévisibles, les développements dans le domaine du transfert alternatif des risques sont impossibles à évaluer. Qui peut prévoir qu'un tremblement de terre détruira les ateliers de production d'une entreprise en Amérique du Sud ?

C.R. C'est vrai. Mais si le tremblement de terre ne se produit pas, les investis-

COMMENT SUPPORTER DES RISQUES ÉLEVÉS

Une entreprise moyenne reçoit une commande pour le développement d'une installation à livrer à un pays tiers dans un délai de deux ans. Les parties s'accordent sur un prix fixe et sur un règlement échelonné, la dernière tranche venant à échéance 180 jours après la mise en service réussie. Elles conviennent aussi d'une peine conventionnelle élevée en cas de retard de livraison ainsi que d'obligations de garantie et d'un service après-vente important. Les coûts de développement ne peuvent être rentabilisés que si la nouvelle installation trouve encore d'autres preneurs. Durant la période de développement et de production, les prix des matières premières et des produits finis et semi-finis varient. Les fluctuations des taux de change, des problèmes techniques ou de personnel peuvent perturber le déroulement des travaux. Des catastrophes ou des turbulences politico-juridiques peuvent empêcher l'entreprise d'honorer sa commande ou de commercialiser son installation. S'il existe des solutions d'assurance traditionnelles pour les risques d'exploitation et des instruments dérivés pour les risques financiers, la plupart des risques décrits ci-dessus ne peuvent pas être assurés par les moyens classiques. Deux instruments du transfert alternatif des risques complètent, voire remplacent la gestion traditionnelle des risques. Avec les solutions «finite risk», la compensation du risque a lieu au sein de la même entreprise durant une période contractuelle fixe. Quant aux programmes multibranches et pluriannuels, ils permettent de combiner les risques assurables et non assurables d'une entreprise, et de tirer avantage de la diversification.

seurs pourront compter sur des rendements supérieurs à la moyenne.

R.G. Quoi qu'il en soit, les risques titrisés restent des placements audacieux.

C.R. Oui, mais ils répondent aussi à des attentes de rendements élevées. En fait, les investisseurs parient sur la survenance d'un risque. Cela peut surprendre parce que nous parlons ici d'instruments financiers utilisés dans le domaine des catastrophes. Mais nous n'avons aucune influence sur ces risques. L'économie se concentre sur les questions de rentabilité, c'est-à-dire sur l'optimisation des ressources, et la gestion des risques de catastrophes en fait aussi partie.

R.G. Quels sont les investisseurs susceptibles de s'intéresser à ces placements ?

C.R. Les investisseurs privés devraient se montrer plutôt réservés. Mais les investisseurs institutionnels seront sûrement intéressés.

R.G. Ces placements attireront donc aussi les caisses de pension ?

C.R. Les investisseurs institutionnels pourraient se lancer dans ce domaine parce qu'un nouvel instrument de diversification est mis à leur disposition.

R.G. Votre étude sur la bancassurance constate la saturation du marché de l'assurance dans les économies développées et décèle de nouveaux potentiels en Europe de l'Est, en Asie et en Amérique latine. Sur quels segments de population les entreprises doivent-elles se concentrer ?

C.R. La frange restreinte de la population très aisée dans ces régions a probablement déjà recours à des services financiers sophistiqués proches des prestations de bancassurance. La fortune matérielle et immatérielle nécessite toujours une couverture d'assurance et des services financiers. Aussi misons-nous sur la prospérité croissante de la classe moyenne.

ÉPARGNE, FINANCE, ASSURANCE

L'Economic Briefing N° 12 du Credit Suisse s'intitule « La bancassurance : un concept prometteur, sans être nouveau ». Le service Economic Research fait un tour d'horizon de la bancassurance, présente le marché et ses acteurs tout en montrant ce que le rapprochement entre banques et assurances apporte au marché des capitaux et aux investisseurs. Cette publication peut être commandée au moyen du bon ci-joint.

R.G. Vous comptez donc sur la classe moyenne en Russie ?

C.R. Oui. Cela peut sembler ridicule aujourd'hui, mais nous voyons à long terme. Le concept de la prévoyance individuelle va gagner du terrain en Europe de l'Est et en Amérique latine. Pour ce qui est de l'Asie, rappelons que la majorité de la classe moyenne avait placé sa fortune en actions et s'est récemment retrouvée sur la paille. Elle a perdu sa confiance aveugle dans le marché des actions. Les solutions de prévoyance équilibrées devraient donc devenir plus attrayantes.

R.G. Le CREDIT SUISSE GROUP doit-il aussi développer ses activités en Asie ?

C.R. L'acquisition de banques ou d'assurances permettrait d'exploiter des canaux de distribution bien rodés. Ces stratégies d'expansion sont particulièrement intéressantes pour les établissements financiers et les sociétés de bancassurance qui privilégient la diversification internationale.

R.G. : Revenons à la Suisse. Pouvez-vous décrire les avantages de la bancassurance et les clients potentiels ?

C.R. Les clients potentiels de la bancassurance ne sont pas des ménages avec un revenu moyen ne dépassant pas 5 000 francs par mois. Avec une fortune de moins de 20 000 francs, je privilégierais, pour ma part, les liquidités. L'offre de bancassurance est intéressante pour les montants plus élevés. Avec un conseil adéquat, il est possible de tenir compte des futurs besoins de couverture, de l'évolution des revenus et de la fortune ainsi que

d'un éventuel recours à des fonds de tiers. Or ce conseil est l'un des atouts de la bancassurance.

R.G. Et dans quels domaines pourrait-on enregistrer des plus-values ?

C.R. La croissance devrait, à mon avis, rester limitée dans le domaine de la prévoyance individuelle, compte tenu de la répartition actuelle des revenus et des investissements effectués dans les premier et deuxième piliers. D'éventuelles réformes des systèmes de santé et de retraite pourraient offrir de nouveaux potentiels si la prévoyance santé et vieillesse était assumée davantage par les citoyens. Et les synergies entre banques et assurances se traduiraient certainement par des économies.

R.G. Les clients en profiteront-ils ?

C.R. Les entreprises clairvoyantes reverseront une partie de ces économies à leurs clients. Et du fait de l'intensification de la concurrence sur le marché, non seulement les prix baisseront, mais de nouvelles prestations de services éveilleront des besoins chez les clients et ouvriront de nouvelles perspectives de marchés.

CESARE RAVARA, TÉLÉPHONE 01 333 59 12
CESARE.RAVARA@CREDIT-SUISSE.CH

BULLETIN | ONLINE

INFORMATIONS SUR LE THÈME DE
LA BANCASSURANCE :
WWW.CREDIT-SUISSE.CH/BULLETIN

NOS PRÉVISIONS POUR LES MARCHÉS FINANCIERS

MARCHÉ MONÉTAIRE:

PAS DE HAUSSES DES TAUX

La Fed américaine et la Banque centrale européenne ont relevé leurs taux directeurs en novembre dernier. D'autres hausses des taux peuvent donc être exclues. En Grande-Bretagne, l'inflation continuera à diminuer avant de redémarrer avec la forte croissance prévue pour l'an 2000 – d'où la possibilité de nouvelles interventions sur les taux dans ce pays.

CREDIT SUISSE

	Fin 98	11.99	Prévision	
			3 mois	12 mois
Suisse	1,41	1,86	1,8	2,2
Euro 11	3,24	3,45	3,2	3,2
Grande-Bretagne	6,26	5,90	5,9	6,4
Etats-Unis	5,07	6,11	5,8	5,8
Japon	0,54	0,32	0,2	0,5

MARCHÉ OBLIGATAIRE:

PRESSION SUR LES TAUX

Considérées comme des placements sûrs, les obligations d'Etat de premier ordre verront probablement leurs taux reculer avant le changement de siècle. L'an prochain, les rendements devraient toutefois remonter à leur niveau précédent en raison de la solidité de la croissance.

CREDIT SUISSE

	Fin 98	11.99	Prévision	
			3 mois	12 mois
Suisse	2,49	3,46	3,4	3,4
Allemagne	3,87	5,20	5,1	4,9
Grande-Bretagne	4,36	5,29	5,6	5,7
Etats-Unis	4,65	6,08	5,9	5,8
Japon	1,88	1,89	2,1	2,7

TAUX DE CHANGE:

LÉGER REPLI DU DOLLAR

La vigueur de l'économie américaine a entraîné un raffermissement du dollar face à l'euro et au franc. Mais l'Europe reprenant des forces, le dollar devrait se replier légèrement l'an prochain. La reprise attendue au Japon continuera de faire affluer les capitaux. Et le yen s'appréciera en raison de la demande croissante pour la devise japonaise.

CREDIT SUISSE

	Fin 98	11.99	Prévision	
			3 mois	12 mois
CHF/EUR*	1.61	1.60	1.59	1.62
CHF/GBP	2.28	2.55	2.48	2.57
CHF/USD	1.37	1.58	1.51	1.45
CHF/JPY	1.22	1.55	1.44	1.45
Or USD/once	288	297	300	330
Or CHF/kg	12765	15141	14605	15346

*Cours de conversion: DEM/EUR 1.956; FRF/EUR 6.559; ITL/EUR 1936

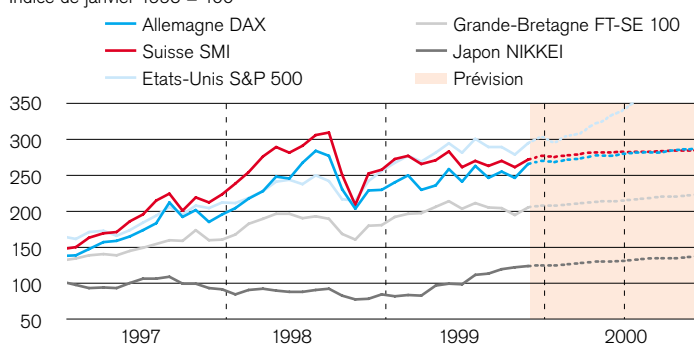
BOURSES INTERNATIONALES:

L'EUROPE GAGNE DU TERRAIN

L'accélération de la croissance économique en Europe entraînera probablement une progression des bénéfices des entreprises. Il faut toutefois s'attendre à une tendance inverse pour le marché américain des actions. La performance des Bourses européennes devrait donc être supérieure à celle des Bourses américaines.

CREDIT SUISSE

Indice de janvier 1995 = 100



BOURSE SUISSE:

LE MARCHÉ SUISSE SE RESSAISIT

Le nouvel élan économique en Europe et en Suisse donnera surtout une impulsion aux valeurs cycliques. Mais les autres secteurs devraient aussi profiter de l'évolution positive prévue à Francfort, Paris et Londres. Une reprise est également attendue pour le marché suisse des actions, même si les gains prévus restent inférieurs à ceux de l'Europe.

CREDIT SUISSE

	Fin 1998	11.99	Prévision			
			Rapport cours/bénéf.	Croissance bénéficiaire	Rendement sur dividende	12 mois
SPI global	4497	4850	20,3	24,1	10,4	1,58
Industrie	6178	6506	24,2	7,6	13,9	1,07
Machines	2061	2479	13,9	44,6	11,0	2,46
Chimie/pharmacie	11765	11909	27,0	23,9	7,5	1,02
Construction	2680	3529	19,3	15,3	7,4	1,28
Alimentation	5448	5320	25,4	0,7	12,0	1,60
Electrotechnique	2775	4247	19,1	6,3	17,4	2,20
Services	3058	3423	16,9	37,8	8,1	1,98
Banques	3100	3675	15,7	91,3	-1,5	2,47
Assurances	5817	5355	17,2	14,2	13,8	1,63
Commerce de détail	972	1162	14,1	17,9	23,2	2,55
Transports	1752	1665	11,3	-8,5	12,7	1,23

• Performance inférieure à la moyenne
 •• Performance du marché
 ••• Performance supérieure à la moyenne



74 COLLABORATEURS DU CREDIT SUISSE ONT COURU LE MARATHON

Echafaudé en catimini par une poignée de volontaires en décembre dernier, l'ambitieux projet a très vite trouvé de nombreux adeptes. Petits et grands, jeunes et vieux, coureurs invétérés et sportifs du dimanche, ils ont tous retroussé leurs manches, sauté dans leurs baskets et accompli un véritable parcours du com-

battant. Sous l'œil attentif d'experts de la course, de médecins sportifs et de spécialistes de la nutrition, ils ont subi un entraînement de choc avec pour seul objectif de participer au marathon annuel de Big Apple, le 7 novembre 1999.

Au désir de réaliser une performance personnelle s'est ajoutée la volonté de



ON DE NEW YORK POUR SAUVER LA FORÊT DE SCHÄCHEN.

servir une bonne cause. Yvonne Antonioli, qui dirige les modules clientèle individuelle tels que le Cash Service à Zurich, s'est investie corps et âme dans ce projet: « Nous avons soudain eu l'idée d'avoir recours au sponsoring, raconte-t-elle après coup. Chaque coureur aurait pour mission de trouver ses propres sponsors, chargés

de le récompenser pour ses performances – en espèces sonnantes et trébuchantes. » L'idée a fait son chemin: les coureurs ont réuni quelque 55 000 francs, une somme que le Directoire du CREDIT SUISSE a généreusement arrondie à 100 000 francs. Et cet argent sera versé à la commune de Bürglen, dans la vallée de Schächen, qui

a été dévastée par les intempéries du printemps.

Pour les 74 coureurs en tout cas, le marathon de New York restera une expérience unique. Ce qu'ils y ont vécu n'a pas de prix. Les photos parlent d'elles-mêmes.

TEXTE: BETTINA JUNKER



Les plaisirs du vin

Si vous vous abonnez à Vinum pour une année (6 numéros), vous recevrez deux numéros gratuits. (Vous payez 6 et vous recevez 8).



BON
pour deux numéros gratuits

☐ Je m'abonne à Vinum
pour une année (6 numéros) pour Fr. 72.-
et recevrai en plus deux numéros gratuits.

☐ Veuillez me faire parvenir
un numéro d'essai gratuit (valeur Fr. 12.50)

Nom: _____

Prénom: _____

Adresse: _____

NPA/localité: _____

Date: _____ Signature: _____

Envoyer à: Vinum Leserservice, case postale, 8030 Zurich





LE MARATHON DES SUPERLATIFS

Le plus célèbre des marathons a aussi des allures de grande parade, où la nostalgie le dispute au burlesque et à l'extravagance. Parmi les coureurs se trouvaient entre autres deux Blues Brothers, une girafe de plus de deux mètres, une « wonder woman » toute vêtue de strass et de paillettes et un Oncle Sam arborant fièrement les couleurs américaines. A l'ère de la communication permanente, l'anecdote qui a circulé après le marathon ne surprendra plus personne : au kilomètre 18, le portable d'une marathonienne s'est soudain mis à sonner. La jeune femme a décroché : « Oui maman, je vais bien. Non maman, je n'en fais pas trop. Mais oui, je te raconterai tout. A plus tard maman. » Aujourd'hui, les marathoniens sont également équipés de baladeurs ou de dictaphones pour enregistrer toutes leurs impressions. On peut se demander si les soupirs, les gémissements, les jurons et autres signes d'épuisement sont aussi sur la bande ? Un des plus beaux records est celui établi par Zoe Koplowitz, qui malgré sa sclérose en plaques a couru le marathon pour la treizième fois et franchi la ligne d'arrivée au bout de trente heures.

LES CHIFFRES DU MARATHON

- 29 995 coureurs de 114 pays différents
 - 10 000 coureurs internationaux
 - 2 millions de spectateurs
 - 70 millions de téléspectateurs
 - 1 750 assistants médicaux
 - 200 000 gobelets d'eau minérale
 - 83 270 litres de Gatorade
 - 80% des coureurs avaient plus de 30 ans ; un d'entre eux avait même plus de 90 ans
 - -2° C : température minimale pour un 7 novembre à New York ; 26° C : température maximale
 - 11 353 284 dollars dépensés par les coureurs, les invités, les sponsors ou les médias pour le marathon.
- A quoi s'ajoutent 13 400 000 dollars de frais de transport nationaux et internationaux.

SES LOGICIELS FONT
ÉGALEMENT FUREUR
À L'ÉTRANGER:
JEAN-CLAUDE MOULY,
PATRON DE LA
SOCIÉTÉ NOVASYS SA.

UNE PETITE ENTRE- PRISE AVANCE À PAS DE GÉANT

L'ÉDITEUR DE LOGICIELS
NOVASYS LE PROUVE : UNE PME
PEUT AUSSI S'AFFIRMER FACE
À LA CONCURRENCE MONDIALE.

PAR ANDREAS THOMANN,
RÉDACTION BULLETIN



La poignée de main ferme trahit l'ancien sportif de haut niveau. Jean-Claude Mouly, directeur de la jeune société d'édition de logiciels Novasys, à Lausanne, a été champion genevois de judo. Auparavant, il pratiquait le crawl au sein de l'équipe suisse espoirs. Il ne lui viendrait toutefois pas à l'idée de se targuer de ce palmarès. Jean-Claude Mouly prône la modestie. Une veste classique, la cravate un peu de travers, les cheveux légèrement ébouriffés, le front déjà quelque peu dégarni : c'est ainsi qu'apparaît ce Français qui a grandi à Genève. Tel patron, telle entreprise. Novasys est installée au troisième étage d'un immeuble commercial grisâtre du type «années 70». Inutile de chercher du marbre, la patte d'un styliste ou de l'art moderne en entrant. Si certaines pièces n'étaient pas passablement encombrées d'ordinateurs et si les armoires ne débordaient pas de câbles et d'autres accessoires, on se croirait dans un office de l'administration publique.

Mais tout cela n'est que l'expression d'une certaine modestie. Novasys est une perle parmi les producteurs suisses d'informatique. Des clients tels que Hewlett Packard, Swisscom ou la Banque nationale suisse ont déjà fait appel à ses services. Quelle qu'ait été la diversité ou

la complexité de leurs demandes, Novasys a su jusqu'ici y répondre (voir ci-dessous le portrait de la société). Ce qui n'est pas une mauvaise performance pour une PME mise sur orbite voici deux ans seulement. Certes, Novasys n'a pas commencé à zéro. Elle est le fruit de l'essaimage du géant de l'informatique Unisys. Fin 1996, Unisys décidait de renoncer au développement de logiciels pour se recentrer sur son métier de base, la fabrication d'ordinateurs. L'entreprise aurait ainsi baissé pavillon en Romandie.

Un départ qui s'est révélé payant

«Dommage, s'est dit Jean-Claude Mouly, alors responsable de la Suisse romande chez Unisys. Nous étions une bonne équipe, avec de bons produits et des clients satisfaits.» Jean-Claude Mouly décida de regrouper les activités romandes d'Unisys au sein d'une nouvelle société. L'idée de Novasys était née. C'est alors que commença le processus complexe de détachement de la maison mère. Comme se souvient Jean-Claude Mouly : «Il a fallu 284 jours de négociation avant de pouvoir se lancer.»

Le saut dans l'indépendance s'est révélé payant. «Novasys a dégagé un résultat positif dès la première année. Et

nous avons gagné beaucoup de nouveaux clients», explique Jean-Claude Mouly. Cela n'a toutefois pas été simple. Le principal défi a été d'assurer en permanence la liquidité. Car, dès le départ, il y avait quinze salaires à payer. De plus, les rentrées d'argent n'étaient pas régulières. Certains projets nécessitaient une longue phase de développement. D'où l'importance d'une bonne relation avec sa banque, comme le souligne Jean-Claude Mouly : «A l'heure actuelle, une PME a besoin de lignes de crédit.»

Les bonnes relations bancaires deviennent primordiales lorsqu'une PME est en expansion, comme Novasys. L'entreprise a connu un développement soutenu dès le début. Les effectifs sont passés de 15 à 35 employés. De nouveaux domaines, ainsi Internet et Intranet, sont venus s'ajouter aux activités initiales, où la position a été renforcée. Cependant, Jean-Claude Mouly et son équipe ont porté d'emblée leur regard au-delà des frontières. Novasys a réussi son premier coup avec l'Union des Médecins en France, une association regroupant 5 000 médecins et pour laquelle la société a développé un produit pour le traitement des données médicales. Ensuite, des contrats ont été conclus avec onze autres associations

NOVASYS SE PRÉSENTE

L'éditeur de logiciels lausannois Novasys SA est né le 15 juillet 1997 de l'essaimage du géant américain de l'informatique Unisys. Après avoir démarré avec une équipe de quinze collaborateurs, l'entreprise occupe maintenant 35 personnes. Fin 1998, Novasys reprenait la société français ADSM à Annecy, qui est spécialisée dans l'informatique médicale. En avril dernier, elle renforçait sa position dans le domaine Internet/Intranet en intégrant

la société lausannoise Mandanet. Novasys compte aujourd'hui quelque 200 clients, dont plusieurs grandes entreprises, des hôpitaux et des administrations publiques. Elle propose un large éventail de solutions logicielles réparties entre les quatre secteurs d'activité suivants :

– Systèmes d'informations géographiques (SIG) :

Ce secteur génère près de la moitié du chiffre d'affaires de Novasys. La société développe des solutions spéci-

fiques à partir de logiciels standard tels que le système de positionnement par satellites GPS. La société de télécommunications Orange a passé une des commandes les plus récentes, portant sur l'Intranet destiné aux 300 collaborateurs de son centre d'appel. Désormais, l'agent de centre d'appel n'a plus qu'à saisir l'adresse du client qui souhaite connaître la couverture assurée par les antennes radiotéléphoniques d'Orange à son domicile →

françaises intéressées par ce produit. Fin 1998, Novasys prenait réellement pied en France en acquérant l'éditeur de logiciels ADSM à Annecy, une PME spécialisée dans le domaine médical.

C'est alors que Novasys s'est véritablement muée en une PME à vocation internationale, faisant ainsi son entrée dans un club très sélect. En effet, la plupart des PME suisses sont axées sur le marché domestique. Selon le recensement des entreprises effectué en 1995 par l'Office fédéral de la statistique, pas plus de 14% des PME écoulent une partie de leurs produits à l'étranger. Et 3% seulement exportent plus des deux tiers de leur production. «Maintenant que la crise économique est surmontée, de plus en plus de PME s'orienteront à nouveau vers l'étranger», estime toutefois Christian Gut, responsable Financement du commerce et des exportations au CREDIT SUISSE. Au CREDIT SUISSE, justement, les PME gèrèrent tout de même un tiers des revenus réalisés avec la clientèle commerciale internationale. La banque propose un bel éventail d'instruments de couverture. En outre, ses experts en financements commerciaux mettent à la disposition des PME tout leur savoir-faire en matière d'affaires internationales. «En effet, nombre

de PME sont, par essence, peu expérimentées dans la manière de se mouvoir sur les marchés mondiaux», ajoute Christian Gut (voir encadré ci-dessus).

Autres pays, autres règles

Novasys l'a elle aussi appris à ses dépens lors de ses premiers essais en France, reconnaît Jean-Claude Mouly: «Sur le marché hexagonal, les lois ne sont pas les mêmes. Dans les hôpitaux français, les voies de décision sont encore plus longues qu'en Suisse, si bien que les ventes mettent du temps à aboutir. Les besoins sont également différents.» Ainsi, il n'a pas été possible jusqu'ici d'approvisionner à partir de l'Hexagone les marchés suisse et français et de tirer parti des coûts de production plus bas en France. Un autre champ d'action international de Novasys est même au point mort: il y a un

peu plus d'un an, un projet pour la localisation et la gestion des véhicules lors des Jeux olympiques 2000 à Sidney a été adjugé à la société. Or il ne s'est plus rien passé depuis lors.

Jean-Claude Mouly n'est pas du genre à se laisser détourner de ses projets par de telles difficultés. Ce yachtsman amateur maintient résolument le cap sur l'étranger. A son avis, le segment Internet recèle le plus fort potentiel: «Nous proposons dans ce domaine des produits standardisés.» Le jeune entrepreneur ne s'accorde pas de répit. «Dans un domaine où tout est éphémère, nul ne peut se permettre de faire du surplace.» Rien d'étonnant, dans un environnement aussi versatile, que le capitaine lui-même ne soit pas en mesure de dire dans quelles eaux nationales et internationales sa PME naviguera à l'avenir.

AIDE DU CRÉDIT SUISSE POUR SE LANCER DANS L'INTERNATIONAL

Des questions à propos du négoce international? Au CREDIT SUISSE, vous êtes à la bonne adresse. Les huit Trade Finance Service Centers à Genève, Lausanne, Berne, Bâle, Saint-Gall, Zoug, Lugano ou Zurich renseignent les PME sur les solutions proposées pour couvrir les risques inhérents au commerce avec l'étranger. Une hotline gratuite, 0800 880 885, est également à la disposition des entreprises. De plus, la banque organise régulièrement des séminaires de base consacrés aux financements commerciaux (renseignements auprès de Stefan Surber, téléphone 01 332 29 99).

ou à son lieu de travail: une carte routière détaillée apparaît alors en deux secondes à l'écran, avec les indications concernant la couverture offerte aux différents endroits.

– **Santé:** Novasys conçoit, principalement pour les établissements hospitaliers, des solutions informatiques reliant la gestion administrative et les aspects médico-techniques. Ainsi, la société a créé de toutes pièces un logiciel qui permet de réunir dans un dossier les différents

traitements, analyses et ordonnances d'un patient. Lorsque ce dernier quitte l'hôpital, le document de sortie est transmis automatiquement au médecin traitant, qui le reçoit le jour même. Désormais, tous les hôpitaux de Haute-Savoie sont équipés de ce logiciel.

– **Intégration de systèmes:** ce segment recouvre différentes solutions logicielles sur mesure qui n'entrent dans aucune autre catégorie. Les Blanchisseries

Générales LBG SA, une grande société établie à Yverdon et à Montreux, et traitant chaque jour quelque 22 tonnes de linge hospitalier, avaient par exemple besoin d'une telle solution. Novasys a programmé un logiciel qui couple la comptabilité, les commandes et la facturation aux installations de lavage.

– **Internet/Intranet/multimédia:** ce domaine d'activité est celui qui connaît le développement le plus rapide; en effet, Novasys est

de plus en plus souvent appelé à intégrer Internet ou Intranet dans les applications. Outre les solutions spécifiques, la société propose des produits standard. I-Set, un outil modulaire avec lequel le client peut réaliser son propre site Internet sans connaissances informatiques préalables, pourrait devenir un véritable best-seller. Avec la version de luxe, il permet même la création d'un véritable «stand» pour le commerce électronique.



ENTRETIEN AVEC MARIE-HÉLÈNE MIAUTON,
DIRECTRICE DE L'INSTITUT D'OPINION M.I.S. TREND

« CE SONT LES ROMANDS QUI CRAIGNENT LE PLUS LA MONDIALISATION »

ANDREAS THOMANN Cette année, l'étude SOPHIA s'est penchée sur l'attitude des Suisses face à la mondialisation. Quel principal enseignement en tirez-vous ?

MARIE-HÉLÈNE MIAUTON Le sentiment, largement répandu dans la population, que la mondialisation est un phénomène inéluctable. Cependant, j'ai surtout été surprise par la confiance des leaders d'opinion dans l'avenir. Les deux tiers d'entre eux estiment vivre une époque passionnante ; ils n'étaient que 35% à le penser en 1997. Malheureusement, la population dans son ensemble est moins enthousiaste : les optimistes et les pessimistes s'équilibrent.

A.T. A quelles catégories de la population appartiennent ces deux camps ?

M.-H.M. L'étude ne fournit une réponse concrète que pour les leaders d'opinion : en exagérant un peu, on peut dire que les chefs d'entreprise, les partis de droite et les Suisses allemands sont beaucoup plus optimistes que les hommes politiques, la gauche et les Romands.

A.T. D'une manière générale, les résultats traduisent toutefois un grand scepticisme, même sur le plan économique : 41% de la population pense que la Suisse est plutôt mal préparée à affronter le défi mondial tandis que 33% seulement est persuadée du contraire. C'est quand même étonnant.

M.-H.M. En effet, d'autant plus que la Suisse occupe régulièrement les premières places dans les études sur la compétitivité internationale. Or, ni les politiciens ni les médias ne font grand cas de ces résultats. La population n'est pas suffisamment informée. L'impact des nou-

velles concernant les fusions, les licenciements ou le chômage n'en est que plus fort.

A.T. Dans le domaine culturel, les préjugés sont encore plus grands. La majorité des leaders d'opinion interrogés craignent une américanisation de la société. De quoi ont-ils peur exactement ?

M.-H.M. Ils appréhendent une uniformisation des habitudes de vie – culinaires, culturelles ou sociales. Néanmoins, nombre d'entre eux soulignent également les bons côtés de l'« American way of life ». Ces gens sont convaincus que nous devons cultiver nos valeurs afin de contrer certains excès venus d'outre-Atlantique.

A.T. La majorité des personnes interrogées s'attendent par ailleurs à ce que la mondialisation accentue les inégalités au sein de la société. Elles craignent également une augmentation de la criminalité. Face à tant de pessimisme, la confiance des

leaders d'opinion dans l'avenir évoquée en introduction ne manque pas d'étonner.

M.-H.M. En effet, ce constat surprend. Les leaders d'opinion accordent toutefois plus de poids aux aspects positifs : la mondialisation fait aussi souffler un vent nouveau sur notre système, engendre une ouverture extraordinaire sur la planète, permet la confrontation avec d'autres cultures. Et ce phénomène inéluctable nommé mondialisation contraint la Suisse à adapter ses structures et ses mentalités, un changement que les leaders appellent de leurs vœux depuis longtemps.

A.T. L'an dernier, l'étude SOPHIA était consacrée à la cohésion nationale en Suisse. Y a-t-il un lien entre la « barrière de rösti » et l'attitude face à la mondialisation ?

M.-H.M. L'enquête de l'an dernier a montré que les Suisses avaient toujours foi dans le ciment qui unit notre pays. La mondialisation n'a donc pas entraîné une désagrégation rampante.

POUR SOPHIA, LA MONDIALISATION EN LIGNE DE MIRE

L'institut M.I.S. Trend se penche pour la neuvième fois sur l'attitude de la population suisse face à des questions d'actualité. Le CREDIT SUISSE soutient depuis 1998 ce sondage qui porte le nom grec de Sophia, synonyme de sagesse. Cette année, SOPHIA avait la mondialisation en ligne de mire. L'opinion de 353 décideurs issus des milieux de l'économie, de l'administration, de l'éducation, de la politique et de la culture a été recueillie en avril dernier au moyen d'un questionnaire. De plus, les enquêteurs ont interrogé un échantillon représentatif de la population. Marie-Hélène Miauton, qui dirige M.I.S. Trend, a présenté les résultats le 28 septembre dans le cadre de « Perspectives », une manifestation du CREDIT SUISSE à l'intention de la clientèle commerciale romande. L'étude SOPHIA peut être obtenue en français ou en allemand auprès de : M.I.S. Trend SA, Pont Bessièrès 2, 1005 Lausanne, téléphone 021 320 95 03.



BRISE-GLACE

DES RYTHMES ET UNE MUSIQUE D'AILLEURS POUR RÉCHAUFFER LE CŒUR

PAR MARIANNE BERNA

C'était l'âge d'or des années 50. Pour faire chic, on arbo-rait au bord du lac un sac bleu marqué « Swissair », on sirotait un Martini devant une table haricot, on prenait son « lunch » au « tea-room », où l'on dégustait un riz casimir, et à Noël, on mangeait de l'ananas au dessert. On se sentait suprêmement cosmo-polite. Côté musique, le gramophone portatif distillait les airs languissants de Harry Belafonte, « Banana Boat » et « Island in the Sun » – la bande-son du nouveau citoyen du monde, les signes avant-coureurs de la « world music ».

Depuis toujours nous mangeons des pommes de terre, sans penser qu'elles

sont originaires du Pérou ; il y a belle lurette que nous téléphonons à Johannesburg ; et aujourd'hui, des informations venant du monde entier s'affichent en quelques secondes à l'écran. Nous portons des sous-vêtements fabriqués en Egypte et utilisons des logiciels programmés en Inde, mais nos esprits, nos cœurs et nos sens ignorent tout de ces régions du monde qui nous restent totalement étrangères.

L'électronique grand public a donné des dimensions nouvelles et réellement planétaires à la musique qui, mieux que tout autre véhicule, peut transmettre une ambiance, des sensations et des idées. Grâce à la radio, au gramophone et à tous les médias

modernes qui se sont développés ensuite, la musique a connu non seulement une diffusion extraordinaire, mais aussi des métamorphoses fondamentales. Il est évident que pour les musiciens ou les compositeurs, chanter une chanson à une kermesse ou dans une église et atteindre des millions d'auditeurs par la radio sont deux choses totalement différentes. Il faut aussi se rendre compte qu'un microphone peut hisser à la plus grande notoriété une voix en elle-même si faible que personne ne l'entendrait sans cette béquille technique. Cela signifie que le travail de la voix et le « métier » au sens classique ont quasiment disparu. Autre évolution qui s'est révélée essentielle : les influences qu'exercent les uns sur les

autres des styles qui, par le seul contact personnel, ne se seraient jamais rencontrés.

Naturellement, les populations se sont toujours déplacées, entraînant un brassage de leurs musiques. L'écosaise et la polka, comme leur nom l'indique, ne sont certainement pas nées en Suisse. Et l'on sait que les styles populaires américains, du dixie à la samba, proviennent essentiellement de musiques africaines auxquelles les esclaves importés restaient profondément attachés. Mais les médias électroniques ont décuplé, accéléré et influencé ces développements anciens à leur manière.

Prenons par exemple la rumba. C'est surtout en Afrique que ce style se nomme ainsi. A Cuba, sa

«terre d'origine», on lui donnerait plutôt le nom de «son», qui désigne un genre dont la rumba n'est qu'une sous-catégorie assez insignifiante. «Terre d'origine» entre guillemets, parce que la population autochtone de Cuba était déjà exterminée cent ans après Christophe Colomb et que la musique cubaine a de toute façon été importée par des immigrés, venus pour la plupart d'Afrique. Le reste venait d'Europe, plus particulièrement d'Espagne. Les Espagnols, étant les maîtres, avaient un impact dominant sur la scène musicale cubaine.

Mais les esclaves d'origine africaine, qui constituaient la grande majorité de la population, ont dans l'ensemble imposé leurs idées complexes et fort vitales de la musique. De fait, il existe à Cuba, comme à Haïti et au Brésil, des îlots culturels, notamment des cultes religieux, où les cérémoniaux africains ont subsisté, langues comprises, sous une forme disparue en Afrique depuis longtemps.

C'est donc à partir d'éléments africains et espagnols que se sont développés à Cuba le «son» et donc la rumba, parmi d'innombrables



AFRICANDO

autres musiques. Lorsque, au début du siècle, les premiers gramophones apparurent dans l'Afrique colonisée de fraîche date, la nouvelle élite «indigène» se rua sur cette conquête de la civilisation. Car en Afrique la musique est au cœur de la vie. Et de Dar-es-Salaam à Dakar, la rumba devint le genre préféré de ces Africains enchantés de leur bel équipement moderne. D'une certaine manière, la musique cubaine était suffisamment «nouvelle» et exotique pour plaire aux élites. Parallèlement, l'Afrique reconnaissait ses propres racines, qui lui facilitaient l'accès à l'exotisme. C'est ainsi qu'à partir des années 30, des générations entières d'Africains ont dansé aux rythmes d'orchestres cubains, qui aimaient à faire des tournées fréquentes en Afrique, rencontrant un immense succès. Les idées d'indépendance amenèrent les Africains à s'essayer eux-mêmes à la rumba. Au début des années 50, les premiers instruments électriques pénétrèrent en



SAM MANGWANA

Afrique, où des musiciens très talentueux se mirent à créer une musique pop moderne à partir de leurs traditions ancestrales et de la vieille rumba métissée. On commença par chanter en espagnol, mais le schéma de la rumba s'enrichit bientôt d'éléments locaux de plus en plus nombreux, puis d'autres courants tels que le rock, le jazz ou la musique indienne très présente en Afrique orientale. Aujourd'hui, la musique populaire africaine se présente comme une vaste mosaïque dont des pans entiers proviennent en ligne directe du «son» cubain. Mais ce dernier a été presque partout si typiquement «intégré» qu'il n'est perceptible que par les connaisseurs ; par contre, les origines immédiates sont souvent clairement identifiables.

On a observé plus tard une évolution semblable pour le calypso, qui a laissé des traces dans la région dite «Côte-de-l'Or». Puis sont apparus le soul et le funk (après



PAPA WEMBA

la tournée africaine de James Brown en 1968) ; le reggae est revenu de la Jamaïque, le zouk des Antilles françaises, et de nos jours la jeunesse africaine s'adonne avec fougue au rap, souvent dans les plus pures traditions.

Dans le cas de la rumba, les Africains ont acquis une fabuleuse maîtrise et créé leurs propres variantes, celles-ci étant si fantastiques qu'elles ont de nouveau été reprises par l'Amérique. Le célèbre Latino Juan Luis Guerra, originaire de la République dominicaine, a par exemple engagé il y a cinq ans le grand guitariste congolais Dibo Dibala, qui lui a aussitôt composé plusieurs super-hits en les animant de son jeu inimitable. Mais le plus beau mariage transatlantique a eu lieu il y a un an : l'Orquesta Aragón, très honorable formation cubaine de vétérans, a sorti un rumba-song en wolof ! Le wolof est la langue principale du Sénégal, où la rumba était, il y a des décennies, encore plus populaire que dans le reste de l'Afrique et où elle connaît depuis quelques années un réel renouveau.

Parmi les principaux acteurs de ce renouveau : le groupe Africando, composé



MARIANNE BERNA EST JOURNALISTE MUSICALE ET TRAVAILLE NOTAMMENT POUR RADIO DRS

«UNE MUSIQUE À LAQUELLE LES ESCLAVES RESTAIENT ATTACHÉS»



de quelques chanteurs sénégalais chevronnés, avec des salseros venant d'autres régions de l'Afrique occidentale et de New York. Dans leur répertoire, quelques classiques cubains comme «El Carretero», mais surtout de nouveaux morceaux de ce rumba-swing typiquement sénégalais porté à la perfection par les musiciens de Dakar dans les années 60 et 70. Un peu plus tard, ils en ont fait le «mbalach», devenu aujourd'hui la musique pop sénégalaise par excellence. Le fait que l'ensemble Africando et la chanson «Yaye Boy» aient fait un tabac non seulement en Afrique occidentale et dans les milieux de la world music, mais aussi chez les salseros «authentiques», c'est-à-dire en Amérique latine, et chez les Latinos aux Etats-Unis est déjà assez remarquable. Ce qui émanait autrefois d'Afrique avait été recyclé à Cuba, était retourné en Afrique pour y reflorir et revenait finalement en Amérique. Mais l'Orquesta Aragón cubain couronna ces allées et venues en prenant «Yaye Boy» dans son répertoire et en le chantant en wolof, sa langue ouest-africaine d'origine.

L'histoire de la musique – comme celle de l'humanité – est pleine d'épisodes éton-

nants de ce genre. Mais il y a peu de temps encore, seuls les ethnomusicologues s'y intéressaient. Il est vrai qu'une expérience très personnelle, une sorte de clé, est nécessaire pour éveiller nos sens à des univers musicaux différents.

Beaucoup découvriront cette clé lors d'un voyage dans un pays du tiers-monde. Une fois ou l'autre, on atterrit plus ou moins par hasard aux Caraïbes, au Zimbabwe ou aux îles du Cap-Vert, où le paysage vibre aux rythmes de la musique salsa, mbira ou coladera diffusée jour et nuit. Et si l'on n'est pas conquis sur place, le coup de foudre vient souvent par la suite, encore plus violent. D'autres, après des décennies, trouvent la musique pop occidentale ennuyeuse, le jazz trop cérébral, et la musique classique européenne surannée, et se retrouvent dans un coin quelconque du monde musical ou de la world music. Car il faut bien le reconnaître : comparée au reste de l'univers – de l'Inde à l'Amérique latine en passant par l'Afrique –,

la musique occidentale est plus que primitive, surtout du point de vue rythmique. Un, deux, trois, quatre, et on reprend tous ensemble : on se demande pourquoi les Européens demeurent à ce niveau, déjà largement dépassé par les enfants un peu plus au sud ou à l'est. La polyrythmie ouvre des dimensions toutes nouvelles, au niveau musical, mais aussi sur les plans spirituel, social et naturellement corporel. Chacun joue à son propre rythme, et même souvent à des rythmes différents avec diverses parties du corps ; il s'intègre ainsi à l'ensemble et le stimule par cet apport personnel. Mon premier maître de danse et de percussion, le Congolais Lucky Zebila, parlait de «l'intelligence du corps». Il est vrai que le corps vibre sur de nombreux rythmes simultanément et en fait un ensemble harmonieux.

Certains accèdent à la world music par des voies spirituelles. Les chants à sons harmoniques de l'Asie centrale, par exemple, peuvent provoquer des transports extatiques. Que des voix comme celles du défunt maître soufi Nusrat Fateh Ali Khan suscitent la même

admiration en Occident qu'au Pakistan, pays natal de ce chanteur, n'étonne que ceux qui n'ont jamais entendu Nusrat.

Malgré son vaste public, le marché de la world music n'est pas illimité. Il peut être très lucratif, cela ne fait aucun doute. En général, le public indigène de chacun des genres écoute lui-même énormément de musique, particulièrement dans les pays du tiers-monde. A cela s'ajoutent certains phénomènes comme celui de la rumba en Afrique, sans parler de la Jamaïque, où la musique reggae, exportée dans le monde entier, est la deuxième source de devises. Sur ces vastes marchés, le gros problème est la piraterie. Dans les pays en développement, il n'y a pratiquement pas de droits d'auteur, et quand il y en a, personne ne s'en préoccupe. Les pirates peuvent donc en toute liberté s'enrichir aux dépens des musiciens et des sociétés de production. Si Alpha Blondy vend 1 000 nouveaux albums sous licence en Afrique de l'Ouest, il s'en vendra dans le même temps 100 000 copies piratées qui ne rapporteront pas un centime à Blondy ni à la société produisant ses disques.

BULLETIN | ONLINE

POUR PLUS D'INFORMATIONS SUR LA WORLD MUSIC : WWW.CREDIT-SUISSE.CH/BULLETIN

L'effondrement des économies étatiques de l'Est a encore aggravé le problème, et les producteurs de disques, petits et grands, luttent aujourd'hui sur tous les fronts contre ce vol pur et simple. On ne sait trop ce que réserve l'avenir. Pour le moment, le problème de la diffusion de musique par Internet mérite une attention prioritaire, car la distribution gratuite institutionnalisée est déjà en route (que l'on songe au MP3).

La mondialisation est aujourd'hui le terme le plus éculé qui soit. Elle suppose

que tous les problèmes du monde soient mis au jour; on m'inonde déjà d'«informations» en téraoctets, qui ne me servent pas à grand-chose. Le «village global» n'est concevable que s'il a une dimension qui parle aux sens. La bande-son d'un grand film indien, les chants des adversaires de l'apartheid, ceux des femmes qui stimulent les lutteurs sénégalais, ou le romantisme hors-la-loi des formations mexicaines et colombiennes qui glorifient les patrons locaux de la drogue – tout cela en dit plus que tous les téraoctets.

DISQUAIRES OÙ TROUVER LA WORLD MUSIC

- Tropicana, Hohlstr. 52, 8004 Zurich, 01 242 95 61
- Haissam Music, musique arabe, Fabrikstr. 21, 8005 Zurich, 01 273 73 03
- Comedia, livres et CD, Katherinengasse 20, 9004 Saint-Gall, 071 245 80 08
- Be-Bop, Spitalgasse 36, 3001 Berne, 031 381 84 23
- Afrikana, rue de Berne 20, 1201 Genève, 022 731 74 82
- Musik-Forum Kantor, Weggisgasse 28, 6004 Lucerne, 041 410 34 80
- FNAC, 54, rue du Sauvage, Mulhouse, 0033 89 56 33 54

TROIS ADRESSES POUR LES FOUINEURS

- Comedia, livres et CD, Katharinengasse 20, 9004 Saint-Gall, 071 245 80 08
- World Music Network, 6 Abbeville Mews, 88 Clapham Park Road, Londres SW4 7BX, UK, post@worldmusic.net
- www.Worldmusicland.com

Le CREDIT SUISSE invite souvent de grands artistes world à se produire sur les scènes suisses. A ne pas manquer:

Credit Suisse World Series: Sapho, 15.04.2000, Zurich;

Habib Koité, 13.05.2000, Zurich

Weltmusikwelt: ensemble Sivan Perwer, 10.02.2000, Zurich;

Madamax, 29.02.2000, Zurich; Alim Qasimov,

22.03.2000, Zurich; Barden der Steppe, 04.05.2000, Zurich;

Camane et Ana Sofia Varela, 22.05.2000, Zurich

LES SUGGESTIONS DE MARIANNE BERNA

En route pour les vacances:

«Afro-Latino», Putumayo. Album riche de nombreux succès de rumba africaine.

Pour les moments de recueillement:

Nusrat Fateh Ali Khan & Michael Brook «Night Song» (Pakistan, 1996). Nusrat avait le don de combiner le soufi-qawwal religieux avec les méthodes de production occidentales.

Pour les jours de blues:

Cesaria Evora «Café Atlantico» (Cap-Vert, 1999). Nul autre que «Cize» n'a chanté d'une manière à la fois si ingénue et si raffinée, et sa musique où se retrouvent le Portugal, le Brésil, l'Afrique et Cuba a le goût de miel...

Pour se distraire du quotidien:

Kali «Débranché» (Antilles françaises, 1995). Kali chante le reggae en français, joue du banjo et pétille de charme, d'esprit et de musicalité.

Pour les occasions spéciales:

Sam Mangwana «Galo Negro» (Congo-Angola, 1997). Vétéran chevronné des ensembles les plus célèbres, dans cet album une fois de plus chanteur-auteur des sons subtils – rien à voir avec l'ambiance des pistes de danse. Superbe accordéon.

Pour aller au travail:

Alpha Blondy «the best of» (Côte d'Ivoire). Meilleur reggaeman d'Afrique depuis 1983 – avec une série de chansons triées sur le volet. Irrésistible.

Après un bon repas:

Sierra Maestra «Tibiri Tabara» (Cuba, 1997). Le plus pur «son» cubain actuel. Sur scène un des meilleurs ensembles du monde, sur disque on ne s'en lasse pas.

En joyeuse société:

Viva la Musica & Papa Wemba «Nouvelle Ecriture» (Congo RDC, 1997). Cette musique a aidé les Congolais à survivre à trente-cinq ans de dictature corrompue, et Wemba en est le génie. Ici dans la version africaine beaucoup plus savoureuse (il joue aussi sur des CD en «européen»).

Pour une soirée exotico-érotique:

Rachid Taha «Diwân» (Algérie-France, 1998). Ce Franco-Algérien de la deuxième génération rend un superbe hommage à ses ancêtres musicaux.

Pour un tête-à-tête:

Habib Koité «Ma Ya», Contre-Jour CJ003 (Mali, 1998). Bien ancré dans la riche tradition du Mali, Koité y ajoute de nouvelles dimensions. Guitare sublime, belles chansons, petite formation de qualité.

AGENDA

MANIFESTATIONS SPORTIVES DU CREDIT SUISSE

JANVIER

- 27.1–4.2 Championnats du monde de ski pour handicapés Handi 2000, ski alpin et ski nordique, Crans-Montana/Anzère
- 21 CREDIT SUISSE Coupe de course d'orientation, Berne

FÉVRIER

- 3–6 CSI Zurich, concours de saut, Zurich (en salle)

MANIFESTATIONS CULTURELLES DU CREDIT SUISSE

JANVIER

- 12 Jazz Recital, Al Di Meola – Dino Saluzzi Duo, Zurich
- 13 Jazz Classics Ticino, Al Di Meola – Dino Saluzzi Duo, Lugano
- 18 Jazz Classics Lucerne, Count Basie Orchestra, Lucerne
- 20 Jazz Classics Lausanne, Diana Krall Quartet, Lausanne
- 21 Jazz Classics Zurich, Diana Krall Quartet, Zurich

FÉVRIER

- 1^{er} Körper + Kleid, défilé de mode réalisé par la classe Mode & Design de l'école d'arts appliqués de Bâle
- 10 Weltmusikwelt, ensemble Sivan Perwer, Zurich
- 11 Jazz Classics Lausanne, Brad Mehldau Trio/Thierry Lang Trio, Lausanne
- 14 Jazz Classics Ticino, Brad Mehldau Trio, Bellinzona

« NOUS NE SOMMES PAS DES HANDICAPÉS, MAIS DES SPORTIFS DE HAUT NIVEAU »

Le sport pour handicapés est sorti de l'ombre. Il ne se réduit plus à l'activité physique de personnes qui veulent soulager leur douleur. « Nous ne sommes pas des handicapés qui font du sport, mais des athlètes qui suivent un entraînement de professionnels », souligne Jacques Blanc, originaire du Valais, plusieurs fois médaillé olympique et champion du monde

de ski alpin. Il est aussi l'entraîneur de Wendi Eberle, paraplégique, qui remporta la médaille d'or en descente aux Jeux paralympiques de Lillehammer en 1994 et celle d'argent aux championnats du monde de slalom à Lech en 1996. A près de 44 ans, Wendi Eberle a de grandes ambitions pour les prochains championnats du monde : « Il faut que je décroche une



médaille ! » Il veut absolument remonter sur le podium, après avoir vu s'envoler ses rêves de médaille en 1998, lors des Jeux paralympiques de Nagano, suite à une chute brutale en descente. Loin d'avoir peur d'autres accidents graves à des vitesses atteignant les 100 km/h, l'ancien agriculteur commente sa participation aux championnats du monde «Handi-Ski 2000» par ces mots : «On pourrait croire que le sport de haut niveau n'est plus de mon âge.» Mais Wendi Eberle dispose de l'équipement nécessaire

à de hautes performances : assis sur un ski doté d'un système amortisseur, il en dirige le mouvement avec le thorax et répartit ainsi les efforts physiques.

«En fait, j'ai l'impression d'avoir vingt ans», dit Wendi Eberle qui, en hiver, s'entraîne en partie seul. Depuis le mois de septembre, il participe en outre deux fois par mois à un entraînement de quatre jours avec son équipe. Entre le ski, la mise en condition et la théorie, ce sont facilement douze heures de travail par jour. Mais c'est aussi l'occasion de rencontres intéressantes, par exemple avec des grands comme Michael von Grünigen, de l'équipe nationale de ski alpin. «Pleins d'admiration mutuelle, nous apprenons l'un de l'autre», ajoute Wendi Eberle, qui se sent parfaitement intégré dans sa discipline.

Les sixièmes championnats du monde de ski pour handicapés auront lieu du 27 janvier au 4 février 2000 à Anzère et à Crans-Montana. Les épreuves de ski alpin (huit courses) se dérouleront à Anzère, et celles de ski nordique (16 courses) à Crans-Montana. Pour plus d'informations, s'adresser au comité d'organisation Handi-Ski 2000, avenue Ritz 31, case postale 2085, 1951 Sion 2 Nord, téléphone 027 321 20 00.

Avec le soutien de la Fondation du Jubilé du CREDIT SUISSE GROUP.

Mais où puise-t-il la force de réaliser de telles performances ? «C'est une question de volonté et d'objectifs. Sans le sport, je serais réduit à néant. Le mouvement, c'est toute ma vie.» Il n'hésite pas à aller vers les gens, qui l'acceptent tout aussi spontanément, comme un homme qui se fond dans la société et oublie son fauteuil roulant. «A mon avis, rien n'est impossible, et quand on ne peut pas faire quelque chose, il y a toujours quelqu'un pour vous aider», précise-t-il. Il met beaucoup d'espoir dans les championnats «Handi-Ski

2000», d'autant qu'ils se dérouleront en Suisse. Si Wendi Eberle décroche une médaille – et pourquoi pas en or ? –, il revivra peut-être les instants de bonheur qu'il avait connus en 1994, lorsque plus de 3000 personnes l'attendaient à son retour de compétition. «Cela m'avait profondément touché. Je me suis alors vraiment senti comme un champion, même dans mon fauteuil roulant.»

TEXTE : RENÉ MAIER

BULLETIN

Editeur

CREDIT SUISSE, case postale 100, 8070 Zurich, tél. 01 333 11 11, fax 01 332 55 55

Rédaction

Christian Pfister (direction), Andreas Thomann, Rosmarie Gerber
BULLETIN-online : Lukas Egli, Thomas Hauser, Thomas Ströhla, Daniele Carrozza
Secrétariat de rédaction : Rosmarie Schultheiss, tél. 01 333 73 94, fax 01 333 64 04, adresse e-mail : bulletin@credit-suisse.ch, Internet : www.credit-suisse.ch/bulletin

Réalisation

www.arnolddesign.ch : Urs Arnold, Karin Bolliger, Adrian Goepel, Lukas Huggenberg, Annegret Jucker, Alice Kälin, Muriel Lässer, Esther Rieser, Bea Freihofer-Neresheimer (assistante)

Adaptation française

Anne Civel, Michèle Perrier, Nathalie Lamgadar, Sandrine Carret, Gaëlle Madelrieux

Photographie

Pia Zanetti (titre, pp. 9–21, 29, 54–56, 58, 59 en bas), Isabelle Truninger (p. 4), Thomas Schuppisser (pp. 22, 42–46), Mathias Hofstetter (p. 3), Robert Huber, Lookat (pp. 50–53), Akwa Betote (pp. 59, 60), Olivier Vogelsang (p. 64), Iris Ritter (pp. 62, 63), Esther Rieser (pp. 2, 67), PhotoDisc (pp. 26, 30–33, 35, 36), Keystone Press (pp. 39–41)

Annonces

Caviezel.Senn, Walter Caviezel, 8824 Schönenberg, tél. 01 788 23 00

Lithographie/impression

NZZ Fretz AG / Zollikofer AG

Commission de rédaction

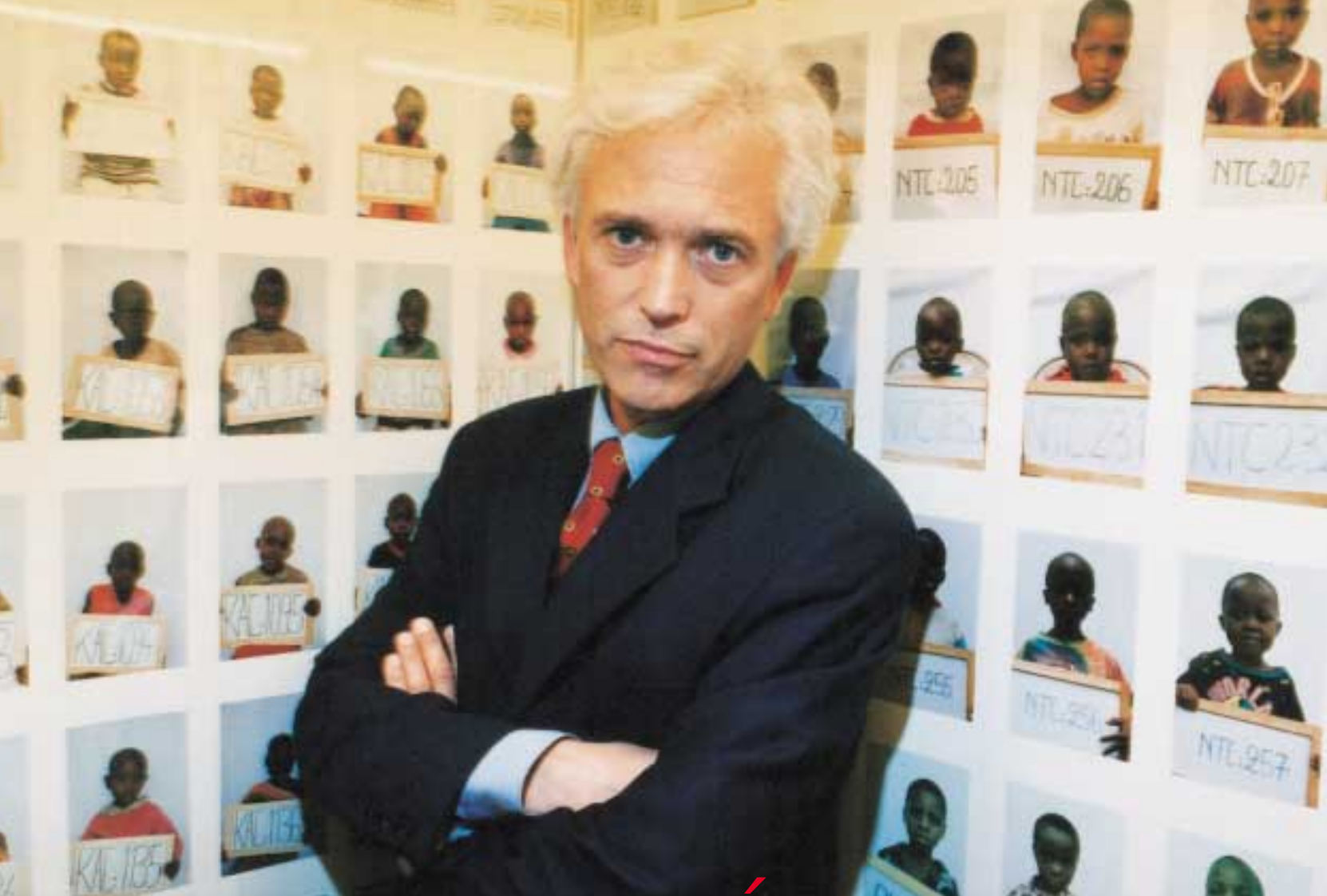
Daniel Mollet (Communication d'entreprise), Ruth Stadelmann (Relations médias), Fritz Stahel (Economic Research), Samuel Holzach (Marketing Services)

Paraît six fois par an en français et en allemand (105^e année). Reproduction autorisée avec la mention «Extrait du BULLETIN du CREDIT SUISSE».

Changements d'adresse

Les changements d'adresse doivent être envoyés par écrit, en joignant l'enveloppe d'expédition, à votre succursale du CREDIT SUISSE ou au CREDIT SUISSE, CISF 14, case postale 100, 8070 Zurich.





ESPOIR ET RÉFLEXION

MUSÉE INTERNATIONAL DE LA CROIX-ROUGE ET DU CROISSANT-ROUGE, GENÈVE

TEXTE: CHANTAL-ANNE JACOT

A Genève, après onze ans d'existence, le Musée international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge fait peau neuve. Nouveau directeur, nouvel espace, nouvelle philosophie. La Fondation du Jubilé du CREDIT SUISSE GROUP a été séduite par la demande de soutien d'un musée à la pointe de l'humanitaire, sou-

cieux de la sensibilité de chacun d'entre nous.

Le regard profond, le style soutenu, l'assurance du langage font de Roger Mayou, directeur du MICR depuis une année, un homme décidé, déterminé, qui sait s'imposer. Etudes de lettres et d'histoire de l'art avec à l'appui un mémoire sur le Body Art,

Roger Mayou décroche en 1980 un poste de conservateur adjoint au Musée d'art et d'histoire de Fribourg. Dès 1989, une grande banque lui propose un poste de conseiller artistique. Une sérieuse collaboration durant laquelle il sera responsable des collections et des commandes artistiques pour la Suisse romande et conseiller pour le sponsor culturel. D'autres mandats lui sourient également durant cette période, tel celui de maître de conférence et guide-conférencier à l'Institut Français d'Art de Paris et Genève. De

fait, il devient rapidement un gestionnaire culturel reconnu de tous. En 1998, le Conseil de fondation du MICR cherchait un directeur dont le métier était de gérer un musée. Il l'a trouvé en la personnalité charismatique de Roger Mayou.

Un projet d'envergure

Dès son entrée en fonction, Roger Mayou veut faire souffler un air frais sur le MICR et pense à la création d'un nouvel espace comprenant plusieurs modules, une aire d'information et un café animé sur le plan du multimédia. Pour concrétiser ses

idées naissantes, il lui faut un sponsor de taille pouvant assurer un soutien financier... de taille également ! Il décide de démarcher auprès de la Fondation du Jubilé du CREDIT SUISSE GROUP et présente un projet significatif basé sur l'espoir, la réflexion, qui montre la réponse de la Croix-Rouge à notre monde difficile sans pour autant porter de jugement. Persuasif, il a gain de cause et obtient le soutien escompté et l'intéressante somme de 1 million de francs.

«Chacun est responsable de tout devant tous»...

... écrivait Dostoïevski. Cette phrase accueille les visiteurs du MICR et rappelle le caractère universel de l'humanité. Dans un monde pressé par la technologie, les bouleversements politiques, sociaux et culturels, l'homme est capable du pire comme du meilleur. Dans un nouvel espace, le onzième, inauguré en octobre dernier, le MICR a choisi de montrer l'actualité, mais en se plaçant au niveau de la victime plutôt qu'à celui de l'institution. Adieu images dures, atroces et cruelles ! Place à la réflexion et non au spectaculaire ou au voyeurisme ! Roger Mayou insiste sur ces aspects et précise qu'il souhaite accompagner le visiteur non seulement dans un musée réaliste mais aussi sur le terrain. Là résident désormais l'innovation et la différence.

Intitulé simplement «Espace 11 – Aujourd'hui», ce lieu nouveau, composé de cinq modules propices à l'émotion,

joue sur la lumière, les matériaux et les images : «Surmonter» les secours en cas de catastrophes, «Améliorer» les programmes sociaux, «Réhabiliter» l'aide aux victimes des mines, «Protéger» les interventions en faveur des prisonniers et «Relier» les familles séparées par la guerre en sont les thèmes représentatifs et importants. Avant de créer cet espace et pour mieux imaginer sa scénographie, Roger Mayou a mis le projet au concours. Alexandra Gübeli et Yves Milani, architectes zurichois, le remportent. Ils ont saisi avec originalité les cinq domaines d'intervention et ont marié avec succès sobriété, transparence, clarté et couleurs. Roger Mayou voulait soigner les ambiances par un travail particulier sur les surfaces, les luminosités, les contre-jours, les pénombres afin d'éveiller en chaque visiteur l'envie de voir et de mieux comprendre. Le but : s'arrêter sur le point de vue de la victime qui se demande intérieurement : «Qu'est-ce que je reçois, qu'est-ce que l'institution fait pour moi ?»

A la découverte de temps forts

En visitant le MICR et l'«Espace 11 – Aujourd'hui», certaines personnes ressentiront le besoin de s'asseoir pour réfléchir en toute quiétude. Une «Aire d'information» les attend et leur donne la possibilité de regarder un écran diffusant en permanence les dernières nouvelles du Comité

international de la Croix-Rouge et du terrain préparées par le site Web réservé aux organisations humanitaires de la Fondation Reuters.

Moderne et souple, le MICR offre au jeune public, soit la moitié des visiteurs, la possibilité de s'arrêter au «Café Dunant», endroit de détente dans lequel il peut approfondir ses connaissances d'une manière interactive et ludique par des consultations multimédia.

Roger Mayou se décrit comme étant autoritaire, pointilleux, exigeant. Il est fier de travailler avec une équipe solide de douze collaborateurs, dont un conservateur, ethnologue de formation, Philippe Mathez. En moins d'une année Roger Mayou s'est aussi entouré d'hommes et de femmes de terrain, expérimentés, qui lui ont permis de réaliser un pari presque fou : «Espace 11 – Aujourd'hui» ! Lorsque vous lui demandez : «A l'avenir, quelle sera la ligne

du MICR ? », Roger Mayou émet un vœu prometteur : faire de ce musée un vrai musée, un instrument scientifique qui présente le patrimoine universel de la Croix-Rouge, mais pas dans le sens d'une vitrine. Il faut que le public connaisse la manière dont la Croix-Rouge intervient dans les conflits grâce à l'aide de délégués, de médecins, d'infirmières et d'employés locaux, pour ne citer que quelques-uns des métiers humanitaires.

Comme le dit si justement Roger Mayou : «Il nous semble important de garder à l'esprit l'idée de la Croix-Rouge, alors que la nécessité de l'action humanitaire est plus évidente que jamais ». N'oubliez pas de vous arrêter au MICR et n'ayez crainte, vous ne serez pas confrontés à la souffrance humaine de manière cruelle. Bien au contraire, vous serez spectateurs de multiples témoignages, sans cris ni larmes.

UNE FONDATION ATTENTIVE A L'HUMANITAIRE

La Fondation du Jubilé du CREDIT SUISSE GROUP a été créée en 1981 à l'occasion du 125^e anniversaire du «Crédit Suisse», et dotée d'un capital de 10 millions de francs suisses. En 1998, elle a fusionné avec la Fondation du Centenaire de la Banque Populaire Suisse, constituée en 1969. La Fondation du Jubilé du CREDIT SUISSE GROUP dispose aujourd'hui d'un capital de 50 millions de francs environ. Conformément à ses statuts, elle s'engage – en complément des tâches de l'Etat – en faveur du bien-être social tout en promouvant la culture et la science.

**Musée international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, 17, avenue de la Paix – 1202 Genève
Site : www.micr.org
Téléphone +41 22 748 95 11, fax +41 22 748 95 28
10 heures – 17 heures. Fermé le mardi.**

« L'INFORMATIQUE BANCAIRE A BESOIN D'UNE VISION D'AVENIR ALLIANT LA CONSISTANCE ET LA SOUPLESSE »

BRUNO BONATI,
MEMBRE DU DIRECTOIRE
DU CREDIT SUISSE



La banque de détail s'est transformée en un secteur qui doit surtout traiter des informations. Le succès d'une banque dépend donc plus que jamais de la qualité de son informatique. Compte tenu des adaptations constantes apportées aux structures de l'entreprise, mais aussi des différentes acquisitions, l'architecture informatique du CREDIT SUISSE est devenue plus complexe. L'éventail des possibilités techniques est en effet très ouvert à l'heure actuelle, et les besoins des clients évoluent toujours plus rapidement.

Quels sont alors, dans un environnement éminemment mouvant, les principes directeurs présidant au développement de ce système sophistiqué, qui joue pour la banque un rôle prépondérant ?

L'informatique a fourni au cours des ans une grande richesse de fonctionnalités. Il importe de protéger ces investissements et de les conserver aussi longtemps que possible en générant de la valeur. D'un autre côté, les affaires exigent de l'informatique des fonctionnalités toujours plus rapides et plus étendues. Les contraintes qui s'imposent pour répondre à ces exigences sont moins liées à l'argent qu'au

nombre restreint de spécialistes sur le marché informatique. Et nous ne sommes pas les seuls avec ce souci : sur dix informaticiens recherchés en Europe, seuls sept sont disponibles sur le marché ; ainsi, nombre de projets ne sont pas réalisés en raison de la pénurie de ressources.

La forte dépendance de la banque à l'égard de l'informatique exige que le risque soit minimisé lors du renouvellement des systèmes. En fait, les travaux de rénovation nécessaires sur l'informatique posent un défi que l'on peut illustrer ainsi : notre mission est d'opérer un sportif en pleine course sans que celui-ci quitte la piste ou réduise son rythme.

Pour protéger les investissements réalisés, notre équipe doit adapter les systèmes existants et assurer leur compatibilité future : la conception des logiciels et des matériels doit correspondre de façon optimale aux technologies et fonctionnalités nouvelles. Ce faisant, nous veillons à réduire la complexité afin de permettre l'extension rapide et adéquate de l'informatique actuelle.

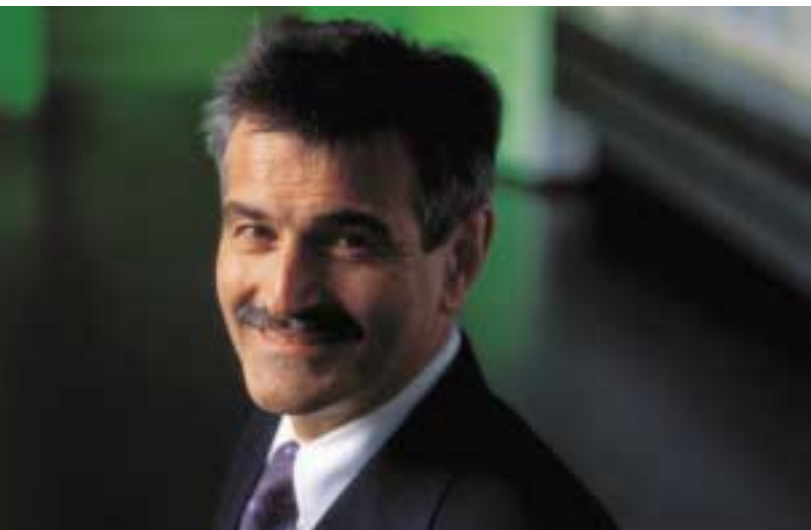
Le problème est différent en relation avec la clientèle : le goût du risque est demandé dans l'utilisation des nouvelles technologies destinées aux clients. En ce qui concerne les attentes de ces derniers vis-à-vis d'une banque à l'avenir, de nombreuses possibilités se présentent. La

banque sur Internet fonctionnera-t-elle par le biais de téléphones mobiles ou par celui d'agendas électroniques ? Un système de paiements va-t-il s'établir sur Internet ? Si oui, la préférence ira-t-elle à e-cash, à la carte de crédit, ou encore à l'un des quelque cent systèmes possibles ? Quand et comment le téléviseur sera-t-il utilisé comme interface bancaire par nos clients ? Par quels canaux de télécommunications – ligne téléphonique, ligne électrique ou télévision par câble – l'utilisateur communiquera-t-il à l'avenir avec la banque ?

Personne ne peut apporter de réponse définitive à ces questions. Néanmoins, les options stratégiques ne peuvent être remises aux calendes grecques. Les décisions ne peuvent attendre. C'est ainsi que notre entreprise est elle aussi obligée d'investir dans des technologies et des alliances qui se révéleront peut-être dans quelques mois comme une voie sans issue. Il faut du courage pour se lancer dans une direction sans savoir exactement où se trouve le but.

Le défi de la stratégie informatique réside dans l'antagonisme entre le souci de minimiser le risque et le goût du risque – c'est-à-dire entre une progression au pas sur une voie bien balisée et une progression « en éventail », aux options aléatoires. Sur quoi vient se greffer un autre défi, à savoir celui de donner à plusieurs centaines d'informaticiens internes et aux collègues des services spécialisés la certitude d'être sur la bonne voie.

Pour être pleinement opérationnelle, la banque a besoin de sa propre vision de l'avenir et d'un projet stratégique alliant la consistance et la souplesse, l'adaptabilité situationnelle et la perspicacité.





À CHACUN SES SOUCIS : LES BOURSIERS ONT LA CRISE ASIATIQUE,
LES RESPONSABLES DE GARDERIES, LES PETITES FURIES.
GARDERIE DU CREDIT SUISSE, ZURICH-UETLIHOF, 22 NOVEMBRE, 11 H 05.

Avec le Credit Suisse, entrez dans le nouveau millénaire en toute confiance.

Pour nous, le **changement de millénaire** revêt la même importance que tout ce qui touche à vos finances. Profitez de la compétence d'un leader mondial qui sait voir loin: contactez-nous au numéro **00800 8003 0000** ou sur notre site **www.cspb.com**



McGANN-ERICKSON