

bulletin

Le magazine du Credit Suisse | www.credit-suisse.com/bulletin | N° 6 | Décembre 2003/janvier 2004

Baromètre des préoccupations 2003

**Le chômage empêche
les Suisses de dormir**

Perspectives économiques

**Ce que la nouvelle année
nous réserve**

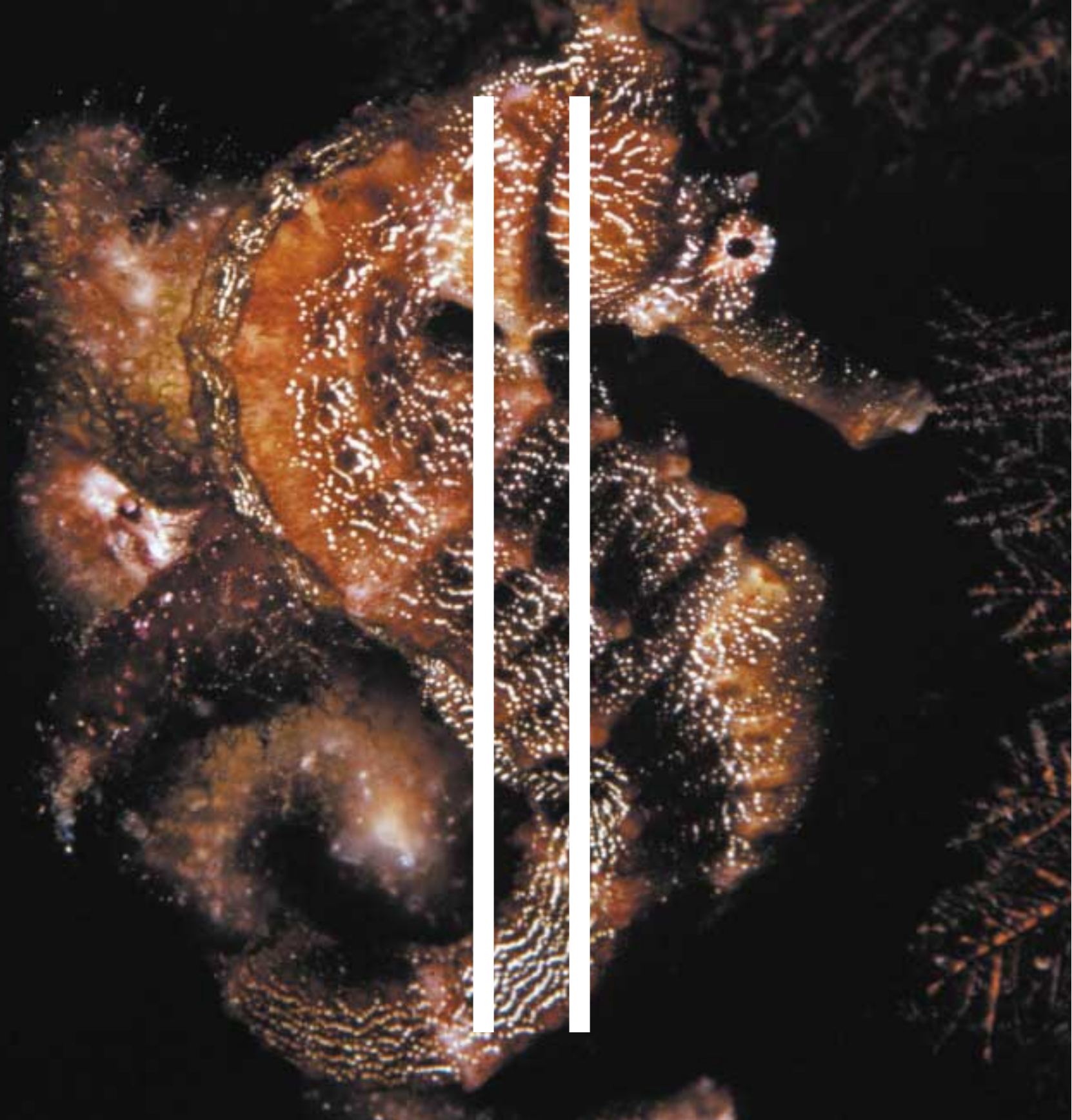
Tout sur la fondue

**Comment une idée marketing
s'est fondue en un plat national**

BOTTEGA VENETA

Luxe

La douceur de vivre dans l'opulence



What is it worth to you? Seahorses are highly unusual and mysterious creatures. Not surprisingly, they are heavily harvested for traditional medicines, tonic foods, ornamental display, and curiosities. In just one year, 25 million seahorses are traded among 75 nations. To ensure that seahorses are used sustainably, IUCN - The World Conservation Union provides scientific advice to the Convention on the International Trade in Endangered Species. In doing so, we invest in our future. After all, isn't it the wisest investment we can make?

www.iucn.org



IUCN IS THE WORLD'S LARGEST CONSERVATION ORGANIZATION, WHICH BRINGS TOGETHER NEARLY 1000 MEMBERS, INCLUDING STATES, GOVERNMENT AGENCIES AND NGOs, SPREAD ACROSS SOME 140 COUNTRIES, IN A UNIQUE GLOBAL PARTNERSHIP. IUCN'S VISION IS FOR "A JUST WORLD THAT VALUES AND CONSERVES NATURE".



Le luxe n'est pas un luxe

Parler de luxe en cette période de fêtes n'est pas un luxe. Le moment est en effet venu de faire plaisir à sa famille et ses amis, à ses partenaires commerciaux et, directement ou indirectement, de se faire plaisir aussi, en offrant un cadeau qui va au-delà du strict nécessaire. C'est-à-dire d'abord et avant tout : du temps.

Acheter le cadeau de Noël au dernier moment n'est pas bien grave, c'est même devenu une sorte de sport national chez nous ; mais réfléchir plus de quelques instants à la question de savoir pourquoi l'on fait un cadeau et si celui-ci plaira vraiment n'est pas un luxe. En fin de compte, le temps consacré à cette réflexion a plus de valeur que tout l'argent « investi » dans les cadeaux. Et que personne ne vienne dire qu'on ne remarque pas le temps ainsi offert.

Parfois, un simple sourire suffit en lieu et place d'un cadeau. Combien de fois cette

année avons-nous donc ri de bon cœur ou souri aimablement ? Souvent ? Assez ? Assez n'est jamais assez. Chaque sourire que nous donnons nous revient ensuite. Dimitri va même un peu plus loin quand il dit que « le rire est une forme d'amour ».

Enfin, nous devrions aussi offrir du temps aux moins favorisés, à ceux qui – le Baromètre des préoccupations nous le rappelle – ont perdu leur emploi, sont tombés malades ou ont subi une rupture après des années de vie commune. Ou ceux qui, comme les habitants de Maputo au Mozambique, souffrent d'une grave pénurie d'eau.

Offrir du temps aide toujours à rendre le monde un petit peu meilleur. Ce qui n'est pas un luxe. Bien que le temps soit – apparemment – ce que nous avons le moins et qui nous coûte donc le plus.

Andreas Schiendorfer, rédaction Bulletin



PREISTRÄGER
BCP BEST OF
CORPORATE
PUBLISHING
2003



Focus : luxe

- 6 Enquête** Le luxe défini par les Suisses
- 10 Achats** Les cadeaux intemporels pour la tranquillité d'esprit
- 16 Renoncement** La conquête du monde en toute simplicité
- 18 Investissements** Le luxe pour gagner de l'argent
- 22 Humour** Le rire selon Dimitri
- 25 Solidarité** L'argent des Suisses pour une bonne cause

Pour trouver les meilleurs fonds de placement,
même ceux de la concurrence:

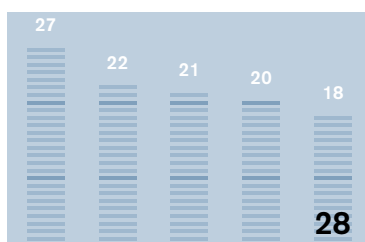
www.credit-suisse.com/fundlab

The logo consists of a white cross on a light blue background, with the words "CREDIT" and "SUISSE" in blue and red respectively, positioned to the right of the cross.

**CREDIT
SUISSE**

Fund Lab vous permet de comparer quelque 2300 fonds de placement de plus de 50 promoteurs. En étant client Direct Net, vous pouvez directement acheter ou vendre en ligne les titres souhaités. Vous payez la même commission d'émission, qu'il s'agisse d'un fonds de placement du Credit Suisse ou d'une autre société; quant à la vente, elle est exempte de commission.

Consultez notre site ou demandez conseil au **01 335 40 40**.



Actuel

- 26 En bref** Winterthur fusionne ses services de vente
- 27 Micro-finance** Aide au démarrage au lieu d'aumône
- 28 Baromètre des préoccupations 2003** Le spectre du chômage
- 33 Prévoyance professionnelle** Une mise au point
- 34 Forum** Courrier des lecteurs
- 34 @propos** Les ours en gomme ne mentent pas
- 35 Investissements** A la redécouverte des matières premières
- 35 Notes de lecture** Guide pratique pour managers
- 36 emagazine** Forum sur les PME avec des spécialistes



46



50

Wealth Management

Strategy

- 37 Editorial financier** Attention à l'excès d'optimisme
- 38 Prévisions** Les perspectives des douze prochains mois
- 39 Conjoncture** Un timide redémarrage
- 40 Actions** La Bourse dopée par les présidentielles américaines ?
- 42 Obligations** Retour à la normale sur le marché
- 43 Monnaies** Le dollar toujours en perte de vitesse
- 44 Placements alternatifs** Du bien-fondé des stratégies long/short
- 45 Conseil en placement** Bonne année pour le GIP

Topics

- 46 Economie 2004** Lentement, le brouillard se dissipe
- 50 Secteur des voyages** Ceux qui ne bougent pas rateront le train
- 52 Marchés émergents** Un potentiel de rendement fort attrayant



56



64

Art de vivre

- 56 Fondue** Le plaisir vient en tournant

Sponsoring

- 60 Audace sur la glace** Jakob Broger est le roi du White Turf
- 62 Focalisation** Le sponsoring se recentre
- 63 Agenda** Calendrier culturel et sportif
- 63 Pot-pourri** Michel Camilo, le virtuose des touches

Leaders

- 64 Thomas Held** En quête de nouvelles visions d'avenir

Le luxe : mythe et réalité

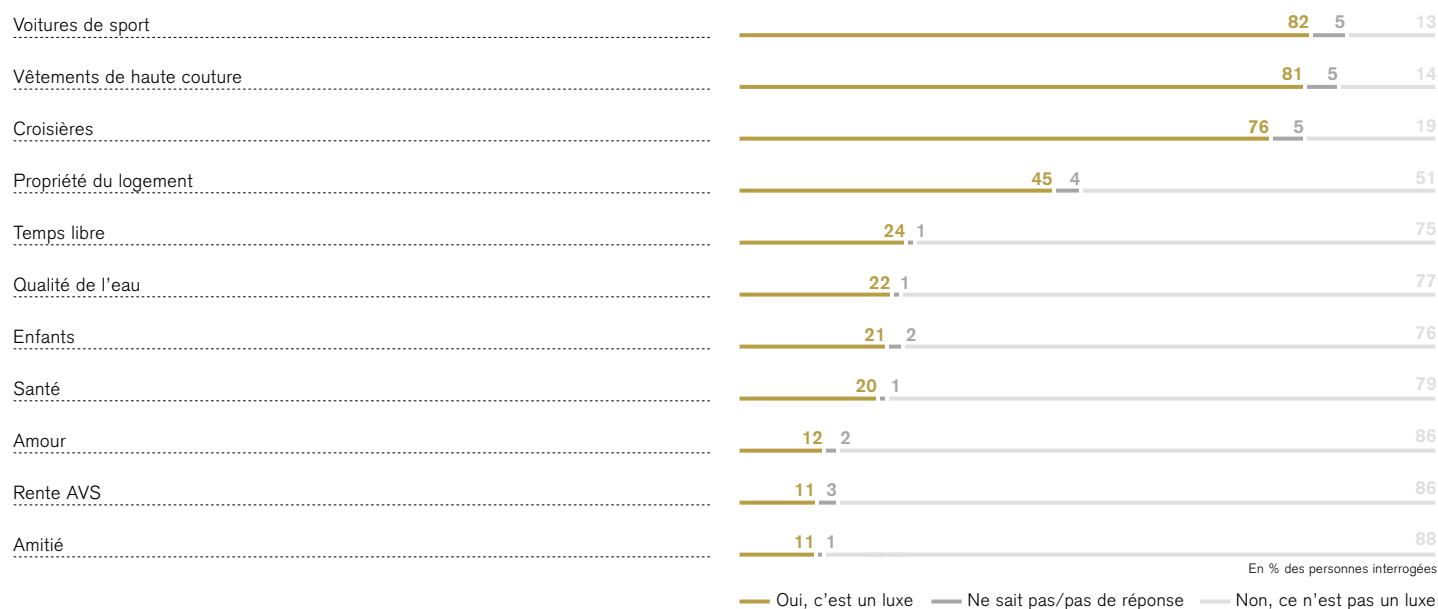
Synonyme de superflu pour les uns, étalage honteux d'abondance matérielle pour les autres, le luxe peut aussi signifier la liberté du renoncement. Quoi de plus difficile que de définir le luxe? **Daniel Huber, rédaction Bulletin**



Le charme du luxe : les Suisses définissent surtout le luxe en termes de biens matériels, comme les voitures de sport ou les vêtements de haute couture.

Pour les Suisses, le luxe est avant tout matériel

« Indiquez, parmi les choses suivantes, celles que vous considérez personnellement comme un luxe. »



➤ Un employé de l'Office des poursuites est censé connaître clairement la signification du luxe : en cas de saisie, c'est à lui de distinguer les biens dont le propriétaire a absolument besoin au quotidien, et qui sont donc insaisissables, de ceux qui ne sont pas indispensables. Selon la loi, un individu a besoin d'un lit, d'une Bible et d'un moyen de communication – radio ou télévision. Dans la pra-

vente aux enchères pour un téléviseur d'occasion, alors qu'il peut en acheter un neuf pour 300 francs ? » A l'ère d'Ikea et de Media Markt, un ménage moyen n'offre qu'un bien maigre butin à l'officier des poursuites.

Selon un sondage réalisé par l'Institut de recherches GfS pour le Bulletin auprès d'un échantillon représentatif de 1 003 personnes,

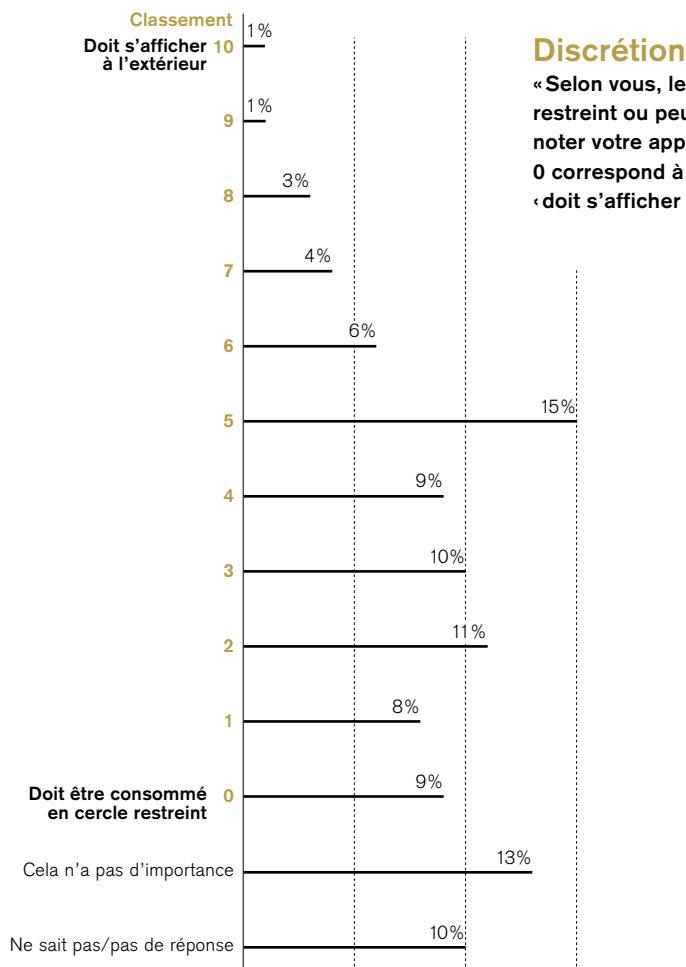
la majorité des Suisses considèrent comme des articles de luxe les voitures de sport (82%), les vêtements de haute couture (81%) et les croisières (76%). A l'opposé, plus de 10% d'entre

eux ne considèrent pas ces objets comme du luxe. Autre constatation étonnante : plus de la moitié des Suisses ne perçoivent pas la propriété du logement comme un luxe. Et cela dans un pays où seulement 35% des gens possèdent leur propre logement. Par ailleurs, seuls 11% des sondés considèrent les valeurs immatérielles telles que le temps libre, l'amour ou l'amitié comme des luxes. Quant à la rente AVS, elle est pour tous une évidence, un acquis permanent.

«Le luxe, c'est le superflu qui donne du rêve au quotidien»

Isabella Rossellini, actrice

tique des saisies, cependant, les normes de confort de notre société moderne viennent compliquer la tâche des « argentiers » de l'Etat. « Ne peuvent être saisis que les biens susceptibles de générer un gain réel lors d'une vente aux enchères », explique Marco Küng, de l'Office des poursuites du 2^e arrondissement de Zurich, et il ajoute : « Prenons un téléviseur couleur ordinaire, avec un écran de 70 cm. L'enlèvement de l'appareil coûte environ 150 francs, le stockage 50 francs. Qui, de nos jours, paierait plus de 200 francs lors d'une

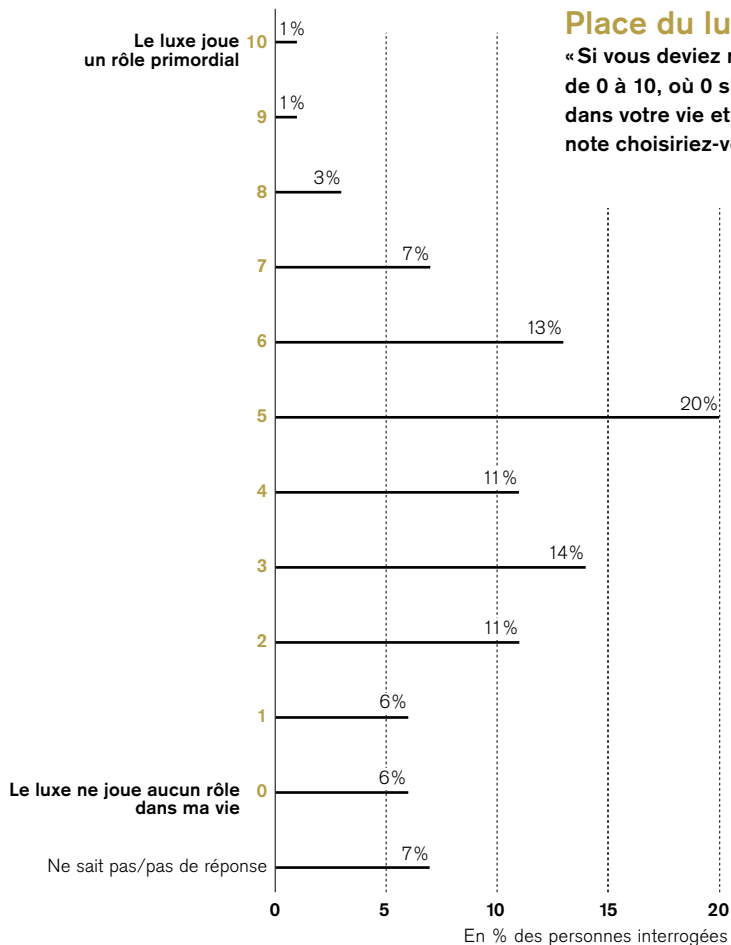
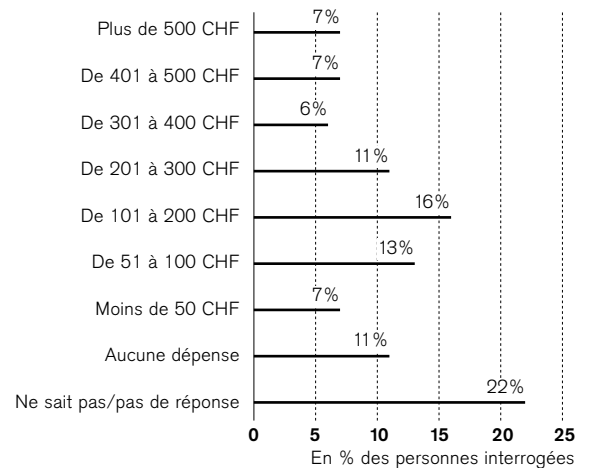


Discretion du luxe

« Selon vous, le luxe doit-il être consommé en cercle restreint ou peut-il aussi s'afficher à l'extérieur ? Veuillez noter votre appréciation sur une échelle de 0 à 10, où 0 correspond à « en cercle restreint uniquement » et 10 à « doit s'afficher à l'extérieur. »

Dépenses mensuelles de luxe

« Parlons du luxe que l'on peut acheter. Combien dépensez-vous par mois pour ce type d'articles ? »

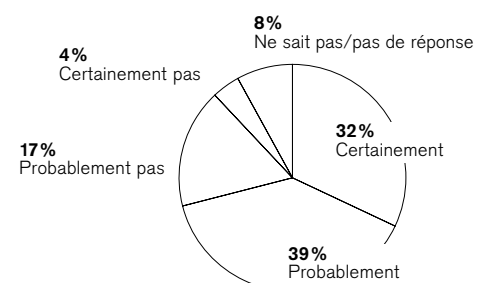


Place du luxe dans la vie

« Si vous deviez noter votre style de vie sur une échelle de 0 à 10, où 0 signifie que le luxe ne joue aucun rôle dans votre vie et 10 qu'il joue un rôle primordial, quelle note choisiriez-vous ? »

Renoncement au luxe

« Pourriez-vous renoncer au luxe dans votre vie personnelle ? »



Cette forte corrélation entre luxe et valeurs matérielles, Lukas Niederberger, père jésuite et directeur de la Maison Lassalle à Bad Schönbrunn, la confirme : « Pour la plupart des gens, le luxe est synonyme de possession. Nombreux sont ceux qui ne peuvent réellement se réjouir de leur luxe matériel et l'apprécier, car, très rapidement, ils s'y habituent et cela devient un réel besoin, dont dépend leur bonheur. » Bien qu'il ait fait vœu de pauvreté, le Père Niederberger ne considère pas le luxe comme foncièrement mauvais : « Dès lors que l'on définit le luxe comme quelque chose dont on n'a pas vraiment besoin, mais que l'on peut s'offrir de temps en temps et que l'on sait apprécier à ce titre, je trouve cela tout à fait positif. » Bien entendu, dans sa condition, il ne peut être question de somptueuses vacances au soleil. « Il n'est pas nécessaire d'aller au bout

des fortunés et leur soif d'objets toujours plus luxueux sont à l'origine d'une industrie prospère et innovante.

De l'avis de 47% des personnes interrogées, le luxe doit plutôt se consommer en cercle restreint. On reconnaît bien là la légendaire discrétion suisse. Seuls 15% des répondants pensent que le luxe doit plutôt s'afficher. Ceux-là partagent une vision répandue en Orient et dans l'hémisphère Sud, selon laquelle la richesse n'est pas une tare et peut s'afficher avec fierté. Ainsi, dans ces contrées, les voitures des gens les plus riches ne sont jamais assez grosses et clinquantes. Dans son essai « Reminiscenzen an den Überfluss » (réminiscences de l'opulence), l'écrivain allemand Hans Magnus Enzensberger montre que, même dans notre environnement culturel, l'étalage ostentatoire de richesses suscite rarement l'indignation.

Il cite l'exemple de Louis II de Bavière, qui a amené son royaume au bord de la ruine avec la construction de ses châteaux

« Le luxe est la forme la plus coûteuse de primitivité » Oliver Hassencamp, écrivain

du monde pour se reposer », déclare le père jésuite. Pourtant, lui aussi s'accorde de petits luxes : « Un abonnement général des CFF. Cette liberté de mouvement absolue est pour moi un luxe qui me permet de faire de petites folies. Par exemple, il m'arrive de me rendre de Zoug à Zurich ou à Berne juste pour dîner avec des amis. Sans mon abonnement, je ne pourrais pas me le permettre. Mais mon plus grand luxe est de pouvoir disposer très librement de cette précieuse ressource qu'est le temps, du temps pour la lecture et l'écriture. »

Lorsqu'on leur demande de noter, sur une échelle de 0 à 10, l'importance du luxe dans leur vie personnelle, un cinquième des Suisses fixe la note à 5, tandis que 25% donnent une note supérieure à 5, estimant que le luxe joue un rôle primordial dans leur vie. En revanche, 48%, soit près de la moitié, pensent que le luxe ne tient pas une place importante. Les personnes formant le groupe qui considère le luxe comme important se caractérisent par un niveau d'éducation élevé (32%), des opinions politiques conservatrices (30%) et des revenus par ménage supérieurs à 7 000 francs par mois (30%). A la question inverse, concernant la capacité à renoncer au luxe, 39% répondent qu'ils pourraient « probablement » s'en passer, tandis que 32% affirment pouvoir « certainement » y renoncer. La répartition par âge est intéressante : plus la personne est âgée, plus elle se dit prête à se passer de luxe. Tandis que 22% des 18-29 ans sont disposés à renoncer au luxe, cette proportion est de 47% chez les plus de 70 ans.

Si l'on va chercher la définition du luxe dans un dictionnaire, on apprend que le mot « luxe » vient du substantif latin « luxus », dési-

gnant un excès de possession matérielle, de nourriture ou de sexe. Historiquement, les érudits ont toujours trouvé des aspects positifs dans cette attirance vers l'excès matériel, s'opposant par là aux religieux, qui qualifiaient cette pulsion d'immorale. Au XVIII^e siècle, l'Abbé Coyer défendait une théorie selon laquelle, si le goût du superflu peut causer la ruine du dépensier, il œuvre également pour le bien-être de la communauté. En effet, la cupidité des nobles et

de rêve. Pourtant, le souverain était aimé du peuple et reste admiré aujourd'hui encore. Enzensberger évoque également les décorations de Noël qui transforment chaque année les rues commerçantes de Paris en coûteuses rivières de lumière. Même les partis politiques les plus extrêmes n'y trouvent rien à redire. Le luxe est un élément solidement ancré dans notre culture.

En latin, l'adjectif « luxus » signifie tordu, disloqué – en d'autres termes : déviant de la norme. Cette déviance, cette élévation au-dessus de la normalité devient de plus en plus difficile à une époque où les articles de luxe sont produits en masse et deviennent accessibles à tous, donc omniprésents. Sebastian Ahrens, porte-parole du directoire de Hapag Lloyd Croisières, le constate : « Le luxe commence là où s'arrête l'ordinaire. » Ainsi, sur le paquebot de croisière cinq étoiles « MS Europa », l'excellence de la cuisine, de l'aménagement des chambres et du service est considérée comme allant de soi. « Nous essayons de nous différencier des autres prestataires en offrant une expérience de voyage unique », souligne Sebastian Ahrens. Il peut s'agir par exemple de croisières à thème, avec la participation de personnalités des métiers du vin, de la gastronomie ou de la mode. Sebastian Ahrens cite également l'aventure arctique de la traversée du passage du Nord-Ouest à bord du « MS Hanseatik », un bateau d'exploration de luxe, qui peut briser une banquise de 10 à 15 cm d'épaisseur. Cette incursion dans le désert de glace, un monde étrange et inconnu, procure aux passagers une nouvelle sensation de paix intérieure, explique Sebastian Ahrens –

une impression de temps suspendu. Dans la société occidentale du confort, l'élite économique considère désormais le temps comme un luxe. Pour ces hommes et ces femmes prison-

« Je ne pense à l'argent que quand je n'en ai plus. L'oublier est pour moi le plus grand luxe » Peter Ustinov, acteur

gnant un excès de possession matérielle, de nourriture ou de sexe. Historiquement, les érudits ont toujours trouvé des aspects positifs dans cette attirance vers l'excès matériel, s'opposant par là aux religieux, qui qualifiaient cette pulsion d'immorale. Au XVIII^e siècle, l'Abbé Coyer défendait une théorie selon laquelle, si le goût du superflu peut causer la ruine du dépensier, il œuvre également pour le bien-être de la communauté. En effet, la cupidité des nobles et

niers de leur agenda, le temps est devenu plus précieux que l'argent. Le luxe au sens traditionnel, matériel du terme semble avoir vécu. La tendance est au retour à l'essentiel, au repli sur des valeurs intérieures. Pourtant, les résultats du sondage du Bulletin montrent que la majorité des Suisses continuent à s'adonner à la consommation du luxe matériel, peut-être pour mieux apprécier le luxe du renoncement qui lui succède.

Vraies valeurs plutôt que babioles

Bien sûr, on peut s'offrir chaque année de nouvelles lunettes de soleil «tendance». Mais peut-être vaudrait-il mieux consacrer son temps et son énergie à d'autres choses. Le Bulletin présente quelques cadeaux classiques et indémodables, qui tous règlent définitivement la question obsédante du dernier cri. **Markus Balogh, rédaction Bulletin**

➤ A la question de savoir comment il s'y prenait pour créer une œuvre d'art à partir d'un bloc de marbre, Michel-Ange, grand artiste de la Renaissance, aurait répondu : «Je retire le superflu.»

Le superflu a aussi été retiré des objets présentés aux pages suivantes. Comme le grand amour, cela tient parfois au hasard. Mais ce qui reste quand on a tout retiré – fortuitement ou délibérément – sort en tout cas du lot.

Curieusement, ces objets apportent à leurs propriétaires quelque chose qui va au-delà de leur fonction première. C'est un peu comme dans la magie : même en fixant les mains du magicien, on n'arrive pas à comprendre ses tours.

Autre trait commun à tous ces objets : ils constituent une forme extrêmement achevée dans leur catégorie. Pas forcément la seule, d'ailleurs. Ainsi, la porcelaine de Wedgwood n'est pas «la» vaisselle suprême, mais simplement «une» vaisselle suprême. Ce qui est sûr, c'est qu'elle remplit le principal critère de tout objet intemporel : la vaisselle est un sujet que l'heureux propriétaire d'un service Plain White Bone China peut oublier pour le restant de ses jours. Posséder de tels objets rend donc la vie plus facile puisque cela évite de devoir se remettre sans cesse en quête des choses les plus nouvelles et les plus mode.

Aux pages suivantes, vous trouverez non pas un catalogue de cadeaux de Noël en vogue, mais plutôt un guide, tout sauf exhaustif, d'objets aux qualités insurpassables. **I**

N° 5 DE CHANEL

S'il est un parfum éternel, c'est bien le Chanel N° 5. Il y a quatre-vingt deux ans, la créatrice de mode Coco Chanel choisissait parmi dix propositions le mélange de néroli, aldéhyde, ylang-ylang, rose de mai, jasmin, vanille et bois précieux.

C'était la proposition numéro 5. Depuis, la plupart des femmes se demandent un jour ou l'autre si elles peuvent – et veulent – porter ce parfum. Car cela revient tout de même à vaporiser un mythe sur son corps ! Un mythe entretenu par d'innombrables femmes. De Marilyn Monroe – qui, à la question de savoir ce qu'elle portait au lit, a lancé cette réponse légendaire : « Quelques gouttes de Chanel N° 5 » – aux vedettes actuelles comme Catherine Deneuve, Carole Bouquet ou Vanessa Paradis. 130 francs le flacon de 7,5 ml.



TEDDY-BEAR DE STEIFF

L'ours en peluche avec le bouton dans l'oreille ! Voici donc comment se présente l'original, tous les autres n'étant que des copies. La naissance de l'ourson remonte à 1903. Son nom de teddy-bear, il le doit au président américain Theodore « Teddy » Roosevelt, grand chasseur d'ours. Durant son mandat (1901–1909), un célèbre caricaturiste croque toujours Roosevelt avec un ourson à ses côtés. Il n'y a alors qu'un petit pas à faire pour que le nounours de Steiff devienne le « teddy-bear » (l'ours de Teddy). Mais la peluche doit finalement son succès à ses petits propriétaires. L'ourson n'est peut-être pas spécialement beau, mais il écoute les enfants avec d'autant plus d'attention. Et plus il est râpé, plus il prend de la valeur à leurs yeux, un peu comme notre vêtement préféré. Tailles moyennes à partir de 150 francs environ.



SAC KELLY DE HERMÈS

C'est à la défunte princesse Grace de Monaco que le célèbre sac doit son nom. En 1954, la belle actrice américaine avait autorisé Hermès à donner son nom de jeune fille à son sac préféré. Malgré la folie déclenchée par d'autres sacs, le Kelly est et reste le roi sans couronne des sacs à main. Peut-être cela tient-il aussi à son prix vraiment princier : il faut déboursier au moins 5 000 francs pour pouvoir le porter à la main. Les délais de livraison sont à peine moins douloureux. Commander un Kelly aujourd'hui, c'est espérer le recevoir dans dix-huit mois environ. Donc, si vous vous décidez dans les six prochains mois, cela règle d'ores et déjà la question de savoir quoi offrir en 2005. A partir de 5 000 francs.



PORCELAINE DE WEDGWOOD

Manger comme un lord anglais ? Pas de problème : tout ce que la terre compte de célèbres a déjà mangé dans les sobres assiettes Plain White Bone China de Wedgwood. La fabrication se perpétue depuis 1822 au moins, selon une recette immuable jalousement gardée. On sait seulement que des os de bœuf moulus sont ajoutés à l'argile. Leur proportion serait supérieure à 50%, ce qui expliquerait pourquoi ce service est aussi translucide que l'albâtre et pourtant quasi indestructible. Enfin, les assiettes ou les tasses Plain White Bone China peuvent être remplacées en tout temps, et cela sera probablement encore le cas dans cent ans. Prix : assiette (20 cm) 25 francs, tasse (avec soucoupe) 43 francs.



LEICA M7 DE LEICA

Il y en a de plus modernes, de plus parfaits et aussi de plus prestigieux. Mais un seul a ce petit quelque chose en plus qui en fait un cadeau suprême : l'appareil photo M7 de Leica, en vente depuis un an seulement. Fidèle à la devise « Evolution plutôt que révolution », il ne se distingue pratiquement pas, à première vue, de ses prédécesseurs – idolâtrés depuis 1954 par les photographes professionnels. Il peut juste en faire un peu plus. Et ce que faisaient déjà ses devanciers, il le fait un peu mieux. Qualité, longévité, précision et étonnante absence de dépréciation sont toujours au rendez-vous. Le M7 est la Rolls compacte des appareils photo. A partir de 4 785 francs.



MEISTERSTÜCK 149 DE MONTBLANC

La plume est plus forte que l'épée, dit le proverbe. Dans le cas du Meisterstück 149, elle est en tout cas plus belle. Polie à la main, cette plume en or porte, gravée, l'inscription 4.810 – la hauteur du Mont-Blanc. Son corps splendide est en résine noire et comporte en son milieu trois fins anneaux plaqués or. L'imposant 149, le plus grand modèle de la collection Meisterstück, n'est pas réservé aux seuls épanchements philosophiques sur papier fait main. Dans les moments d'abattement, il suffit de dévisser lentement le lourd capuchon et de placer pensivement sa tête dans la main gauche pour déjà se sentir comme un chef d'Etat. A partir de 680 francs.



ÉPLUCHEUR REX DE ZENA

L'éplucheur Rex est une des inventions suisses les plus populaires. Elle a été mise au point par le marchand ambulant Alfred Neweczerzal. C'est en 1947 que ce bricoleur aussi astucieux que méticuleux a déposé le dessin et le modèle de son éplucheur.

A ce jour, la société Zena AG, toujours en mains familiales, en a vendu 60 millions d'exemplaires dans le monde. Que dire de plus, sinon que des millions d'éplucheurs ne sauraient tromper : peler les pommes de terre ne peut se faire plus simplement, plus parfaitement – et de manière plus classe – qu'avec l'économe Rex. Cet avis est également partagé par La Poste, qui lancera l'année prochaine un nouveau timbre de 15 centimes en l'honneur du Rex. Bien sûr, on peut aussi s'acheter directement un éplucheur Rex à la place du timbre. L'incontournable ustensile de cuisine est en vente à partir de 2 francs.



CARRERA DE CARRERA

Cela fait près de quarante ans que Carrera est synonyme de circuit de course. Les amateurs de petites voitures de circuit le doivent à Hermann Neuhierl, originaire de Fürth en Bavière. C'est en 1963 que ce dernier a donné le coup d'envoi du Carrera Universal 132 dans sa fabrique de jouets. Neuhierl en avait ramené l'idée des Etats-Unis. Après des décennies de succès, les circuits Carrera ont traversé quelques années difficiles, mais la production des éléments a repris. Nostalgiques et mordus d'histoire peuvent donc se réjouir et attendre fiévreusement le prochain tronçon courbe pour voir si leurs bolides, poussés un peu plus fort, restent dans la course ou partent dans le décor, pour le plus grand plaisir de leurs adversaires. A partir de 90 francs environ.

BATEAU À MOTEUR DE PEDRAZZINI

Qui l'aurait cru : les bateaux les plus chic sont fabriqués à Bäch, dans le canton de Schwyz. C'est là que l'entreprise familiale Pedrazzini, fondée en 1914, construit chaque année un petit nombre de ces magnifiques engins de sports nautiques en acajou. Pour créer ces véritables œuvres d'art, les artisans passent jusqu'à 4 000 heures à scier, limer, coller, poncer et polir – d'où des prix pouvant atteindre 600 000 francs. C'est beaucoup d'argent, mais aussi beaucoup de bois, des moteurs surpuissants (jusqu'à 800 chevaux) et l'assurance de posséder un des bateaux les plus luxueux au monde. A partir de 250 000 francs environ.

LUNETTES DE RAY BAN

Souvent copiées, jamais égalées, les Ray Ban « Pilote » ! Ces lunettes de soleil portent bien leur nom puisqu'elles ont été effectivement créées pour les pilotes de l'armée de l'air américaine, il y a plus de cinquante ans. Les nombreux hauts et bas de cet accessoire tendance destiné aux adeptes du dernier cri n'ont heureusement pas laissé de traces. La seule modification que le fabricant Bausch & Lomb s'est permis d'apporter concerne la monture métallique, qui n'est plus en or douze carats, mais simplement dorée. A propos, les Ray Ban existent désormais avec des verres de différentes couleurs, mais une seule est authentique : le vert foncé. A partir de 130 francs environ.

LEGO DE LEGO

En danois, « leg godt » signifie « amuse-toi bien ». Un mode d'emploi en soi pour ces petites briques en plastique, aux couleurs vives, munies de picots, du moins pour ce qui est des pièces classiques. Elles continuent à remplir parfaitement le premier critère de tout bon jouet : fournir la matière première d'une activité ludique créative. Tous les gameboys et tous les palais Barbie n'y peuvent rien, les petites briques restent le cadeau qui plaît. Et il en sera toujours ainsi. La boîte de base, qui compte 1 000 pièces, coûte environ 60 francs.



Un renard volant dans la Schilstal

Certains s'offrent un bel appartement, une grosse voiture et des vacances de rêve. Tout cela n'intéresse pas Willy Beeler, qui préfère sortir des sentiers battus et s'offrir le luxe de décider lui-même de son temps et de son corps. Même s'il lui arrive parfois de se heurter à ses propres limites. **Marcus Balogh, rédaction Bulletin**



Tout le monde a le droit de porter le pagne. Mais le collier est réservé à ceux qui ont bravement affronté la torture du tatouage.

➤ « Enfant déjà, je rêvais de la mer. » Le goût des grands espaces, rien de bien extraordinaire en soi. Et pourtant, c'est cette inclination qui a poussé Willy Beeler, 36 ans, à faire plusieurs fois le tour du monde. Par voie maritime de préférence. Tahiti, Nouvelle-Zélande, Nouvelle-Calédonie, Australie, Indonésie, Singapour, Malaisie, Caraïbes, Hawaï, îles Tonga – et la liste n'est pas exhaustive. A l'instar de celle de ses nombreuses aventures. Ainsi, Willy Beeler raconte une traversée de l'Atlantique au cours de laquelle le voilier se remplissait lentement d'eau sur une mer démontée. Il parle aussi de ce rude hiver en Alaska, où par 50 degrés au-dessous de zéro on pouvait sortir torse nu de la cabane. « Tu ne ressens le froid que pendant un bref instant. Après, tes nerfs sont engourdis. Et bientôt, tu es de toute façon congelé. »

Entre ses voyages, ce fils de paysans de montagne rentre au bercail. Dans la Schilstal, une vallée encaissée entre les montagnes de Flums, il épaula son père ou travaille comme moniteur de ski. Jusqu'à ce qu'il reparte. Une indépendance pour laquelle Willy Beeler a tout sacrifié. « Je ne possède rien, mais je suis riche en histoires. Et surtout, je suis mon propre maître. J'ai fait le grand saut en 1999 lorsque j'ai décidé de me séparer de tout ce qui n'était pas indispensable à ma survie – meubles, voiture, appartement – et même de renoncer à ma caisse de pension. Je n'ai pas de famille à nourrir et pratiquement aucun engagement à remplir. Ainsi, je peux me permettre de ne rien avoir. Ma plus grande richesse est dans ma tête, et le peu que je possède encore, je le porte sur moi. » Des souvenirs en lieu et place de biens matériels. Mais le jeu en valait la chandelle, à tous égards. Et les voyages ont laissé des traces. « Pas seulement dans la tête, aussi sous la peau », ajoute Willy Beeler avec un clin d'œil.

C'est arrivé dans les îles Samoa

Car le corps de Willy Beeler raconte vraiment sa propre histoire. Par le dessin, il parle de voyages et d'aventures. Willy Beeler s'est fait tatouer un Pea – un tatouage de tribu samoane – des hanches aux genoux. « Tout a commencé sur Upolu, l'une des plus belles îles qui soient. C'est là que j'ai vu le premier Samoan tatoué de manière traditionnelle. Son tatouage était hallucinant. Je me suis aussitôt dit : Willy, tu dois absolument avoir le même ! »

Il a fallu un certain temps avant que les Samoans prennent Willy Beeler au sérieux. Le « tatau », comme le nomment les Samoans, indique le rang et l'appartenance sociale de celui qui le porte, et marque même son destin. D'après les croyances samoanes, le tatouage d'un Pea est à la fois un rite initiatique et une renaissance. Le signe irréfutable que l'homme est devenu guerrier. Un acte que l'on n'entreprend donc pas à la légère. La détermination de Willy Beeler a eu raison de la réticence du maître tatoueur. « La majorité

des habitants du village ont pourtant essayé de m'en dissuader. La douleur me rendrait fou, me rendrait vulnérable comme un nouveau-né. Qu'en savez-vous ? ai-je pensé. L'Atlantique n'a pas eu raison de moi. Le grand froid de l'Alaska non plus. Je survivrai aussi à cela. Aujourd'hui, je dois admettre que j'étais bien naïf. »

Le feu sous la peau

Les séances de tatouage durèrent onze jours – pause de 48 heures comprise. Pendant trois heures le matin et trois heures l'après-midi, le maître tatoueur – appelé « tafuga » par les autochtones – frappait à petits coups rapides sur une dent de sanglier très aiguisée pour faire pénétrer sous la peau un mélange de suie, d'eau et d'une pâte à base de fruits. Une opération assez sanglante. « Après les premiers coups, j'ai pensé que je n'y résisterais pas. La douleur était littéralement insoutenable. Mais une fois le rituel commencé, je devais continuer sous peine de jeter la honte sur tout le village. »

Willy Beeler n'a pas fermé l'œil pendant toute cette période. Sa peau semblait s'être enflammée. Sans compter qu'avec les mauvaises conditions d'hygiène de la cabane du tafuga, les plaies se sont infectées, ajoutant à la douleur les affres d'une forte fièvre. « Je suis resté éveillé du début à la fin. Du moins c'est l'impression que j'ai eue. Tout était douloureux. Mes muscles s'étaient durcis, mes articulations raidies. J'étais éveillé mais comme dans un état comateux. C'est comme cela lorsqu'on se fait tatouer un Pea. Un état qui justifie la présence d'un assistant, un ange gardien en quelque sorte. Le mien a toujours été là pour moi. Nuit et jour, il a surveillé mon état ; il ne m'a même jamais laissé aller seul aux toilettes. » Et tandis que Willy Beeler, dans un délire fiévreux, rêvait de s'arracher la peau, son tatouage grandissait. Un renard volant – symbole de la vie – venait s'ajouter à des loutres, des oiseaux, des chauves-souris et des seiches. Enfin, la dernière partie du Pea fut tracée autour du nombril. « Pour les autochtones, c'est le moment de la renaissance. »

S'il avait su que cela allait être aussi douloureux, Willy Beeler aurait renoncé. Pourtant, il ne regrette rien. Sa vie a changé. Tout lui semble maintenant plus facile. « La plupart des gens croient pouvoir donner un sens à leur vie par le luxe. Mais combien de temps dure le plaisir de posséder une nouvelle voiture ou un meilleur ordinateur ? Très vite, on éprouve le besoin d'acquiescer quelque chose de nouveau, de mieux. Vivre hors des sentiers battus, être son propre maître, se faire tatouer un Pea sans avoir à rendre de comptes à personne, voilà pour moi le vrai luxe. Un luxe que l'on peut se permettre, mais que l'on ne peut pas acheter. »

► Plus d'aventures et de photos de Willy Beeler sur www.credit-suisse.com/emagazine

Les articles de luxe ont la cote

Avec la reprise conjoncturelle, une embellie se dessine à l'horizon du secteur des articles de luxe. L'évolution future dépendra surtout de l'attitude des touristes japonais : ceux-ci génèrent en effet quelque 30% de la demande globale du secteur du luxe. **Harald Zahnd, Equity Research**



Montblanc est un bon exemple de positionnement réussi d'une marque ; toutefois, les résultats du groupe demeurent encore inférieurs à la moyenne sectorielle.

➤ Les articles de luxe sont produits par les entreprises du luxe. Or, les plus grands groupes de ce secteur sont cotés en Bourse. C'est pourquoi la question de saison aux analystes est la suivante : les actions des entreprises du luxe vont-elles monter à l'approche de Noël ou les cours resteront-ils inchangés ? La réponse n'est pas si simple, car divers facteurs sont à prendre en considération dans l'analyse des cours des actions du secteur du luxe.

Les taux de change, en particulier le cours du dollar par rapport à l'euro et celui du yen face au dollar, jouent un rôle important dans l'évolution du prix des actions du luxe. Plus de 60% de cette évolution s'explique par des variations des cours des devises. Cela tient au fait que les articles de luxe sont principalement produits en Europe, avec des coûts de production calculés en euros ou en francs suisses. En revanche, les ventes ne se font que pour environ 30% en euros : le reste se vend en dollars et en yens.

Dans le secteur du luxe, la pratique veut que l'on se couvre contre le risque de change. Seul Richemont y renonce délibérément. A long terme, la couverture du risque de change implique surtout des coûts. A court terme, toutefois, les prévisions de bénéfices sont plus aisées en euros ou en francs suisses, si bien que les analystes privilégient les entreprises dotées d'une politique de couverture claire et transparente.

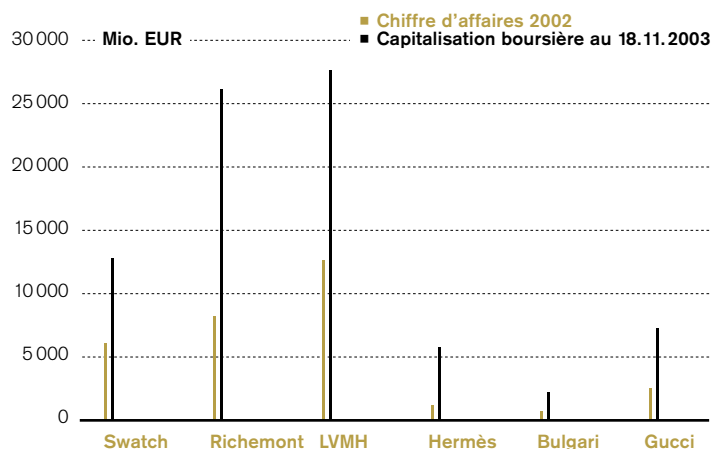
Actuellement, le yen et quelques monnaies asiatiques ont tendance à s'apprécier contre le dollar, ce qui favorise l'industrie du luxe. Par contre, la fermeté de l'euro face au dollar joue plutôt en défaveur du secteur.

Avec la reprise, la demande d'articles de luxe progresse

L'actualité économique de ces dernières semaines est plutôt optimiste. Aux Etats-Unis, le taux de croissance a dépassé le seuil des 7% au troisième trimestre, et la confiance dans l'économie américaine s'en est trouvée renforcée. Certains indices suggèrent que la reprise aux Etats-Unis est surtout portée par les ménages à hauts revenus, les plus touchés par les effets de richesse négatifs des dernières années (effondrement des cours des actions). Ce sont là de bonnes nouvelles pour la demande de biens de luxe. Au Japon, le taux de croissance du PIB a récemment été revu à la hausse. La reprise conjoncturelle constitue un facteur positif, bien que, justement au Japon, la corrélation entre l'évolution du revenu national et la demande d'articles de luxe ne soit pas forcément évidente. Quant à l'Europe, elle est encore un peu à la traîne.

Louis Vuitton surpasse tous les géants du luxe

Le groupe de luxe LVMH, qui détient des marques telles que Fendi et Ebel, devance largement ses concurrents en termes de capitalisation boursière et de chiffre d'affaires. Source : Bloomberg



Si l'on compare cette évolution avec les chiffres d'affaires du secteur du luxe, on observe qu'environ 25 à 30% des ventes sont réalisées en Europe, quelque 25% aux Etats-Unis et environ 30% en Asie, Japon compris, le reste se répartissant entre les autres régions du monde. Selon diverses estimations, les touristes japonais génèrent à eux seuls environ 30% de la demande globale du secteur, avec des achats effectués principalement en vacances, dans leurs destinations de prédilection (Hawaï, Etats-Unis, Europe). Ainsi, les touristes japonais sont de loin la catégorie dominante en ce qui concerne la demande de biens de luxe.

Les statistiques sur les voyages des Japonais à l'étranger font état d'une nette amélioration par rapport à l'an dernier. La baisse enregistrée fin 2001 était due aux attentats terroristes du 11 septembre et à la psychose qu'ils ont suscitée, tandis que celle du printemps dernier s'expliquait par la guerre en Irak et le SRAS. Les reprises subséquentes témoignent d'un recul des incertitudes et

d'un certain effet de rattrapage, ainsi que d'un supplément de demande en raison des offres spéciales de l'industrie du tourisme.

Durant les deux dernières années, la corrélation traditionnellement étroite entre le cours du yen et les voyages des Japonais a joué un moindre rôle, faisant place à d'autres motivations (incertitudes géopolitiques, besoin de rattrapage). Cette corrélation devrait toutefois regagner de l'importance dans les mois à venir et annonce, comme les autres signaux positifs, une poursuite de la reprise dans le secteur du tourisme, qui se répercute positivement sur la demande d'articles de luxe.

Si les risques géopolitiques semblent actuellement diminuer, ils demeurent à un niveau important. Dans les faits, il est presque impossible d'évaluer si les risques objectifs sont faibles ou élevés par rapport à d'autres périodes, mais le ressenti subjectif des incertitudes a très nettement reculé depuis la fin de la guerre en Irak. L'aversion au risque est en baisse sur les marchés d'actions, comme le montrent les surperformances notables des principaux indices internationaux. Dans l'industrie du luxe, cela se traduit par un facteur de bien-être («feelgood factor»), qui insuffle une certaine dynamique à la demande.

De nombreux risques de sécurité demeurent cependant: Corée du Nord, Proche-Orient, terrorisme international, pour ne citer que ceux-là. Un attentat terroriste majeur pourrait à tout moment entraîner un recul dans l'industrie du luxe. Toutefois, on observe aussi un effet d'habitude, si bien que les conséquences d'un attentat à venir seraient moins marquées que celles des premiers grands chocs, notamment au niveau des projets de voyages.

Les résultats du premier semestre sont encourageants

Outre la conjoncture générale, les performances des différentes entreprises et les bénéfices réalisés sont bien entendu déterminants pour la santé boursière du secteur du luxe. Les résultats semestriels ont fourni aux analystes un bon aperçu des taux de réussite des différentes stratégies entrepreneuriales.

En tête de classement, le groupe LVMH (Moët Hennessy Louis Vuitton) réalise une progression de 24% en résultat net au premier semestre 2003 par rapport au premier semestre 2002. Cela n'est pas un hasard, mais le résultat concret d'une stratégie de recentrage des activités appliquée par le groupe depuis un an. Cette stratégie consiste à vendre des unités et des marques (par exemple la maison de vente Phillips, le fabricant de champagne Pommery ou plusieurs marques de cosmétiques) qui ne font pas partie des activités de base du groupe ou sont trop peu ciblées. De plus, la branche Distribution sélective (chaîne de parfumeries Sephora, magasins de détail DFS destinés aux voyageurs internationaux) a été entièrement restructurée.

Les résultats du groupe Swatch au premier semestre 2003 dépassent à la fois les attentes du marché et les performances des entreprises concurrentes. En comparaison sectorielle, ils confirment la supériorité incontestée du groupe sur le marché de l'horlogerie. Sur le plan stratégique, le groupe a étoffé son portefeuille en y intégrant des marques de prestige dans le segment de prix supérieur (Breguet, Blancpain, Glashütte, Jaquet Droz), lesquelles ont réalisé de forts taux de croissance et restent encore bien en deçà de leur potentiel.

LVMH se concentre sur les marques prestigieuses

Avec une capitalisation boursière de plus de 27 milliards d'euros, LVMH est le premier groupe mondial du luxe. En 2002, ses branches Vins & Spiritueux, Mode & Maroquinerie, Parfums & Cosmétiques, Montres & Joaillerie et Distribution sélective ont réalisé un chiffre d'affaires de 12,7 milliards d'euros.

La concentration sur des marques de prestige dans la branche Vins & Spiritueux (Dom Perignon, Moët & Chandon, Krug) a permis en 2002 une hausse de la marge à plus de 33%. Cette progression résulte du recentrage sur des marques générant des marges plus élevées.

La croissance de la marque Louis Vuitton s'est encore accélérée, et ce malgré une double hausse des prix de 6% au Japon au printemps et à l'automne 2002, pour des raisons liées aux taux de change. Le taux de croissance est supérieur à 10% et la marge opérationnelle devrait atteindre 48%, un chiffre inégalé sur ce marché. La branche comprend également des marques moins rentables (Donna Karan, Fendi, Céline, Loewe, Marc Jacobs) présentant encore un potentiel de recentrage.

Bulgari a lui aussi agréablement surpris les investisseurs, même si des facteurs exceptionnels (hausse des commandes des détaillants après la guerre d'Irak et le SRAS, baisse des coûts marketing) sont à prendre en considération. La marque Bulgari court actuellement le risque de voir ses produits inonder les marchés de masse et perdre ainsi de leur prestige et de leur aspect exclusif.

Richemont se trouve à présent dans une phase de restructuration, impliquant des risques assez élevés. La marque Cartier, figure de proue du Groupe, montre des signes de faiblesse; un repositionnement est actuellement en cours. Les marques Dunhill et Lancel ne sont pas rentables. Montblanc est un bon exemple de positionnement réussi d'une marque à partir de catégories de produits appartenant à des segments de luxe très divers, mais les résultats du groupe en termes de bénéfices demeurent inférieurs à la moyenne.

Ces facteurs et bien d'autres encore influencent l'évolution des cours des actions de l'industrie du luxe. C'est pourquoi on ne peut pas dire si les actions vont monter pendant la saison de Noël. On peut juste supposer que de bonnes ventes de fin d'année viendront soutenir les cours des titres du luxe, lesquels dépendent cependant de multiples facteurs.

A l'heure actuelle, nous conseillons aux investisseurs de surpondérer les actions des entreprises du luxe dans leur portefeuille. Cette recommandation repose, d'une part, sur l'appréciation générale de la conjoncture mondiale et sur la reprise du tourisme, notamment en provenance d'Asie et du Japon, et, d'autre part, sur les décisions stratégiques des dirigeants de certaines entreprises du luxe, qui pourraient entraîner des résultats supérieurs à la moyenne dans les années à venir. LVMH et Swatch Group présentent probablement le meilleur potentiel.

Harald Zahnd

Tél. 01 334 88 53, harald.zahnd@credit-suisse.com



Ambiance de luxe : dans la cour intérieure du siège central du Credit Suisse à Zurich, Paradeplatz, les noms des firmes les plus prestigieuses brillent de mille feux. Partout où les yeux se posent, tout n'est que luxe et beauté : Bottega Veneta, Bulgari, Ermenegildo Zegna, Fabric Frontline, Giorgio Armani, Montblanc. Au centre de ce foisonnement, la « Fontaine du désir » de Silvie Defraoui, dans laquelle s'inscrivent en lettres lumineuses des souhaits que l'argent ne peut pas réaliser.



« Rire est un luxe nécessaire »

Avec son humour subtil et une grande économie de mots, le clown suisse Dimitri enthousiasme depuis des décennies un public international. Le Bulletin s'est entretenu avec lui du luxe, du rire et de la passion. Interview : Ruth Hafen, rédaction Bulletin

Ruth Hafen Dimitri, l'humour est-il un luxe ?

Dimitri Peut-être pourrait-on dire que l'humour devient un luxe, car dans le monde d'aujourd'hui, toujours plus de gens perdent l'envie de rire. L'humour est-il un luxe ? Mais qu'est-ce que le luxe ? Pour moi, le luxe n'est sûrement pas une grosse automobile, mais plutôt le fait de se sentir bien. Être en bonne santé, vivre en paix, avoir de vrais amis, voilà le luxe. Au sens positif du terme. A cet égard, je place le rire et l'humour à la toute première place. Pour se sentir bien, il faut pouvoir rire. Le rire est donc un luxe nécessaire.

En général, on entend par luxe tout ce qui n'est pas socialement nécessaire. Il faut alors se demander si l'art, la peinture, la sculpture, la musique relèvent du luxe. Il est vrai que, théoriquement, nous pourrions très bien vivre sans cela. Mais beaucoup de gens vous diront que, sans culture et sans art, ils ne peuvent pas exister. Sans l'art, l'âme humaine dépérirait. Avec la culture, on vit. Sans la culture, on survit. Le luxe est négatif s'il sert uniquement à parader, si tout ce qui relève de l'apparence doit coûter le plus cher possible, si par exemple le shah de Perse se fait installer une baignoire en or simplement pour briller. Il y a certainement des riches qui tirent vanité des œuvres d'art qu'ils ont achetées. Mais la plupart sont d'authentiques amateurs. S'ils peuvent se permettre de dépenser autant, pourquoi pas ? Je trouve tout de même mieux que ces objets de prix soient exposés dans un musée pour y être admirés de tous.

Dans les périodes économiquement difficiles, la culture devient vite un luxe. Ce qui est malheureusement logique. J'ai la chance de ne pas

Dimitri est né en 1935 à Ascona (Tessin). Dès l'âge de sept ans, il sait qu'il veut être clown. Après un apprentissage de potier à Berne, il suit une formation pour devenir clown, puis est l'élève du célèbre mime Marcel Marceau à Paris. En 1959, il crée son premier spectacle en solo à Ascona. En 1970, 1973 et 1979, il part en tournée avec le Cirque National Suisse. Dimitri parcourt sans relâche les cinq continents avec ses spectacles en solo. En 1971, avec sa femme Gunda, il fonde à Verscio (Tessin) le Teatro Dimitri, en 1975 la Scuola Dimitri et en 1978 la Compagnia Teatro Dimitri, pour laquelle il monte presque tous les spectacles. En 2000, il met sur pied le Museo Comico en collaboration avec l'organisateur d'expositions Harald Szeemann. Dimitri et Gunda vivent à Verscio. Ils ont cinq enfants : Mathias, Ivan, David, Masha et Nina.

en être trop touché dans mon travail. Comme clown, je vis bien. J'ai toujours des engagements et je suis très demandé. Par contre, pour le Teatro Dimitri et la Scuola Dimitri, cette tendance est tout à fait perceptible. Les coupes budgétaires nous font souffrir. La culture pâtit la première des restrictions, sauf si elle est considérée comme un « mal » absolument nécessaire. A supposer que les idées de droite continuent à s'affirmer, je pense qu'on peut vraiment se faire du souci pour la culture.

Quels sont les luxes que vous vous permettez ? Je suis un collectionneur passionné. C'est mon plus grand luxe personnel. Je collectionne des masques, des instruments de musique, des éléphants en tout genre, des photographies également, à condition qu'elles aient un rapport avec mon métier. Une grande partie de ma collection se trouve dans un musée aménagé par mon ami Harald Szeemann, à qui j'ai laissé carte blanche pour le choix des objets et la présentation. Une autre de mes passions est le bien-manger. De ce point de vue, je suis très gâté : ma femme est une excellente cuisinière !

Votre art fait rarement appel aux mots. La parole est-elle un luxe pour vous ? (Dimitri réfléchit) Votre remarque est très fine. Mais je ne crois pas que tout ce que l'on utilise avec parcimonie devienne forcément un luxe. En ce qui me concerne, c'est un choix artistique. Mon langage est essentiellement non verbal. S'il m'arrive, ici ou là, de recourir aux mots, je ne les considère pas comme un luxe sous prétexte que je ne les utilise pas beaucoup.

Vous n'avez donc jamais envie de parler sur scène ? J'interprète trois programmes différents. Le premier, « Porteur », ne fait pas du tout appel aux mots. Dans « Teatro », je me sers d'un langage de fantaisie combinant divers éléments pour créer mon propre univers linguistique. Dans « Ritratto », j'interviens comme conteur, donc je parle. Je me souviens très bien des réactions que ce programme a suscitées au début. Les journaux ont écrit : « Dimitri rompt le silence ». J'ai aussi joué le rôle du diable dans « Geschichte vom Soldaten ». Mais ma spécialité reste le jeu sans paroles, le mime.

Horace, le grand poète latin, disait de la comédie qu'elle corrigeait les mœurs par le rire. Pourquoi Dimitri veut-il faire rire ? Rire est quelque chose de très important, y compris culturellement. Des recherches récentes montrent d'ailleurs que les enfants travaillent mieux à l'école s'ils peuvent rire de temps en temps. J'aime bien faire rire les gens, c'est vrai, mais je ne me sens pas investi d'une mission morale. Je souhaite faire mon métier d'artiste et divertir les spectateurs.



«Je ris très facilement!» Dimitri s'insurge contre le cliché du clown triste.



«L'humour est une nourriture saine et tonique pour l'âme»

Dimitri, clown et homme de théâtre

Qu'est-ce qui vous fait rire ? Je ris très facilement ! Lorsque j'assiste au spectacle d'un bon clown, j'éclate de rire. Un de mes films préférés est celui consacré au clown Grock. Aujourd'hui encore, je ris quand je le regarde. C'est le cas aussi des films de Charlie Chaplin, de Buster Keaton, de Harry Langdon ou des Marx Brothers. Mais un chaton qui joue avec une pelote de laine ou qui grimpe aux rideaux pour le plaisir du jeu ou pour exprimer sa joie de vivre, cela aussi me fait rire de bon cœur.

Qu'est-ce qui vous empêche de rire ? Tous les événements tragiques qui se produisent actuellement dans le monde. Surtout lorsque je vois des enfants qui souffrent, qui n'ont plus de famille ou qui sont traumatisés par la guerre. Là, vraiment, je perds toute envie de rire.

Dans votre autobiographie, vous vous demandez si vous pouvez encore vous permettre de n'être qu'un gentil clown apolitique... On se pose souvent cette question quand on est clown. Parfois, j'ai presque mauvaise conscience de pouvoir faire le clown et d'ignorer ainsi toutes les tragédies du monde. Mais l'humour est important. L'être humain a besoin de rire. Il doit avoir quelque chose d'optimiste, de positif à quoi se raccrocher. L'humour est une nourriture saine et tonique pour l'âme. Voilà ce qui m'incite à poursuivre mon métier. Je peux être horrifié et triste quand je vois ce qui se passe sur Terre, mais ce n'est pas une raison pour renoncer à monter sur scène ou pour me lancer dans la politique. En tant qu'artiste, je suis constamment sollicité pour m'engager en faveur de tel ou tel projet ou y associer mon nom. Je le fais volontiers, par exemple lorsqu'il s'agit de réfugiés. L'artiste est toujours confronté à la politique. Mais je ne ferai jamais de politique. D'ailleurs, je n'en serais même pas capable. Et surtout, je ne souhaite pas mélanger mon art avec la politique. La politique vous engloutit tout entier. Je veux rester libre.

Vous avez 68 ans et vous êtes le grand seigneur du genre que vous avez choisi. Il serait sans doute difficile de faire mieux que vous dans ce domaine. Pourtant, votre métier est très exigeant aussi bien physi-

quement que mentalement. Ne pourriez-vous pas vous offrir le luxe d'abandonner la scène ? Mon travail me plaît. Tant que je pourrai m'y consacrer sur les plans physique et intellectuel, je continuerai. Il est vrai que je me ménage un peu plus qu'avant, que je ne fais plus de tournées en Amérique ou au Japon des mois durant. Je préfère donner des représentations en restant dans la même ville plus longtemps, quatre ou cinq semaines par exemple. En outre, je donne encore une cinquantaine de représentations par an dans mon théâtre de Verscio. La vie de tournée – chaque jour dans une autre ville, un autre hôtel – est usante. Mais le travail de scène, le fait de jouer me font toujours énormément plaisir. Je vois que je peux apporter de la joie aux autres, et cela me donne des forces. Le besoin de me reposer ne se fait jamais sentir. Le feu sacré ne s'éteint pas à l'âge de la retraite...

► www.teatrodimitri.ch

Dimitri – Der Clown in mir

L'autobiographie de Dimitri, écrite avec l'aide de Hanspeter Gschwend, a été publiée mi-octobre 2003 par la maison d'édition Benteli Verlag. Dimitri y passe sa vie en revue et nous fait connaître son œuvre en profondeur. De nombreuses photos enrichissent le livre. «Pourquoi une autobiographie ?», se demande le clown dans la préface. A vrai dire, ce sont ses enfants et ses amis qui l'y ont incité. L'ouvrage est né de longues heures d'entretien, son biographe n'hésitant pas à le rappeler pour préciser tel ou tel détail. Preuve qu'il est préférable d'avoir sa biographie écrite de son vivant. «Qui, en effet, connaîtra encore mon numéro de téléphone quand je ne serai plus là ?»



Dix livres sur Dimitri à gagner sur www.credit-suisse.com/emagazine/wettbewerb.

De l'eau potable pour Maputo

Evidence pour les uns, luxe pour les autres, gaspillée ou hors de prix : l'eau potable. Dans le cadre de l'Année de l'eau proclamée par l'ONU, le Bulletin souhaite contribuer à améliorer l'approvisionnement en eau potable sur le continent africain. L'argent de la collecte de Noël aidera à financer un projet concret d'Helvetas à Maputo (Mozambique). **Daniel Huber, rédaction Bulletin**

➤ Lorsque vous arrivez au travail le matin, vous avez déjà utilisé une centaine de litres d'eau : 6 à 10 litres pour la chasse d'eau, 3 pour vous laver les mains, 60 pour la douche, 0,2 pour le café, 10 pour la vaisselle du petit-déjeuner, 5 à 10 pour le brossage de dents. Bref, vous baignez dans le luxe. Mais dans les lointains pays du Tiers-Monde, la situation est tout autre. Selon une étude de l'Organisation mondiale de la santé (OMS), 1,1 milliard de personnes dans le monde ne disposent pas d'eau potable. 2,4 milliards d'êtres humains ne peuvent pas éliminer leurs matières fécales de façon hygiénique, faute d'installations sanitaires adaptées. Conséquence de cette situation : 7 millions de personnes meurent chaque année de maladies dues à la contamination de l'eau.

Si l'on songe que les deux tiers des habitants de notre planète vivent dans des régions où ne tombe qu'un quart des précipitations mondiales, la lutte contre la pénurie d'eau potable semble peine perdue. Et pourtant, une simple petite goutte peut déjà apporter une lueur d'espoir. Voilà pourquoi le Bulletin effectue une collecte en faveur d'une action menée par l'organisation de développement Helvetas au

Pour en savoir plus sur ce projet et sur les autres associations caritatives soutenues par le Credit Suisse : www.credit-suisse.com/emagazine

Mozambique. Il y a trois ans, des inondations ont détruit les modestes installations d'approvisionnement en eau potable de la région de Maputo. Les mesures d'urgence adoptées à ce moment-là ont pu améliorer à court terme cette situation précaire. Helvetas tente maintenant, à travers son

projet d'entraide, d'instaurer un approvisionnement en eau et une hygiène communautaire durables dans la région de Maputo.

La population locale sera activement associée à ce projet, tant sur le plan pratique (réalisation des travaux) que financier. Chaque commune doit fournir de la main-d'œuvre mais aussi financer 2 à 5% du coût de l'installation. Le bon fonctionnement et l'entretien des installations seront

ensuite du ressort des structures villageoises. Outre le projet de construction, Helvetas soutient une vaste campagne d'information locale sur les liens existants entre l'eau, l'hygiène et la santé. La Direction fédérale du développement et de la coopération (DDC) a également apporté son soutien au projet Maputo. Néanmoins, il manque encore 100 000 francs au budget 2004. Le Credit Suisse participe à la collecte du Bulletin avec un don de 10 000 francs. **I**

Contribuez au projet De l'eau potable pour Maputo avec un virement sur le compte postal 80-3130-4, mention « Bulletin CS pour le Mozambique ».





Numéro 1 en Europe

«one», le magazine du personnel de Credit Suisse Financial Services, porte bien son nom si l'on en croit la Federation of European Internal Editors Associations. La FEIEA décerne chaque année un prix aux meilleurs magazines d'entreprise publiés dans ses 13 pays membres. «one» a remporté la palme dans la catégorie «Publications multilingues» devant les publications de Voestalpine en

Autriche et de Vodafone en Grande-Bretagne. Outre le contenu et le style, le jury évalue également la mise en page, l'illustration, la typographie et le concept général. Il existe en Suisse d'autres publications internes d'excellente qualité. Ainsi, «one» n'occupait «que» la deuxième place derrière la société Hilti lors de la présélection helvétique. (schi)

Investors' Circle: des informations financières hors pair

L'Investors' Circle, sur le site Internet du Credit Suisse, est utilisé par un nombre croissant de clients de Credit Suisse Private Banking. Il offre des études de marché et des rapports sur les entreprises, des analyses à court et moyen terme des marchés d'actions (Technical Research) et des notations internationales d'actions et d'obligations, accompagnées de chiffres-clés (Experts Choice). A cela s'ajoutent le Stock Screener pour la recherche d'actions dans le monde entier, selon des critères personnalisés (et désormais avec des rapports sur la durabilité), ainsi que la stratégie de placement du Credit Suisse. Les quelque 4000 clients enregistrés à ce jour bénéficient aussi des cours SWX et Virt-x en temps réel pour MyCS, un site financier de conception modulaire et personnalisée, pour le Portfolio Tracker, servant à la composition de portefeuilles virtuels, ainsi que pour la Watchlist, qui permet de surveiller les titres favoris. L'accès au service est protégé par un mot de passe. L'inscription est très rapide, mais doit être demandée au conseiller clientèle. Pour en savoir plus: www.credit-suisse.com/investors-circle. (schi)



Marco Taborelli,
Global Head
Marketing



Marco Taborelli, le nouveau responsable du marketing

Marco Taborelli a été nommé Global Head Marketing et membre du Directoire élargi de Credit Suisse Financial Services le 1^{er} novembre 2003. Il remplace Jan Nyholm, qui a choisi de relever de nouveaux défis en dehors du Credit Suisse Group. Jan Nyholm a dirigé l'organisation marketing du Credit Suisse pendant ces deux dernières années et posé d'importants jalons, notamment dans le domaine de l'orientation clientèle. Après avoir obtenu en 1985 un diplôme d'économie à l'Université de Zurich, Marco Taborelli a travaillé pour les services de marketing et de distribution d'Unilever et de Masterfoods, une filiale du groupe alimentaire Mars. Il a assumé en dernier lieu la fonction de Regional Director North Europe et était à ce titre responsable du marketing et de la distribution en Allemagne, aux Pays-Bas, en Autriche et en Suisse. (schi)

Winterthur: nouvelle organisation de vente

La Winterthur fusionne ses deux organisations de vente en Suisse (Vie et Non-vie). Ce faisant, elle veut rationaliser la structure de direction, réduire ses coûts et proposer un interlocuteur unique à ses clients. Peter Frick, le nouveau responsable du service externe intégré, est directement subordonné au responsable de la Market Unit Suisse Non-vie, Philippe Egger. Désormais, les agences générales seront moins nombreuses mais plus grandes. La nouvelle structure sera mise en place successivement jusqu'en 2004 et implique la suppression de quelque 200 emplois. Mais les collaborateurs en contact direct avec la clientèle ne seront quasiment pas touchés. (schi)

Micro-finance : aider les gens à s'aider eux-mêmes

La micro-finance est une nouvelle forme d'aide au développement, qui consiste à soutenir des projets à très petite échelle. Investir dans ce domaine permet donc de réaliser une plus-value à la fois financière et sociale. **Klaus Tischhauser, responsAbility Social Investment Services AG**

➤ La place du village tient lieu de hall des guichets, des mobylettes remplacent le réseau de succursales, les extraits de compte sont ici des feuilles d'autocollants et une empreinte digitale sert de signature : voilà comment fonctionne l'organisation parabancaire FIDES au Mali. Autre particularité : FIDES accorde des crédits à des femmes qui ne peuvent fournir aucune sûreté et qui n'ont donc pas accès au secteur bancaire formel.

Avec des crédits d'un montant équivalent à quelque 50 dollars, les emprunteuses peuvent augmenter la rentabilité de leurs activités (petit commerce, agriculture ou artisanat) et accroître ainsi leurs revenus. En effet, l'accès aux prestations financières leur permet d'être moins dépendantes des intermédiaires, de développer leurs processus de travail et d'obtenir de meilleurs prix sur des

marchés plus éloignés. Les clientes de FIDES mettent un point d'honneur à payer leur dette : le taux de remboursement frôle les 100%, un chiffre qui ferait rêver n'importe quelle banque « normale ».

L'association FIDES (Finances pour le développement économique et social) est l'une des très nombreuses institutions de micro-finance dans le monde permettant aux personnes pauvres mais économiquement actives d'avoir recours, en tant que micro-entrepreneurs, à des services financiers qui restent inaccessibles à des centaines de millions d'individus dans les pays en développement et en transition. En raison de son rôle moteur dans ces régions, à savoir aider les gens à s'aider eux-mêmes, la micro-finance reçoit le soutien de la plupart des organisations d'aide au développement. Les revenus supplémentaires ainsi



Klaus Tischhauser,
responsAbility
Social Investment
Services AG

acquis par les micro-entrepreneurs, notamment s'il s'agit de femmes, ont des répercussions positives directes sur la situation dans les domaines de l'alimentation, de l'hygiène et de l'éducation. La micro-finance est une solution non seulement viable sur le plan commercial, mais aussi durable et favorisant l'indépendance.

Or, face à la forte demande, les fonds publics ne suffisent plus : la participation du secteur privé, par exemple dans le refinancement des portefeuilles de crédits, est primordiale pour la croissance de la micro-finance. Fondée par le Credit Suisse, d'autres banques helvétiques et un fonds de capital-risque social, responsAbility Social Investment Services AG propose des concepts de placement dans la micro-finance aux investisseurs privés et institutionnels, qui peuvent donc réaliser une plus-value à la fois financière et sociale, directement en rapport avec les avantages de la micro-finance. Enfin, cette forme de placement nouvelle crée un lien entre les clients des banques des nations industrialisées et les micro-entrepreneurs des pays en développement, c'est-à-dire entre le hall des guichets et la place du village. **I**

responsAbility repose sur des bases solides

responsAbility est une plate-forme d'investissements sociaux née d'une initiative privée et axée sur les pays en développement.

Il s'agit d'une société fondée par le Credit Suisse, d'autres banques helvétiques et un fonds de capital-risque social. De par ses initiateurs, ses fondateurs, ses partenaires et ses conseillers, responsAbility est fortement ancrée sur le marché financier suisse et dans les activités de coopération. Elle a pour vocation de servir de relais entre les capitaux privés et institutionnels et les initiatives prometteuses dans les pays en développement. Son objectif est de permettre la génération de revenus à travers les activités des micro-entreprises pour jeter les bases d'un développement durable dans ces pays.

Pour de plus amples informations : www.responsAbility.ch ou responsAbility Social Investment Services AG, Seestrasse 11, 8002 Zurich, téléphone 043 344 94 94.

Le système de santé préoccupe toujours

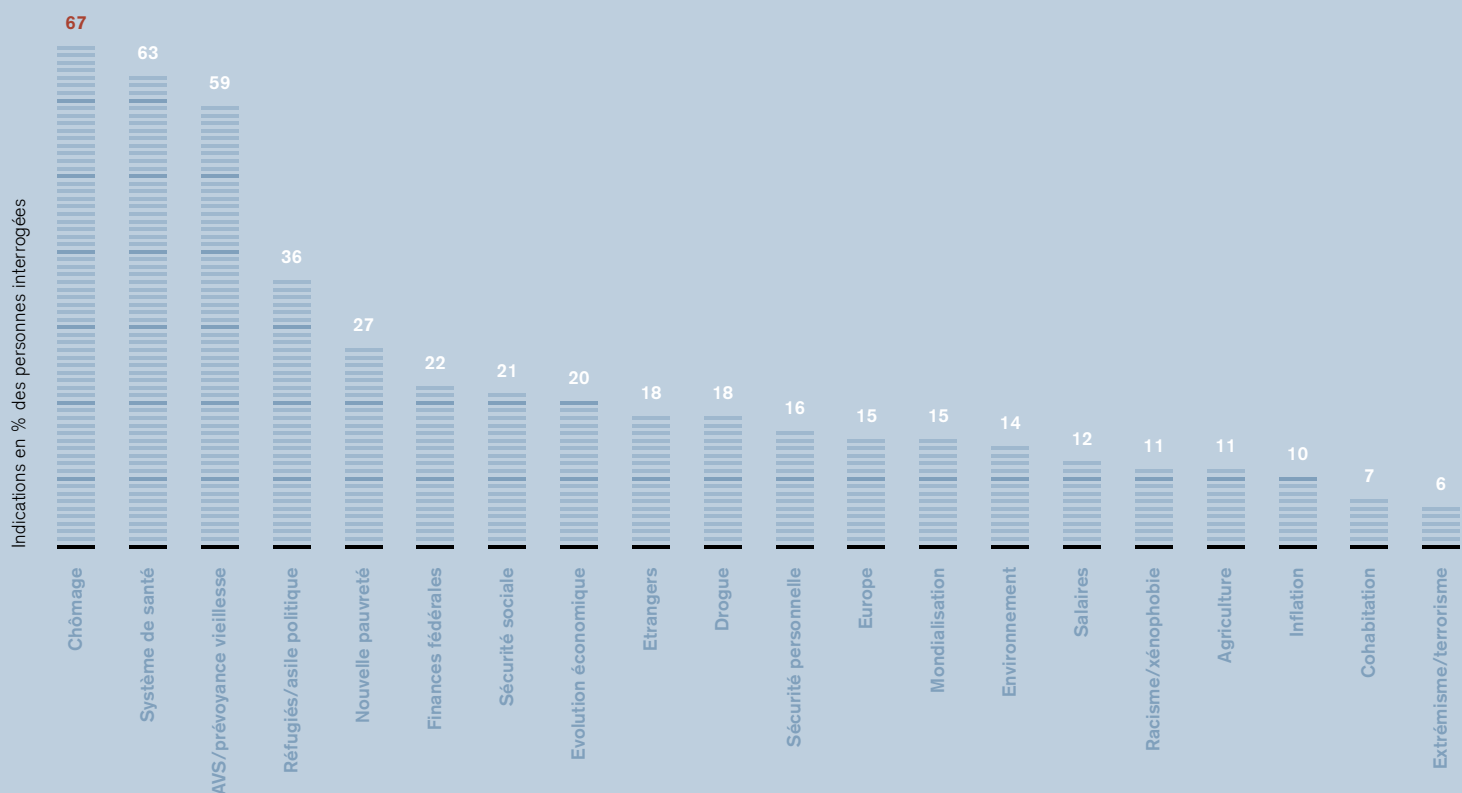
Bien qu'ayant cédé sa première place, le système de santé reste un sujet de préoccupation majeur en Suisse, puisqu'il a encore progressé de cinq points à 63%.

	2003	2002	2001	2000	1999	1998
Chômage	67	52	45	43	57	74
Système de santé	63	58	64	59	48	46
AVS/prévoyance vieillesse	59	49	37	49	45	45
Réfugiés/asile politique	36	43	32	41	56	47
Nouvelle pauvreté	27	22	27	18	18	17
Finances fédérales	22	20	19	22	26	17
Sécurité sociale	21	16	13	15	17	15
Evolution économique	20	17	16	8	11	15
Etrangers	18	19	22	–	–	–
Drogue	18	12	11	15	16	22
Sécurité personnelle	16	19	14	15	18	15
Europe	15	21	34	45	43	40
Mondialisation	15	17	24	11	13	10
Environnement	14	18	15	25	18	19
Salaires	12	9	19	13	13	12
Racisme/xénophobie	11	7	10	15	22	24
Agriculture	11	–	–	–	–	–
Inflation	10	9	10	10	5	8
Cohabitation	7	9	27	–	–	–
Extrémisme/terrorisme	6	8	27	–	–	–

Indications en % des personnes interrogées

Les principaux soucis de l'année 2003

« Quels sont, selon vous, les principaux problèmes de la Suisse ? » Pour les deux tiers de la population, le chômage constitue une des plus grandes sources d'inquiétude.



Source des graphiques page 28: Institut de recherches GfS, Politique et Etat, Berne, Baromètre des préoccupations, état octobre 2003 (R = 1003)

Les Suisses tremblent pour leur emploi

Selon le Baromètre des préoccupations 2003 que le Bulletin du Credit Suisse a fait établir à la veille des élections parlementaires, le chômage, le système de santé et la prévoyance vieillesse sont actuellement les principaux sujets d'inquiétude des Suisses. **Daniel Huber, rédaction Bulletin**

► En cette année électorale 2003, et pour la première fois depuis quatre ans, le chômage arrive de nouveau en tête dans le Baromètre des préoccupations. Sur les 1 003 personnes interrogées, 67% le classent parmi les cinq principaux problèmes de la Suisse, contre 52% en 2002. Cette progression constitue de loin le change-

ment le plus marquant révélé par l'enquête. Le chômage relègue ainsi à la deuxième place le système de santé, principal souci de ces trois dernières années. En termes absolus, l'inquiétude suscitée par le système de santé a tout de même progressé de cinq points à 63%. Les problèmes liés à l'AVS et à la prévoyance vieillesse ont

aussi fait un bond en avant en gagnant dix points à 59%. Très loin derrière ces trois grands sujets d'inquiétude suit au quatrième rang, avec 36%, le thème des réfugiés et de l'asile politique, encore perçu il y a un an comme un problème majeur par 43% des Suisses sous l'effet de l'initiative sur l'asile.

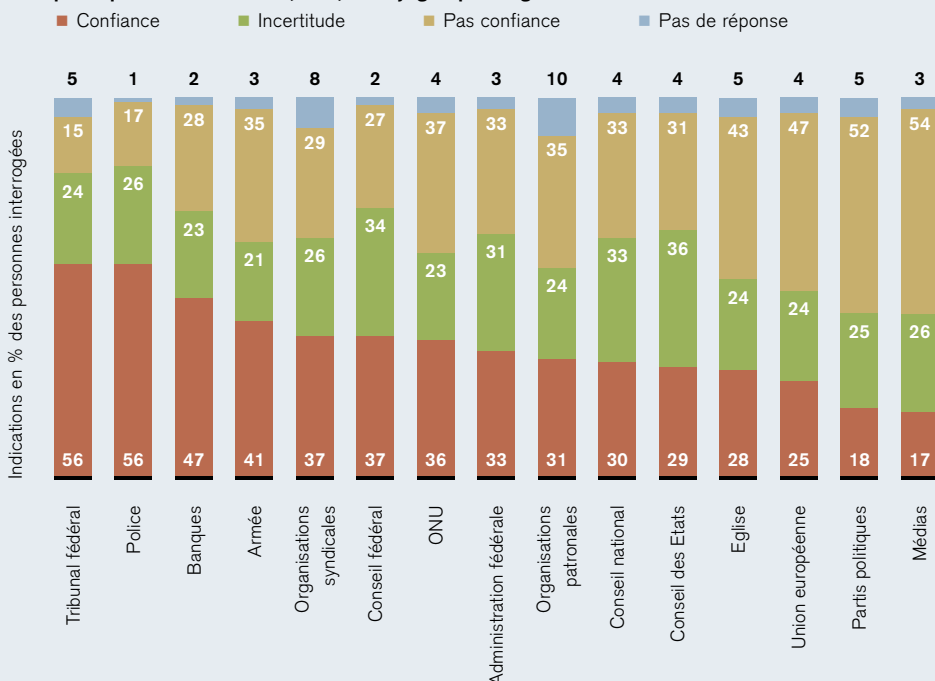
A la question suivante portant sur le problème à résoudre en priorité, le chômage arrive en tête (18%), suivi par le système de santé (15%) et l'AVS/prévoyance vieillesse (13%). Quant au problème des réfugiés et de l'asile politique (6%), il est considéré comme nettement moins urgent.

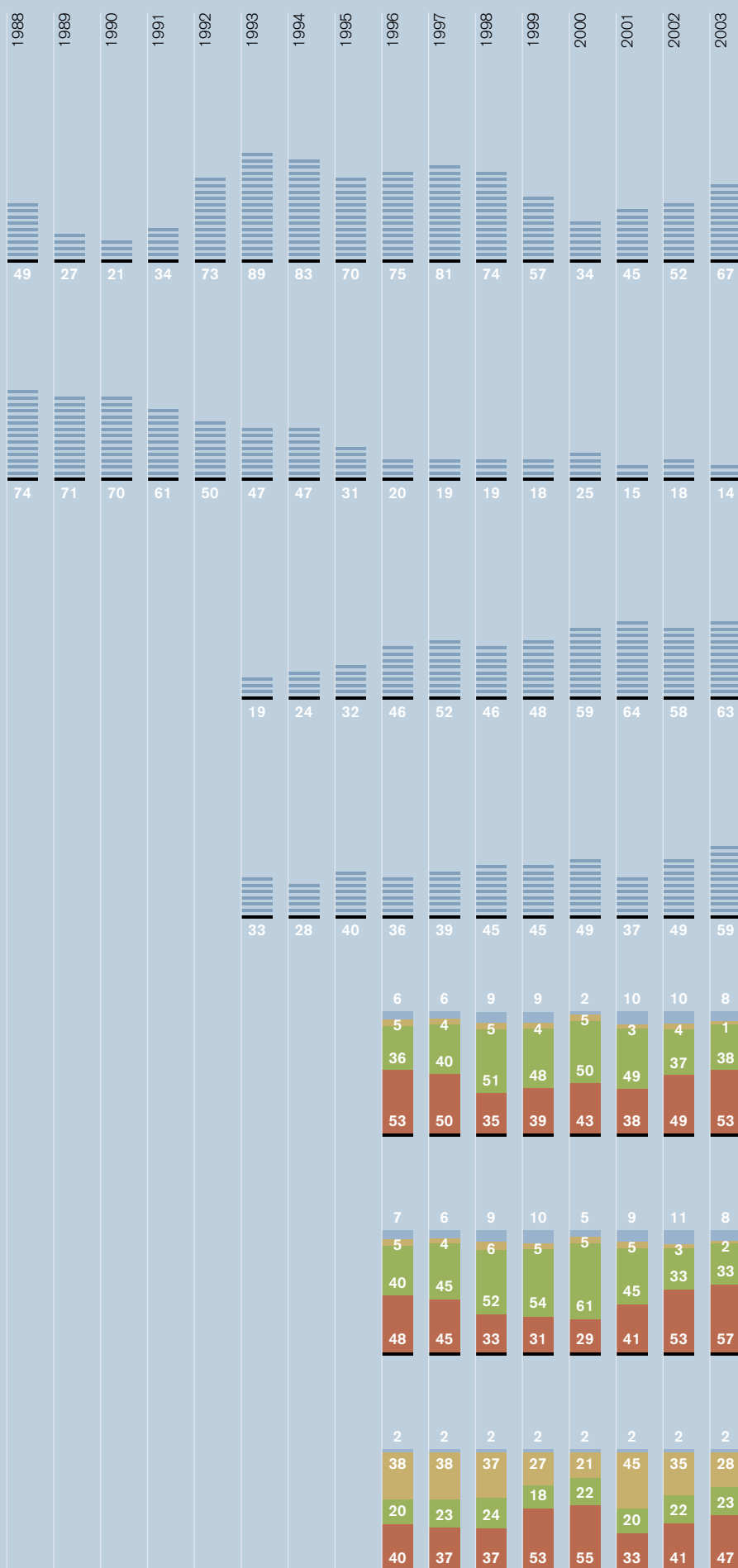
A l'autre bout de l'échelle, l'Europe (recul de 21 à 15%), la mondialisation (de 17 à 15%) ainsi que l'extrémisme et le terrorisme (de 8 à 6%) continuent à perdre du terrain. Ce dernier paramètre avait été intégré dans l'enquête il y a deux ans, au lendemain des tragiques événements de New York. Bien que le terrorisme et la lutte dont celui-ci fait l'objet aient dominé la scène politique mondiale en 2003, la population suisse ne paraît pas se sentir directement menacée.

Le souci environnemental est tombé à son plus bas niveau. Seuls 14% des répondants y voient un problème important pour la Suisse. Par comparaison, ils étaient 74% en 1988 et encore 18% en 2002. A ce propos, une enquête complémentaire du Bulletin réalisée il y a un an sur les perspectives en Suisse a

Les institutions politiques n'inspirent guère confiance

« Quelle confiance placez-vous dans les institutions suivantes ? » Le Tribunal fédéral et la police sont les institutions auxquelles les Suisses font le plus confiance. Les partis politiques et les médias, eux, sont jugés peu dignes de confiance.





Evolution de la perception des problèmes 1988–2003

La menace du chômage

Lorsque l'économie va mal, le chômage augmente et, avec lui, la peur de perdre son emploi. Le problème du chômage a fait un bond de 15 points à 67% dans le Baromètre des préoccupations.

L'environnement rétrogradé

Alors qu'il y a quinze ans, les trois quarts des sondés se déclaraient préoccupés par les problèmes d'environnement, ils ne sont plus que 14% aujourd'hui, soit le niveau le plus faible jamais atteint.

La santé, souci permanent

Bien que délogé de sa première place, le système de santé continue d'inquiéter 63% de la population suisse.

La prévoyance en danger

Les soucis liés à l'AVS et à la prévoyance vieillesse n'ont cessé d'augmenter ces dernières années. Alors qu'en 2002, à peine 50% des répondants considéraient ce problème comme crucial, ils sont désormais 59%.

Tendances

Echec de la classe politique

« Pensez-vous que les hommes politiques ne sont pas à la hauteur de leur tâche dans des domaines décisifs ? »

■ Souvent ■ Rarement ■ Jamais ■ Ne sait pas

Echec des milieux économiques

« Pensez-vous que les milieux économiques ne sont pas à la hauteur de leur tâche dans des domaines décisifs ? »

■ Souvent ■ Rarement ■ Jamais ■ Pas de réponse

Banques : regain de confiance

« Avez-vous confiance dans les banques ? »

Tendance à la hausse.

■ Confiance ■ Incertitude
■ Pas confiance ■ Pas de réponse

toutefois révélé que les risques environnementaux étaient la réponse la plus souvent donnée (24%) à la question de savoir quels problèmes causés par l'homme pèseraient le plus sur les générations futures. Autrement dit, si l'environnement paraît toujours être un sujet d'inquiétude, il est de moins en moins perçu comme un danger immédiat.

Les grande figures de l'économie et de la politique sont encore plus mal notées qu'en 2002. Ainsi, 57% des personnes interrogées (53% en 2002) affirment avoir souvent le sentiment que les milieux économiques ne sont pas à la hauteur de leur tâche dans des domaines décisifs. La même question posée au sujet de la classe politique a recueilli 53% de oui (souvent), contre 49% en 2002. Le Baromètre des préoccupations aborde aussi chaque année la question de la confiance accordée aux grandes institutions politiques. Ici, seuls 18% des répondants disent faire confiance

Vous trouverez l'étude complète sous
www.credit-suisse.com/emagazine.

aux partis politiques, soit juste un point de plus que pour les médias (17%). Moins d'un tiers de la population fait confiance à ses représentants au Conseil national (30%) et au Conseil des Etats (29%). A 37%, le Conseil fédéral recule aussi dans les sondages. Après le plus bas de 2001 (33%), la confiance dans les banques a de nouveau progressé en 2003, gagnant six points à 47%.

Une réserve prudente se fait jour dans l'évaluation des Suisses sur leur situation économique personnelle et sur la situation générale. Ainsi, 77% des sondés estiment que leur situation ne changera pas dans les douze mois à venir. Cela dit, le nombre des optimistes (« cela ira mieux ») recule de 18 à 14% et celui des pessimistes (« cela ira moins bien ») de 13 à 8%. Les chiffres concernant l'évolution économique générale au cours des douze prochains mois traduisent un optimisme mesuré. Ici, le nombre de pessimistes a diminué de 37 à 22%, alors que la proportion d'optimistes a augmenté de 12 à 16% et celle des personnes ne prévoyant aucun changement, de 44 à 58%.

« Les gens doivent pouvoir croire à nouveau en l'avenir »

Le président du Conseil des Etats, Fritz Schiesser, commente les résultats du Baromètre des préoccupations 2003. Et espère que la Suisse va retrouver le moral.

Interview : Daniel Huber, rédaction Bulletin



Fritz Schiesser
 se dit préoccupé par
 la perte de confiance
 dans les institutions
 politiques.

Daniel Huber Quelle a été votre préoccupation majeure en 2003 ?

Fritz Schiesser Si j'avais dû répondre aux questions du Baromètre des préoccupations, j'aurais coché spontanément la situation économique générale. Bien entendu, le chômage en fait partie, et sa première place ne m'a pas autrement surpris.

Un résultat vous a-t-il étonné ? J'aurais également classé le système de santé parmi les principales préoccupations. Par contre, la troisième place de l'AVS et de la prévoyance vieillesse m'a beaucoup étonné, car ce sujet n'a pas été très débattu, y compris durant la campagne électorale. L'acuité du problème a donc été sous-estimée. Peut-être celui-ci a-t-il été escamoté par la polémique sur le relèvement de l'âge de la retraite. Quant aux finances fédérales, je les aurais vues plus haut dans

le classement, de même que la mondialisation. De toute évidence, notre perception de ce problème est moins marquée par le nombre d'altermondialistes que par le bruit fait par ces derniers. Le recul des préoccupations sur l'environnement m'a proprement sidéré. Je n'aurais jamais pensé qu'il ne restait plus en Suisse qu'une personne pesant sur notre milieu naturel comme un problème majeur.

Cela ne réfute-t-il pas aussi l'argument selon lequel les Verts devraient leur victoire électorale à la canicule de cet été ? Peut-être les Verts ont-ils réussi à mobiliser la totalité des 14% de Suisses qui se montrent très inquiets pour la nature. Mais la canicule ne semble pas vraiment avoir été aussi décisive que certains veulent le faire croire.

Bien qu'ayant perdu sa première place cette fois-ci, le système de santé est depuis longtemps l'une des principales préoccupations des Suisses. Quand la classe politique va-t-elle enfin venir à bout de ce problème ?

Franchement, je serais bien en peine aujourd'hui de prétendre que la situation sera bientôt maîtrisée. Dans ce domaine, des évolutions sont en cours sur lesquelles nous n'avons que peu ou pas d'emprise. Ainsi la hausse des coûts due aux progrès constants de la médecine, la mise au point de nouveaux médicaments, mais aussi les facteurs démographiques. La nouvelle

Fils de paysan âgé de 49 ans, Fritz Schiesser fait déjà partie des vieux routiers du Palais fédéral. Ce notaire et avocat n'avait que 36 ans lorsqu'il réussit, en 1990, à passer du Grand Conseil glaronnais au Conseil des Etats, où il appartient au groupe radical. Fritz Schiesser habite à Haslen, dans le canton de Glaris, et est père d'un garçon de neuf ans. Il préside le Conseil des Etats en 2004.

révision de la loi sur l'assurance-maladie devrait certes freiner quelque peu cette évolution, mais les coûts continueront à grimper bien au-delà du taux d'inflation général.

Pouvez-vous être plus précis ? Un taux se situant entre 3 et 5% me paraît tout à fait réaliste. On ne peut guère espérer mieux, à moins que les caisses cessent de prendre en charge intégralement certains nouveaux traitements très coûteux. Il sera toutefois difficile de réunir une majorité autour d'une telle mesure.

Venons-en au chômage, principal souci des Suisses. Par rapport aux taux de chômage enregistrés dans le reste de l'Europe, nous ne nous en tirons finalement pas si mal avec nos 3 ou 4% de sans-emploi. La réalité des chiffres ne joue pas un rôle déterminant dans l'esprit des gens, car le chômage peut frapper n'importe qui. C'est donc la perception subjective qui compte pour les personnes confrontées à la précarité de l'emploi.

Auparavant, la question de l'AVS et de la prévoyance professionnelle n'avait encore jamais été citée aussi souvent comme préoccupation majeure. Cette inquiétude est-elle justifiée à vos yeux ? Pour l'AVS, nous avons atteint un niveau qu'il s'agit de préserver. Là où des besoins se font sentir, nous devons y répondre par des prestations complémentaires. Mais je tiens pour impossible un relèvement général du niveau de cette assurance. Notre objectif doit être au moins de maintenir celui-ci.

D'un autre côté, quasiment personne ne peut vivre aujourd'hui avec les rentes maximales de l'AVS. Est-ce à dire que la prévoyance devient toujours plus une affaire privée ? La prévoyance privée va effectivement gagner du terrain. C'est là une des conclusions tirées des récents débats. Et nous autres politiques devons préparer la population à cette réalité.

A la question de savoir ce qu'ils pensent de l'évolution de leur situation économique personnelle, 58% des sondés ne prévoient aucun changement au cours des prochains mois. Les Suisses ne croient-ils plus à la croissance, ont-ils perdu leur optimisme ? Ce résultat reflète aussi le niveau de vie élevé dont nous jouissons en Suisse. Beaucoup de gens ont compris qu'ils pouvaient déjà s'estimer heureux de conserver ce

Le Baromètre des préoccupations du Credit Suisse

En 1976, le Bulletin du Credit Suisse réalisait pour la première fois un sondage d'opinion représentatif prenant la température de la population suisse. La réalisation scientifique en avait été confiée à la société Isopublic. A l'époque, le chômage était déjà la préoccupation majeure des Suisses, avec un indice de 75%, suivi de la protection de l'environnement et de la prévoyance vieillesse. Par la suite, le Bulletin a commandé chaque année une enquête similaire, les questions pouvant toutefois varier d'une fois à l'autre. Les choses ont changé en 1995, lorsque le Bulletin a demandé à l'Institut de recherches GfS à Berne de se charger du volet scientifique. Depuis lors, l'enquête est réalisée selon une grille standard permettant de comparer les données dans le temps. Ce qui fait du Baromètre des préoccupations du Credit Suisse un instrument unique prenant année après année le pouls de la population suisse en âge de voter.

niveau de vie. Pour moi, cela exprime malgré tout l'espoir que les choses restent au moins en l'état.

Les résultats du Baromètre des préoccupations indiquent depuis des années une perte de confiance dans la classe politique. Cela ne vous alarme-t-il pas ? Je n'aurais jamais imaginé que le Conseil des Etats n'inspire confiance qu'à 29% de la population, soit moins encore que le Conseil national. Je ne vois aucune explication à cela. En fait, j'ai toujours estimé que nous faisons du bon travail au Conseil des Etats. Mais la population n'est manifestement pas de cet avis. Je suis également surpris que les deux Chambres jouissent d'une confiance nettement plus faible que le Conseil fédéral. Bien sûr, le Parlement véhicule une image très contrastée. Et nous avons connu, ces derniers temps, quelques scandales qui n'ont certainement pas contribué à renforcer la confiance dans la classe politique.

Mais cette tendance persiste déjà depuis des années. La Suisse traverse indéniablement une période de doute. Le but de l'action politique doit être de renverser cette tendance. Les gens doivent pouvoir croire à nouveau en l'avenir.

Comment imaginez-vous votre année à la tête du Conseil des Etats ? La redistribution des sièges rendra-t-elle votre tâche plus difficile ? Je pars du principe que les règles de comportement en vigueur au Conseil des Etats resteront les mêmes, qu'elles soient écrites ou tacites.

Qu'est-ce qui compte le plus pour vous ? Que l'âpreté des discussions n'exclue pas la loyauté et le respect mutuel, et que le

fond l'emporte sur les querelles de personnes.

En va-t-il donc autrement au Conseil national ?

Les séances du Conseil des Etats sont bien moins spectaculaires. Les attaques personnelles comme celles auxquelles on assiste parfois au Conseil national sont mal vues chez nous. Ici, la règle est : être dur sur le fond, modéré et collégial dans le ton. C'est d'ailleurs la meilleure façon de défendre des positions claires.

Les conseillers aux Etats se tutoient-ils ?

Oui, ainsi le veut la coutume. N'étant que 46, ils se connaissent tous personnellement. Je pense que cet esprit collégial se perpétuera avec les nouveaux membres. Si tel n'était pas le cas, présider ce Conseil deviendrait alors plus difficile.

Quels sont pour vous les trois principaux objets de la prochaine législature ? En tout premier lieu, la politique économique et la croissance. Toute une série de questions gravitent autour de ce thème, dont l'assainissement des finances fédérales. Je vois dans les assurances sociales, assurance-maladie incluse, une deuxième priorité. Au troisième rang, je placerais la sécurité en général qui, pour moi, inclut aussi bien la politique d'asile et la politique à l'égard des étrangers que les relations de la Suisse avec l'Europe. Nous ne pourrions pas éluder cette question, même lorsque les négociations bilatérales auront été achevées.

Si vous deviez faire un vœu pour 2004, quel serait-il ? Au niveau politique, j'aimerais pouvoir aiguillonner le pays tout entier pour qu'il retrouve le feu sacré. Il faut que les Suisses croient de nouveau en leur avenir et en leurs capacités.

Une solution durable pour le deuxième pilier

En juin 2003, la Winterthur Vie a présenté un nouveau modèle de prévoyance professionnelle. Dans le même temps, des augmentations de primes ont été annoncées. Les deux thèmes ont été confondus – à tort – lors du débat public qui a suivi. **Eva-Maria Jonen, Customer Relation Services, Winterthur Vie**

➤ Grâce à ses versements dans le deuxième pilier, chaque assuré économise pour ses vieux jours et est également couvert pour les risques décès et invalidité. Or, il se trouve qu'en Suisse, les cas d'invalidité ont fortement augmenté au cours des dernières années. Cette évolution a des répercussions aussi bien pour le secteur de l'assurance que pour l'assurance-invalidité fédérale.

La dernière adaptation de tarif effectuée par la Winterthur Vie remonte à 1997 et se basait sur les probabilités d'invalidité pour la période 1986–1990. Mais depuis cette époque, une hausse de plus de 40% des cas d'invalidité a été enregistrée à la seule Winterthur. Parallèlement, les frais administratifs s'y rapportant (notamment les frais d'expertise et les dépenses générées par les nouveaux dossiers) ont eux aussi augmenté.

Pour en tenir compte, la Winterthur Vie a décidé d'adapter ses primes de risque et de coûts et a communiqué cette mesure en même temps qu'elle présentait le «Modèle Winterthur». La hausse des primes, résultant du fort accroissement des cas d'invalidité de ces dernières années, n'a sûrement pas été une nouvelle agréable pour les clients de la Winterthur Vie. Mais elle n'a rien à voir avec le nouveau modèle.

Une offre privilégiant la sécurité

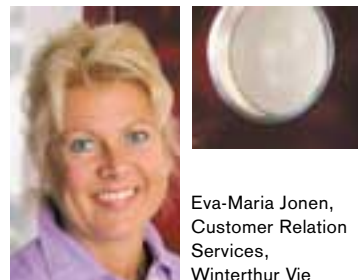
Les petites et moyennes entreprises, en particulier, sont généralement affiliées à

une fondation collective pour la prévoyance professionnelle. La Winterthur propose à ces entreprises et à leur personnel une offre axée sur la sécurité et caractérisée par des garanties étendues, une grande stabilité dans la prévoyance professionnelle et la possibilité de planifier celle-ci. Sont notamment garantis :

- un taux d'intérêt minimum, adapté chaque année à l'évolution des taux ;
- les valeurs nominales (autrement dit, le capital d'épargne vieillesse échappe au risque de change) ;
- les rentes en cours, aussi longtemps que la personne assurée est en vie.

Contrairement à ce qui a été dit dans les médias, le «Modèle Winterthur» n'entraîne pas de frais supplémentaires : la flexibilité accrue et l'autonomie partielle dont dispose désormais la fondation collective ainsi que des taux de conversion réalistes en matière de prévoyance surobligatoire garantissent la stabilité des contributions de prévoyance vieillesse pour les employés et les employeurs. Cet avantage décisif permet d'atteindre deux objectifs importants de prévoyance professionnelle : la stabilisation des coûts et une sécurité élevée des rentes grâce à des garanties tenant compte des réalités.

La Winterthur a ainsi mis au point une solution viable et durable aux problèmes du deuxième pilier, solution qui prend en considération la nouvelle donne et garantit, y compris dans le futur, le versement des rentes.



Eva-Maria Jonen,
Customer Relation
Services,
Winterthur Vie



ruth.hafen@credit-suisse.com

La folie des ours en gomme

Un petit ours rouge, un jaune, un vert, deux orange. «Deux ours orange? Evitez les Bédouins!» Ce message sibyllin de l'oracle des ours en gomme s'avère être, plus loin dans le texte, une référence à un aspect douteux de mon caractère: la vérité ne serait pas mon fort.

L'oracle constate une tendance – quoique «minime» – à bluffer, à dissimuler et à altérer la vérité. Et maintenant, il faut encore que je me fasse savonner par des devins virtuels? Je lis tous les matins mon horoscope dans le journal sur le trajet du bureau. Une lecture éphémère, puisque j'ai déjà oublié à la seconde phrase ce que disait la première. C'est pourquoi il ne me reste d'autre choix que de consulter l'oracle virtuel sur www.gummibaerchen-orakel.ch.

Un petit ours rouge, trois verts, un orange. «Chapeau bas! Vous avez subi des épreuves et en avez tiré les leçons. Cela à un si jeune âge. Bravo!» Voilà qui me plaît déjà mieux. Le sujet des petits ours en gomme commence à m'intéresser. Sur www.haribo.com, j'apprends différentes choses sur les gommes fruitées. Par exemple, quelle couleur correspond à quel goût. La combinaison «vert = fraise» m'intrigue quand même. Bien que, si l'on pense aux fruits sur les étals des grands distributeurs...

Un petit ours rouge, un jaune, un blanc, un vert, un orange. «Oh là! N'auriez-vous pas triché?» Sans commentaire. «Vous êtes ou bien un filou, ou bien un génie. Vous optez pour le génie?» On dirait qu'ils me connaissent, ou alors quelqu'un a mouchardé. Je quitte le monde des oracles pour me plonger dans la recherche fondamentale sur les ours en gomme.

Un site allemand spécialisé (www.gummibaeren-forschung.de) m'informe des dernières découvertes de la recherche en matière d'ursidés: «Influence du sachet sur le comportement social des ours en gomme», «Epilepsie et électro-encéphalogramme chez l'ursus elasticus vulgaris» et «Diversité communicationnelle des ours en gomme». Mais rien dans le domaine économique-financier. Pourtant, il y aurait eu une multitude de thèmes possibles, par exemple: «Profil d'investissement des ours en gomme». Peut-être qu'un expert se laissera tenter et écrira un article sur le sujet?

Tous orange, mes ours. Après d'innombrables essais avec l'oracle, cette accumulation me cause du souci. Par chance, ma tendance à la filouterie a un pendant positif, à savoir «votre esprit d'innovation, votre créativité. Votre vie promet d'être riche en couleurs!» Je fais donc la paix avec les ours orange.

Ruth Hafen

Réactions sur le Bulletin 5/2003

Des retombées concrètes

Lecteur fidèle et attentif du «Bulletin du Credit Suisse» depuis de nombreuses années, j'avais à cœur de vous féliciter – vous et vos collaborateurs – de l'intérêt et de la haute tenue de cette publication, l'une des meilleures dans les domaines de la banque et de la finance. J'en parle en connaissance de cause, pour avoir été moi-même rédacteur-auteur du «Bulletin de la Banque Hentsch & Cie», puis de la revue «Réflexions» de Darier Hentsch & Cie, revue supprimée depuis la fusion de cette banque avec Lombard Odier.

Il vous intéressera peut-être de savoir que la qualité du «Bulletin du Credit Suisse» m'a incité à racheter une position d'actions Credit Suisse, position dont un gérant d'une autre banque m'avait bêtement recommandé la vente il y a une année. C'est dire que la lecture d'un bulletin comme le vôtre peut aussi avoir des retombées concrètes.

Georges-André Cuendet, Cologny

On peut se poser des questions

Je suis entièrement d'accord que l'aménagement du territoire serait une tâche importante. Mais elle ne peut être résolue d'une simple juxtaposition des 3000 plans communaux. Toutefois, je ne suis absolument pas d'accord avec l'auteur au sujet des transports publics (Bulletin 5/03). Il est absurde de propager de telles idées, en contradiction avec les accords de Kyoto signés par la Confédération. C'est encore une absurdité que de supprimer la desserte en surface au profit de quelques lignes nationales et internationales, les plus profitables.

Si ce seul critère financier avait prévalu lors de la construction de nos lignes de chemin de fer, aucune n'existerait. Une mise en réseau soulagerait pour une bonne part l'engorgement des lignes dites rentables. Mais tant que les besoins économiques à court terme l'emportent sur ceux de l'environnement à long terme, l'on peut se poser des questions.

Albert Hahling, Aigle

D'accord? Pas d'accord?

Chers Lecteurs,

Donnez-nous votre opinion! Courrier des lecteurs:
Credit Suisse Group, rédaction Bulletin, GCBB,
case postale 2, 8070 Zurich,
ou bulletin@credit-suisse.com

Matières premières : un bon placement

Dans le contexte actuel, les matières premières constituent un placement particulièrement attrayant.

Lynn Lee, Financial Products

➤ La canicule de cet été, rendant impossible la navigation sur le Rhin, a fait flamber les prix de l'essence ; dans le même temps, la guerre en Irak a renchéri le coût du fioul. Jusqu'ici, les possibilités de participer directement aux hausses des cours des matières premières étaient limitées pour les investisseurs privés. Tout au plus ceux-ci pouvaient-ils acquérir des parts de fonds de placement en actions de sociétés de matières premières. Cependant, le succès de tels placements ne dépend pas seulement de l'évolution des prix, mais aussi du management des sociétés, pas toujours à la hauteur.

CS Commodity Fund Plus permet désormais aux investisseurs de placer leurs capitaux dans un fonds indicel composé uniquement de matières premières. Les clients profitent par ailleurs d'une gestion de trésorerie professionnelle, avec à la clé des revenus supplémentaires potentiels. CS Commodity Fund Plus permet aussi de se prémunir contre les risques géopolitiques. En cas de crise, en effet, les cours des matières premières prennent l'ascenseur, alors que les marchés d'actions sont pénalisés. En revanche, si la croissance économique se confirmait l'an prochain, il y a fort à parier que les matières premières en seraient les premiers bénéficiaires, car elles constituent le premier maillon de la chaîne de production.

La croissance économique en Asie devrait, à moyen terme, favoriser la demande de matières premières, plus particulièrement dans les domaines de l'énergie et des métaux de base. Enfin, un autre élément a son importance : les matières premières sont une catégorie d'actifs faiblement corrélée aux actions et aux obligations, ce qui les rend particulièrement attrayantes en tant qu'instrument de diversification. ■

Grande diversification du marché

Composition du Goldman Sachs Commodity Index (GSCI), dont CS Commodity Fund Plus est une réplique.

Source : Goldman Sachs Commodity Index

Energie	66%	Pétrole brut, brent, essence sans plomb, fioul, gasoil, gaz naturel
Métaux industr.	7%	Aluminium, cuivre, plomb, nickel, zinc
Métaux précieux	2%	Or, argent
Agriculture	17%	Blé, blé rouge, maïs, soja, coton, sucre, café, cacao, jus d'orange
Bétail	8%	Bovins vivants et d'engraissement, porcs maigres

Notes de lecture

Familienunternehmen erfolgreich führen

Par André von Moos, édition reliée, en allemand, 216 pages, ISBN 3-03823-010-3



Diriger une entreprise familiale est loin d'être facile. Qui ne souvient de « Dallas » et des luttes à couteaux tirés entre Bobby et J. R. Ewing ? Les liens de famille peuvent rendre difficile le travail quotidien dans l'entreprise, voire mettre en péril la réussite de celle-ci. Dans son livre, André von Moos (qui fait lui-même partie de la sixième génération d'une famille de chefs d'entreprise)

ne prétend pas livrer de recettes infaillibles, mais insiste sur l'importance de la « Corporate Governance » dans les entreprises familiales. Car celles-ci ont à faire face à un défi particulier : il leur faut soigner cet équilibre savant entre famille, capital, chefs d'entreprise et entreprise sur des générations de façon à éviter que la « jointure » ne vienne à craquer. Pour illustrer ses thèses, l'auteur donne de nombreux exemples tirés de sa propre expérience, présente les principaux modèles de management et explique les subtilités du droit fiscal et des sociétés que le règlement de la succession doit prendre en compte. Quantité de tableaux et de graphiques, un glossaire concis et d'intéressantes indications bibliographiques complètent opportunément l'ouvrage.

Ruth Hafen, rédaction Bulletin

The Southwest Airlines Way

Par Jody Hoffer Gitell, édition reliée, en anglais, 319 pages, ISBN 0-07-139683-7



Jody Hoffer Gitell analyse dans son livre le succès de la compagnie aérienne américaine Southwest Airlines. Succès pour le moins inhabituel puisque cette société est bénéficiaire depuis plus de trente ans.

L'auteur décrit les stratégies qui ont assuré la pérennité de la compagnie et constate que ces stratégies reposent sur des fondements simples :

des objectifs communs, le respect mutuel et une politique d'information toujours ouverte et sincère. Mais les dirigeants ne se contentent pas de belles paroles. Ils savent traiter leurs collaborateurs selon des principes éthiques, y compris au quotidien. Un exemple parmi d'autres : en cas de problème, au lieu de chercher des coupables, on cherche des solutions. Le credo implicite est que les collaborateurs donnent le meilleur d'eux-mêmes. Si le résultat recherché n'est pas atteint, c'est que le système lui-même doit être modifié. Jody Hoffer Gitell émaille son propos de déclarations d'employés de Southwest Airlines et établit de nombreuses comparaisons avec d'autres compagnies aériennes. Une annexe détaillée comportant des données statistiques illustre les thèses présentées. Marcus Balogh, rédaction Bulletin

► Autres comptes rendus sous la rubrique Financial Bookshelf du site Web de Credit Suisse Private Banking à l'adresse www.credit-suisse.com



emagazine présente : forum en direct sur les PME le 15 janvier 2004

Thème	Un forum en ligne sur les petites et moyennes entreprises (PME) se tiendra sur emagazine le 15 janvier 2004 de 14 à 16 heures. Hans-Ulrich Müller, responsable au Credit Suisse des PME en Suisse, répondra à vos questions sur les PME (du business plan à la transmission d'entreprise), que vous pouvez poser dès maintenant sous la rubrique « Finanz » d'emagazine.
Série sur les PME	L'esprit d'innovation existe en Suisse, et c'est parmi les PME qu'on recense le plus d'étoiles montantes. emagazine lance une série d'articles sur les PME innovatrices de Suisse. Le premier article est consacré à la société Gyga Light Casings, spécialiste des bagages rigides en fibres composites.
Opération de Noël	Le Credit Suisse et la Winterthur soutiennent tous les ans plusieurs organisations caritatives. Dans le cadre d'une opération de Noël, emagazine présente un projet illustrant chacune des six œuvres d'entraide suivantes : Swisscontact, Comité international de la Croix-Rouge, Helvetas, Pro Infirmis, Fondation Suisse de Cardiologie, Société suisse de la sclérose en plaques.
Soufflerie aérodynamique	La dernière saison n'a pas été la meilleure pour Sauber-Petronas. Mais tout changera certainement en 2004 grâce aux deux nouveaux pilotes, Giancarlo Fisichella et Felipe Massa, et à la soufflerie aérodynamique (70 millions de francs) de dernière technologie. emagazine a placé sa caméra dans le vent et livre des images exclusives ainsi que des informations passionnantes.
Autres sujets	+++ Tout sur les Credit Suisse Sports Awards et sur l'élection des sportifs de l'année +++ Interview vidéo de Martin Neff, Head Swiss Economic Research, sur le thème : « L'économie suisse au ralenti » +++ Informations sur les coulisses du football et articles sur l'histoire du football sur le nouveau site www.credit-suisse.com/fussball +++ Espoirs et difficultés d'un canton périphérique : Glaris +++

Wealth Management

Excès d'optimisme sur les marchés financiers

La politique monétaire et fiscale expansionniste commence enfin à porter ses fruits en stimulant nettement la conjoncture. Cela vaut tout particulièrement pour l'économie américaine, en forte croissance. Seule l'Europe continentale reste largement en dehors de ce courant. La reprise économique s'y produira certainement avec le retard habituel de six mois environ et y sera relativement modérée.

Le climat sur les marchés financiers se caractérise actuellement par un bel optimisme, comme il ressort d'une enquête réalisée par Robert Shiller, de la célèbre Yale School of Management. Selon cette étude, environ 90% des investisseurs privés et institutionnels estiment que les marchés d'actions progresseront dans les douze mois à venir. Un aussi large consensus laisse un peu perplexe.

La reprise économique mondiale va certes se poursuivre, mais nous prévoyons un recul de la dynamique de croissance dès le second semestre 2004. Ensuite, les effets stimulants de la politique monétaire et fiscale devraient s'atténuer aux Etats-Unis. Mais ce sont avant tout les déséquilibres persistants de l'économie mondiale qui militent contre une accélération de la croissance à plus long terme. Voici donc ce qui attend les investisseurs en 2004 :

- Les turbulences sur les marchés financiers vont de nouveau augmenter. C'est pourquoi il ne faut pas négliger les instruments de placement offrant une protection du capital.
- Les taux longs ne devraient progresser que modérément. Etant donné que la pression haussière sera plus forte sur les taux américains, nous donnons la préférence aux obligations en euros et en francs suisses, au détriment des emprunts en dollars.
- Sur les marchés d'actions, les rendements devraient être positifs, quoique modestes. Si, comme nous nous y attendons, la dynamique de croissance faiblissait aux Etats-Unis ou si les risques géopolitiques augmentaient, les Bourses en feraient de nouveau les frais. Des réallocations entre valeurs cycliques et secteurs peu sensibles à la conjoncture sont probables.
- Le dollar va encore se replier face à l'euro, au franc suisse et au yen.



Bernhard Tschanz Head Research & Publications

Strategy

- 39** Conjoncture
De nombreux signes indiquent une croissance économique modérée. Reste à savoir si celle-ci sera durable.
- 40** Marchés d'actions
Après un début positif, l'année 2004 ne devrait pas tarder à connaître un contexte difficile.

Topics

- 46** Perspectives 2004
L'évolution réelle du PIB suisse au cours des quatre dernières années n'est guère brillante. On attend maintenant les signes d'une amélioration durable de la conjoncture.
- 50** Secteur des voyages
La croissance de l'industrie des voyages n'a cessé de s'accélérer depuis les années 1980. Un revirement va-t-il maintenant se produire ?
- 52** Marchés émergents
Les économies émergentes ont tiré les leçons d'une série de crises douloureuses : de nouveaux embrasements sont peu probables.

► www.credit-suisse.com/emagazine
Votre lien avec notre savoir-faire

Prévisions

Eurotaux (3 mois)

	Fin 2002	Au 17.11.2003	Dans 3 mois ¹	Dans 12 mois ¹
Etats-Unis	1,4	1,2	1,2	1,9
UEM	2,9	2,2	2,1	2,3
Grande-Bretagne	4,0	4,0	3,9	4,3
Japon	0,1	0,1	0,1	0,1
Suisse	0,6	0,3	0,3	0,5

Rendement des emprunts d'Etat (10 ans)

Etats-Unis	3,8	4,2	4,5	4,9
UEM	4,2	4,3	4,3	4,4
Grande-Bretagne	4,4	4,9	4,8	4,9
Japon	0,9	1,3	1,4	1,3
Suisse	2,2	2,8	2,7	3,0

Taux de change

USD/EUR	1.05	1.18	1.15	1.25
JPY/USD	119.0	109.0	108.0	100.0
CHF/EUR	1.45	1.56	1.54	1.55
CHF/USD	1.38	1.32	1.34	1.24
CHF/GBP	2.23	2.23	2.26	2.07

Croissance économique

(variation du PIB par rapport à l'année précédente)

	2002	Valeurs actuelles	2003 ¹	2004 ¹
Etats-Unis	2,4	3,5 (3T/03)	3,0	4,0
UEM	0,8	0,3 (3T/03)	0,6	1,3
Grande-Bretagne	1,7	2,0 (3T/03)	2,0	2,5
Japon	0,1	2,5 (3T/03)	1,8	1,1
Suisse	0,2	-0,6 (3T/03)	-0,4	1,0

Indices boursiers

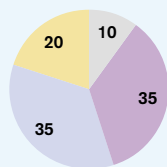
		Fin 2002	Au 17.11.2003	Dans 12 mois ²
Etats-Unis	S&P 500	879,82	1 043,63	0
Japon	TOPIX	843,29	971,89	+
Hongkong	Hangseng	9 321,29	11 997,02	0
Allemagne	DAX	2 892,63	3 674,54	+
France	CAC 40	3 063,91	3 359,30	0
Grande-Bretagne	FTSE 100	3 940,40	4 338,90	0
Italie	BCI	1 091,89	1 233,33	0
Espagne	IBEX	6 036,90	7 134,00	0
Pays-Bas	AEX	322,73	328,95	0
Suisse	SMI	4 630,80	5 274,70	0

¹ Prévisions

² Par rapport au MSCI Monde : + Surperformance 0 Performance du marché - Sous-performance

Allocation stratégique d'actifs en francs suisses

Profil équilibré



	Marché monétaire	Obligations	Actions	Placements alternatifs	Total
Suisse	10,0	24,5	16,5		51,0
Europe (euro)		10,5	3,0		13,5
Japon			2,25		2,25
Amérique du Nord			11,75		11,75
Asie			1,5		1,5
Mixte				20,0	20,0
Total	10,0	35,0	35,0	20,0	

L'emagazine du Credit Suisse propose encore toute une sélection de données et informations économiques : www.credit-suisse.com/emagazine.

Conjoncture

Quelle durée pour la reprise économique mondiale ?



Beat Schumacher

D'abord forte, la dynamique de croissance devrait faiblir aux Etats-Unis dès le second semestre 2004.

La conjoncture dans la zone euro montre peu à peu des signes de redressement.

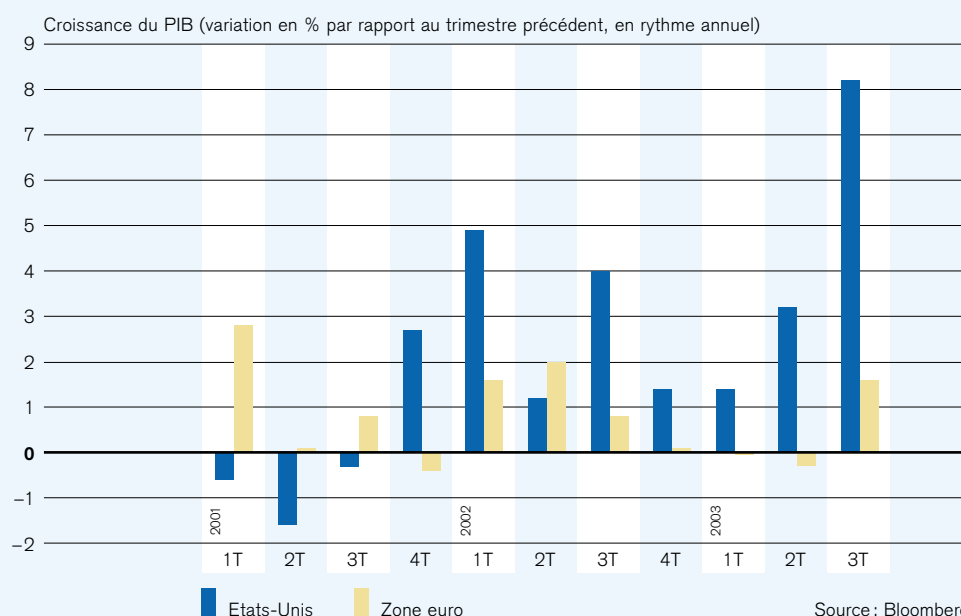
Le climat conjoncturel était sombre au début de l'année, et l'annonce d'une reprise au second semestre a souvent été accueillie avec scepticisme. Le coup de fouet donné par la politique fiscale et monétaire aux Etats-Unis s'est pourtant traduit par une progression impressionnante du produit intérieur brut (PIB), qui gagnait 8,2% en glissement annuel au troisième trimestre. Même si un rythme aussi soutenu ne peut pas durer, le soutien apporté par les nouvelles mesures fiscales prévues au printemps prochain, la relance des investissements et les effets de stocks positifs devraient permettre à la croissance de déborder quelque peu sur 2004. Et les derniers développements – positifs – sur le marché du travail laissent escompter une consommation privée toujours assez vigoureuse. Il est permis malgré tout de douter de la pérennité de la reprise économique. Vu la persistance des déséquilibres et la perte d'effet des stimulants, un fléchissement de la

dynamique de croissance est probable aux Etats-Unis au second semestre 2004. En Asie aussi, le taux d'expansion actuel pourrait, avec le temps, redescendre doucement de ses sommets. Des mesures restrictives supplémentaires visant à lutter contre la surchauffe en Chine se répercuteraient sur toute l'Asie, où la croissance est largement tributaire des exportations vers l'empire du Milieu. Les premiers signes d'une amélioration apparaissent dans la zone euro. Après s'être légèrement contracté au deuxième trimestre, le PIB a progressé de 0,4% au troisième trimestre. La croissance a été principalement soutenue par les exportations nettes, mais cet élan ne se communiquera que lentement à la demande intérieure, de sorte que la reprise économique devrait rester modeste en 2004. Aux Etats-Unis comme dans la zone euro, les taux d'inflation devraient atteindre leur plus bas au printemps, pour légèrement remonter ensuite.

La reprise est là, mais pour combien de temps ?

Les Etats-Unis une nouvelle fois locomotive de la conjoncture

D'importantes mesures de stimulation ont dopé la croissance aux Etats-Unis. La zone euro suit avec un certain retard.



La Bourse à nouveau dopée par les élections aux Etats-Unis ?



Christian Gattiker-Ericsson

Début 2004, les Bourses devraient d'abord être bien orientées, avant de fléchir sous l'effet du ralentissement de la dynamique de croissance et de la hausse des taux d'intérêt.

Les valeurs cycliques devraient cesser de surperformer au premier trimestre et laisser la place aux titres défensifs cotant à un niveau avantageux.

En matière de turbulences, l'année boursière 2003 ne le cède en rien aux deux millésimes précédents, à la différence près que la plupart des marchés d'actions ont, au final, enregistré des rendements positifs.

Beaucoup d'investisseurs se demandent de quoi sera faite l'année boursière 2004. Les amateurs de recettes simples peuvent tirer espoir de l'approche des élections présidentielles aux Etats-Unis. En effet, au cours des soixante dernières années, les actions ont toujours affiché des rendements positifs durant l'année électorale américaine, et pas seulement aux Etats-Unis. En termes fondamentaux, nous estimons toutefois que le climat boursier favorable attendu début 2004 tient à quatre éléments : redressement probable de la conjoncture mondiale, momentum bénéficiaire positif, consolidation des bilans et évaluations modérées.

Reste à savoir si ces bonnes dispositions dureront toute l'année. La réponse devrait d'abord dépendre de la robustesse de la croissance mondiale et du comportement des banques centrales. La situation pourrait se corser au second semestre avec le ralentissement de la dynamique expansionniste. En tout cas, les centres d'intérêt devraient changer : après une année 2003 dominée par les valeurs à risque, 2004 pourrait sonner l'heure de la séparation du bon grain et de l'ivraie. Au lieu des espoirs et des thèmes sectoriels, ce sont les résultats et les progrès opérationnels des entreprises qui pourraient désormais focaliser l'attention.

Sur le plan géographique, les marchés d'actions asiatiques devraient continuer à bien se démarquer, mais un potentiel de rattrapage est en train de se former en Europe continentale. Vu l'évolution conjoncturelle

SMI, Euro Stoxx, S&P 500, Nasdaq

Après le plongeon, une tendance haussière continue

Les craintes liées à la guerre en Irak ont pesé sur les cours au premier trimestre. Mais les marchés sont repartis à la hausse dès la mi-mars, réagissant avec soulagement à la nouvelle situation. Les liquidités injectées par les banques centrales les ont soutenus pendant tout l'été, tandis qu'en automne, les signes concrets de la reprise économique tant attendue donnaient un nouvel élan aux Bourses.



mesurée et le faible niveau d'évaluation, les bonnes surprises devraient davantage venir de là que du Japon en 2004. Les actions américaines sont comparativement chères. Sur le plan sectoriel, les branches cycliques devraient encore surperformer sur fond de hausse des Bourses. Le regard se porte avant tout sur les valeurs industrielles cycliques de haut niveau qualitatif comme General Electric et Siemens et sur les valeurs de l'électronique telles que Canon, Sharp et Thomson.

Plus tard dans l'année, d'importants remaniements de portefeuille pourraient avoir

lieu entre secteurs sensibles à la conjoncture et branches défensives sous-évaluées. Nous privilégions ici les segments de croissance du secteur de la santé d'une part, les opérateurs télécoms affichant une bonne rentabilité d'autre part. Le secteur de la santé continue à se négocier avec une prime historiquement basse. Selon nous, cela reflète les craintes d'un recul de la croissance des ventes chez quelques poids lourds de la pharmacie au cours des prochaines années. Cela dit, certains segments comme la technique médicale ou la biotechnologie présentent un potentiel de croissance supérieur à la moyenne. Parmi

ces valeurs réservées aux investisseurs conscients des risques, nous recommandons Nobel Biocare et Actelion.

A l'inverse, la croissance bénéficiaire des opérateurs télécoms repose d'abord sur un potentiel d'économies encore exploitable. La hausse des revenus en découlant devrait profiter aux actionnaires à travers une progression des dividendes et des rachats d'actions. Le Credit Suisse recommande Cable & Wireless en Europe et, pour des raisons d'évaluation, SBC Communications aux Etats-Unis et NTT Docomo au Japon.

Préférences par pays, par secteurs et par titres (état le 19 novembre 2003)

Le potentiel de rattrapage augmente en Europe continentale

Outre les marchés asiatiques, toujours prometteurs, les places financières d'Europe continentale devraient réserver quelques bonnes surprises. D'autant plus qu'un potentiel de rattrapage est en train de s'y former.

	Europe	Suisse	Amérique du Nord	Japon	Asie hors Japon
Pays	Allemagne				Corée
					Thaïlande, Taiwan
Secteurs (régionaux)	Produits industriels	Banques	Technologies de l'inform.	Produits de précision	Approvisionnement
	Automobile	Produits industriels	Produits industriels	Semi-conducteurs	Energie
	Télécommunications				Semi-conducteurs
Secteurs (globaux)	1				
Comp. aériennes/transports (–)					Cathay Pacific
Automobile (+)	Volkswagen			Nissan Motor	
Banques (0)	Crédit Agricole	UBS			
Matières premières (0)					
Chimie (0)		Ciba SC			
Construction (0)		Holcim			Siam Cement
Biens de consommation (0)	Unilever	The Swatch Group P			
Energie (0)	BP		ExxonMobil		
Machines/électrotechnique (+)	Siemens	Rieter	General Electric	Fanuc	
Boissons (–)/alimentation (0)					
Tabac (0)					
Assurances (0)	Generali	Swiss Re			
Services inform./logiciels (0)	SAP				
Médias (0)			Walt Disney		
Santé (0)	Fresenius Medical Care	Novartis, Nobel Biocare			
Papier et cellulose (0)					
Immobilier (0)				Mitsui Fudosan Co.	Wharf Holdings Ltd.
Commerce de détail (0)			Home Depot	Ito-Yokado	
Matériel technologique (+)	Thomson		Flextronics	Canon, Sharp	
Semi-conducteurs (+)			Intel	Tokyo Electron	Samsung Electr., TSMC
Équipementiers télécoms (–)			Cisco		
Prestataires télécoms (+)	Cable & Wireless	Swisscom		NTT DoCoMo	
Approvisionnement (–)					Huaneng Power
Divers (–)			Boeing/Schlumberger	Nomura Holding	Daewoo Shipbuilding&Ma.

Fonds de placement recommandés : Clariden Core Plus Fixed Income CHF, RMF Umbrella-Convertible Bond Europe, Nordea 1 Far Easter Value Fund USD, Schroder ISF Japanese Equity, Templeton Growth (EUR) Fund, Pictet F-Eastern Europe P. Autres fonds sous www.fundlab.com

¹ Par rapport au MSCI Monde : + Surperformance 0 Performance du marché – Sous-performance

Source : Credit Suisse

Taux 2004 : le marché monétaire lui aussi à un tournant



Anja Hochberg

Les taux d'intérêt sont orientés à la hausse sous l'effet de la reprise économique mondiale.

Le retour à la normale sur le plan conjoncturel fait aussi remonter les taux courts.

Une croissance robuste se profile aux Etats-Unis pour les prochains mois. Il faudra cependant attendre courant 2004 pour savoir si le fort rebond induit par la politique monétaire et fiscale débouchera sur une expansion durable soutenue par un marché du travail stable. Dans l'intervalle, des problèmes conjoncturels devraient resurgir épisodiquement, mais ils n'empêcheront guère la hausse générale des taux d'intérêt. L'expérience montre toutefois qu'ils pourraient freiner la remontée des taux sur le marché des capitaux. Quoi qu'il en soit, une reprise économique bien établie finit toujours par faire repartir à la hausse aussi bien les taux réels (loyer de l'argent) que les primes d'inflation.

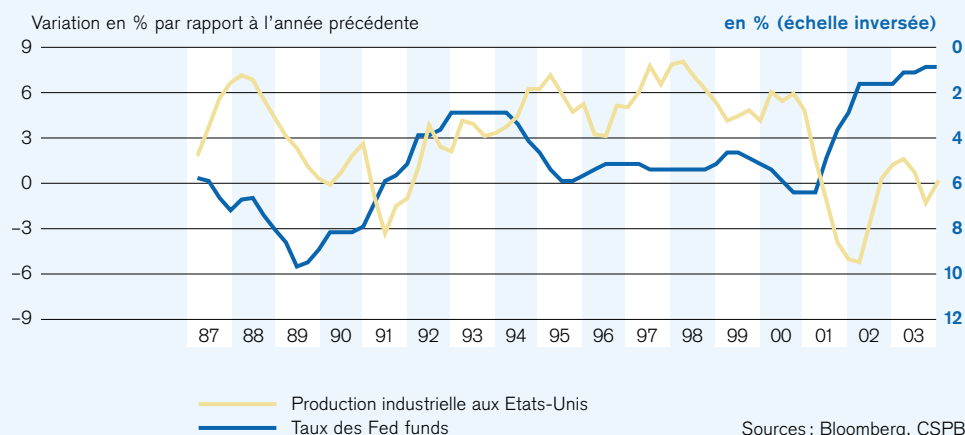
Avec le lent retour à la normale, nous devrions assister également à une hausse des taux courts, même s'il ne faut pas s'attendre à un rapide revirement de la politique monétaire. En effet, la banque centrale américaine

ne commencera à relever lentement ses taux que le jour où le marché du travail présentera les signes certains d'un redémarrage. Les gardiens de l'euro pourraient même s'accorder un peu plus de temps avant de procéder à une première hausse des taux. La croissance s'établira peut-être l'an prochain dans la zone euro également. Toutefois, les impulsions issues des échanges commerciaux extérieurs ne se transmettront que lentement à la conjoncture intérieure. La fermeté de l'euro a aussi un effet favorable sur les perspectives d'inflation en Europe. Un euro fort ne limite pas seulement la pression haussière sur les taux courts, il permet également au marché obligataire européen d'échapper, au moins en partie, aux influences d'outre-Atlantique. Les euro-obligations devraient donc beaucoup gagner en attrait par rapport à leurs pendants américains.

La production industrielle doit encore augmenter

La Fed ne resserrera pas les taux avant l'été

L'amélioration de la situation sur le marché du travail est la clé d'une croissance durable aux Etats-Unis. C'est seulement ensuite que la Fed pourrait donner un prudent tour de vis monétaire.



Monnaies

La baisse contrôlée du dollar : un défi pour 2004



Marcus Hettinger

L'évolution du dollar est régie par des cycles longs.

Malgré la faiblesse du dollar en 2004, les fluctuations des taux de change peuvent comporter des opportunités.

Le dollar a poursuivi sa descente commencée en 2002. D'où l'interrogation des investisseurs : cette tendance à la baisse d'une valeur encore si forte au milieu des années 1990 persistera-t-elle en 2004 ? La balance courante et le budget des Etats-Unis affichent des déficits structurels qui pourraient, dans un contexte international de faibles taux d'intérêt américains, ouvrir la porte à une poursuite de la baisse contrôlée du billet vert l'année prochaine. Historiquement, l'évolution du dollar obéit à des cycles longs de cinq à sept ans. Les investisseurs doivent cependant garder à l'esprit que ces longues variations de cours d'ordre structurel sont fréquemment émaillées de mouvements contraires liés à la conjoncture (voir graphique). La politique monétaire et fiscale expansionniste des Etats-Unis devrait encore soutenir la croissance et le dollar pendant les six premiers mois de l'année, mais l'économie

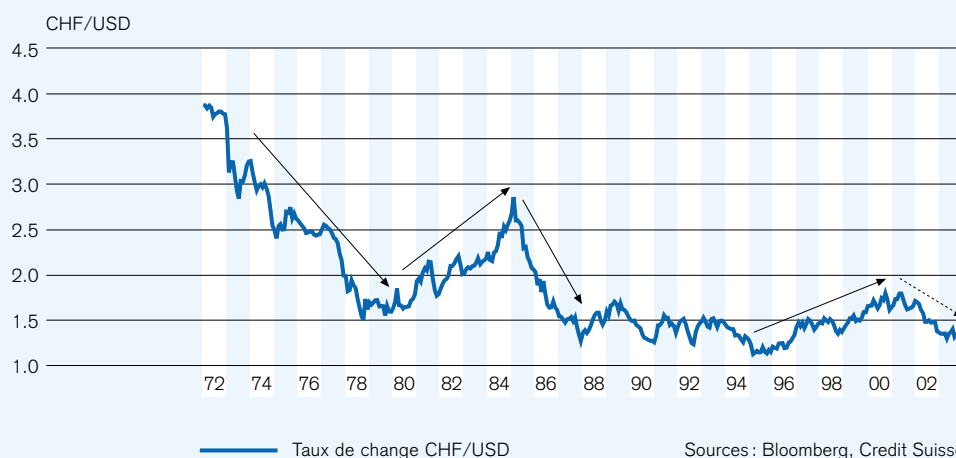
américaine accusera probablement une perte de dynamisme au cours du second semestre. Au vu de l'énorme besoin de financement, le billet vert risque de perdre encore beaucoup de terrain. Quant au franc suisse, qui ne peut échapper à la faiblesse générale du dollar, son cours évoluera de façon latérale par rapport à l'euro. La politique monétaire de la Banque nationale suisse, qui restera elle aussi expansionniste pour la majeure partie de l'année, ainsi que la croissance modérée de la Suisse limiteront les possibilités d'un renforcement du franc contre l'euro.

En 2004, les taux de change seront encore soumis à des fluctuations importantes, que ce soit pour des raisons économiques ou politiques (élections présidentielles aux Etats-Unis). Toutefois, la volatilité ne comporte pas seulement des risques, elle peut également receler des opportunités.

L'évolution du dollar se fait par cycles de plusieurs années

La faiblesse du dollar se poursuit en 2004

Historiquement, il est rare que le cours du dollar reste stable sur une longue période. Comme en 1985, les déficits jumeaux (balance courante et budget de l'Etat) sont au cœur des problèmes rencontrés par le billet vert.



Placements décorrélés des marchés : quel bilan pour 2003 ?



Pascal Pernet

Les stratégies long/short ont le plus profité de la volatilité des marchés.

Côté obligations, il a fallu veiller à ne pas manquer le point d'inflexion de la courbe des taux.

Les styles de placement décorrélés des marchés et participant à l'évolution des Bourses ont une bonne année derrière eux. La stratégie la plus populaire, «long/short equity», qui allie positions traditionnelles en actions et ventes à découvert en couverture des baisses de cours, compte parmi les gagnants 2003, avec une performance moyenne de 9%.

L'augmentation du nombre de fusions et d'opérations sur les marchés de capitaux a également permis aux gestionnaires adoptant des stratégies événementielles, dites «event driven», de réaliser des rendements supérieurs à 10%.

La stratégie «fixed income arbitrage», qui exploite uniquement les différences de prix sur les marchés obligataires, a été mise à rude épreuve en 2003. En été, les taux d'intérêt se sont orientés à la hausse, mettant ainsi un

terme abrupt à plusieurs années d'évolution contraire. Pour les gestionnaires privilégiant ces stratégies, il était particulièrement important de ne pas manquer le moment. Les turbulences de l'été ont été maîtrisées avec plus ou moins de succès et, à 6%, ce style de placement affiche un rendement moyen inférieur à celui des années précédentes.

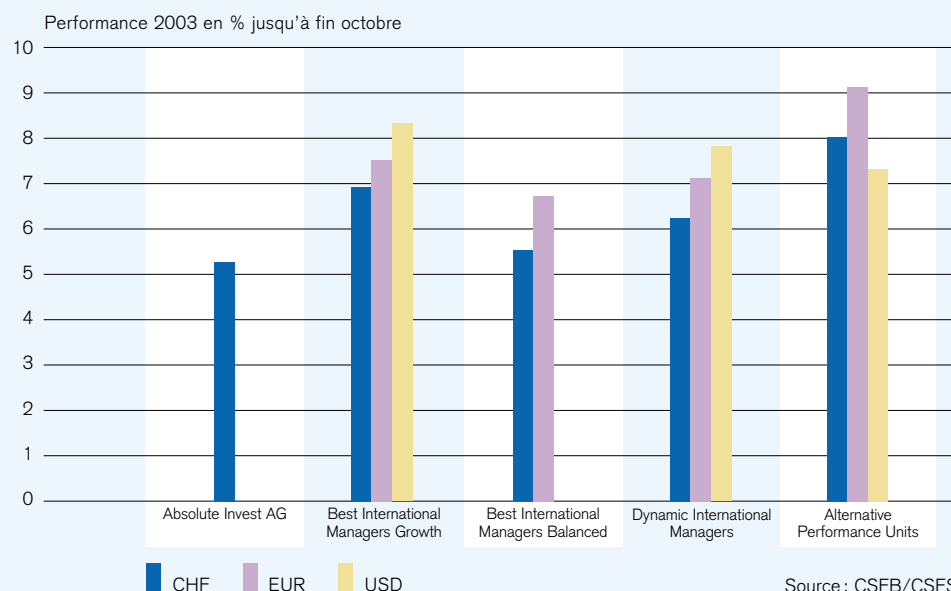
La gamme de produits décorrélés de Credit Suisse Private Banking confirme largement ces résultats. Le graphique présente les instruments centrés sur un des styles de placement précités ou composés d'un mélange de plusieurs styles. Les produits avec protection du capital n'ont pas été pris en compte.

A notre avis, l'environnement ne devrait guère changer en 2004, d'où notre conseil de rester engagé dans les placements alternatifs.

Exemple tiré de la gamme de produits CSPB

Un bilan qui réconcilie avec les turbulences passées

Les différences présentées par les certificats Dynamic International Managers (long/short equity) s'expliquent par le coût de la couverture des risques de change. Les certificats CS Alternative Bond Performance se situent nettement au-dessus de la moyenne de leur catégorie. Les produits appliquant des stratégies mixtes ont non seulement atteint le rendement visé mais ils l'ont même, dans bien des cas, largement dépassé.



Conseil en placement 2003

«Tous les certificats GIP s'inscrivent dans le positif depuis début 2003»

Depuis un an, le Bulletin consacre cette rubrique à l'évolution du Global Investment Program GIP. Daniel Brupbacher, chef Marketing and Sales, Credit Suisse Investment Management, dresse à présent un dernier bilan de notre conseil en placement 2003. **Interview : Daniel Huber, rédaction Bulletin**



«Notre méthode de sélection nous a vraiment permis de choisir les meilleurs gestionnaires dans toutes les stratégies»

Daniel Brupbacher, chef Marketing and Sales, Credit Suisse Investment Management

Daniel Huber Monsieur Brupbacher, êtes-vous satisfait de la performance 2003 des certificats GIP ?

Daniel Brupbacher Oui et non ! Oui, si je considère la performance depuis le début de l'année, avec des certificats évoluant tous dans le positif. Non, si je regarde l'évolution depuis leur émission, puisque seuls environ trois quarts des certificats cotent au-dessus du pair et affichent ainsi un rendement positif. Le GIP a néanmoins battu ses concurrents durant ces dix-huit derniers mois extrêmement difficiles pour les marchés financiers.

Concrètement, quels sont les facteurs ayant agi négativement sur le cours des choses ?

Comme vous le savez, les marchés d'actions ont évolué à un très bas niveau en 2002. Cette tendance baissière a surtout érodé la performance globale des tranches de mars et juin 2002, tous profils de risque confondus. Depuis le lancement de ces produits, le dollar américain est en outre orienté à la baisse, ce qui est égale-

ment préjudiciable aux certificats GIP en francs suisses. Ceux-ci s'inscrivent pourtant tous dans le positif depuis le début de l'année, prouvant ainsi que l'approche multigestionnaire est pertinente et que la forte proportion de placements alternatifs est payante.

A propos des gestionnaires, quelle est au juste leur performance ? Le bilan est très réjouissant. Les benchmarks ont été nettement battus, notamment avec les stratégies actions, les placements alternatifs et les stratégies opportunistes. C'est d'ailleurs ce qui me permet d'envisager l'évolution future du GIP avec confiance. Notre méthode de sélection nous a vraiment permis de choisir les meilleurs gestionnaires dans toutes les stratégies.

Dans le dernier Bulletin, vous avez évoqué des changements et des adaptations ; pouvez-vous nous en dire plus maintenant ?

Nous travaillons toujours d'arrache-pied à l'intégration du GIP dans la chaîne de valeur ajoutée de notre division. Nous avons donc prévu pour début 2004 une grande opération de marketing, au cours de laquelle nous présenterons le GIP dans le cadre d'une vaste campagne publicitaire en Suisse et à l'étranger. De plus, nous avons étoffé le personnel chargé de gérer le GIP et couvert contre franc suisse une partie de nos importantes positions en dollars. Last but not least, nous avons consolidé notre place sur le marché en adaptant nos tarifs.

Désirez-vous encore ajouter quelque chose au sujet du conseil en placement du Bulletin pour 2003 ? J'aimerais juste rappeler que par sa conception, le GIP est un produit peu volatil et donc peu sujet à fluctuations. Aussi l'allocation d'actifs, c'est-à-dire la

répartition des avoirs entre les différentes catégories de placements, est-elle extrêmement défensive. La forte proportion de placements alternatifs a un effet stabilisant sur le produit tout entier et devrait porter ses fruits dans les mois à venir.

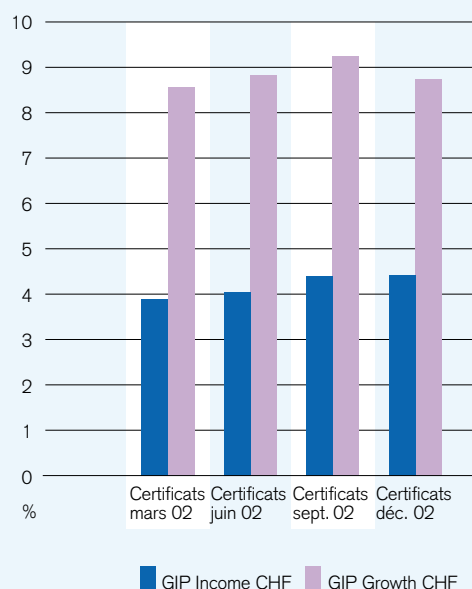
Informations sur le GIP :

► www.credit-suisse.com/gip

Performance janvier – octobre 2003

Stratégies GIP à la hauteur en 2003

Les deux profils de risque GIP ont fait leurs preuves en 2003. La stratégie Growth et la stratégie plus défensive Income affichaient toutes deux de bons résultats à fin octobre.





Les brouillards de la récession se dissipent peu à peu

Aidée par la reprise à l'étranger, l'économie suisse sort de la récession et retrouve lentement le chemin de la croissance. Source : Credit Suisse

Variation en %	2002	2003	2004
Produit intérieur brut réel	0,2	-0,4	1,0
Consommation privée	0,7	0,5	0,5
Consommation publique	1,9	1,6	1,0
Dépenses d'équipement	-9,3	-5,0	0,9
Dépenses de construction	2,1	-0,3	1,0
Exportations (biens et services)	-0,4	-0,3	1,4
Importations (biens et services)	-3,5	-2,1	0,8
Prix à la consommation	0,6	0,6	0,7
Taux de chômage	2,5	3,7	4,0

La confiance passe par la croissance

Reprise: le mot est sur toutes les lèvres, sous toutes les plumes. Pourtant, la croissance économique réelle n'aura pas dépassé 0,4% entre 2001 et 2004. Le potentiel de croissance de la Suisse est donc encore loin d'être épuisé. **Alois Bischofberger, chef économiste, et Martin Neff, Economic and Policy Consulting**

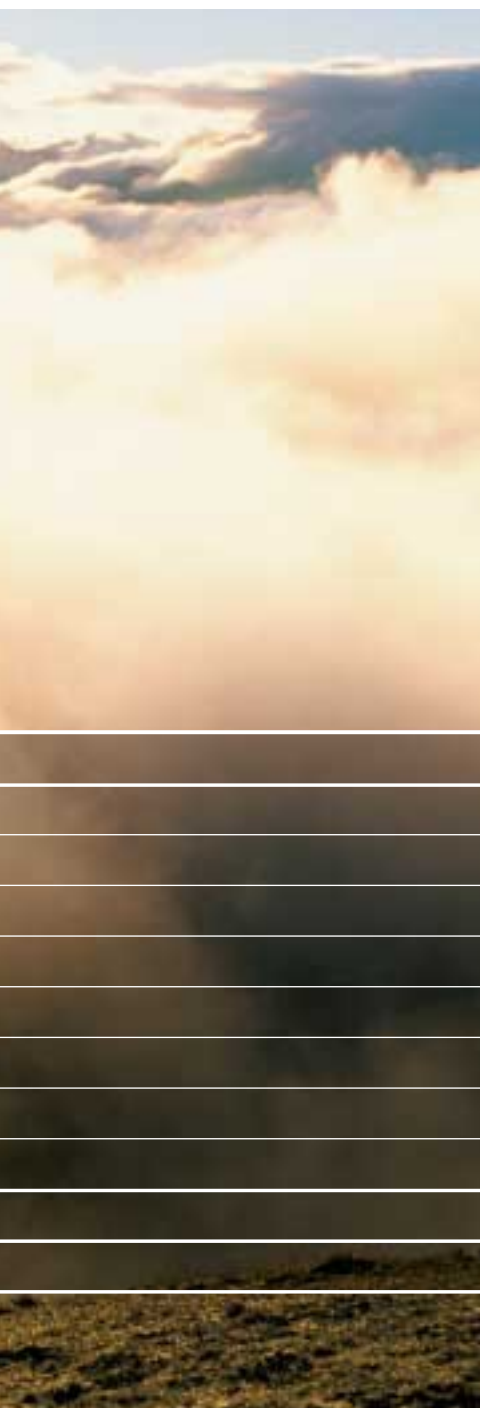


Photo: Angelo Cavalli/The Image Bank

La performance économique réelle de la Suisse au cours des quatre dernières années n'a vraiment rien d'impressionnant. En effet, si le produit intérieur brut (PIB) augmentait effectivement de l'ordre de 1% l'an prochain, cela signifierait que la croissance n'aurait été en moyenne que de 0,4% par an de 2001 à 2004. Un taux d'expansion qui frise la stagnation et se situe bien en dessous de la moyenne des pays industrialisés et, pire, de celle de l'Union économique et monétaire, elle-même déjà très en retard. Cette tendance perdure depuis le début des années 1990.

Le parlement nouvellement élu a donc une mission toute trouvée: créer les conditions nécessaires à une croissance plus vigoureuse en se battant sur quatre fronts. Premièrement, la politique financière devra rétablir l'équilibre entre dépenses et recettes publiques, ce qui permettra d'abord de stabiliser la dette et la quote-part de l'Etat, puis de les réduire. Deuxièmement, il faudra renforcer les facteurs de concurrence en appliquant strictement la nouvelle loi sur les cartels, en renonçant à toute nouvelle subvention ou en supprimant certaines, en réalisant le marché intérieur et en libéralisant les secteurs réglementés. Une concurrence accrue favorisera l'innovation et induira des gains de productivité. Troisièmement, la protection sociale doit être consolidée à long terme dans l'intérêt des générations futures. Quatrièmement, la Confédération et les cantons doivent poursuivre les réformes dans le domaine de l'éducation afin de préparer notre pays aux exigences d'une société du savoir.

Même menées tambour battant, les réformes ne permettent pas de stimuler la croissance économique à brève échéance. La de-

mande intérieure jouera d'abord un rôle de second plan dans la reprise économique qui se dessine. Les principales impulsions viendront des marchés extérieurs. La faible progression de la consommation des ménages s'explique par le recul de l'emploi, qui perdurera durant une partie de 2004. Les facteurs suivants joueront également un rôle: nouvelle hausse du chômage dans les premiers mois de 2004 (de 3,7% actuellement à 4,1 ou 4,2%), faible accroissement des salaires nominaux, perte de pouvoir d'achat due à la hausse des tarifs publics et des primes d'assurance-maladie, craintes des ménages à l'égard de l'emploi et des revenus.

Pour l'instant, les dépenses d'équipement ne vont guère, elles non plus, stimuler la croissance. Les investissements productifs des entreprises souffrent depuis plus de deux ans de la faiblesse des exportations, de la diminution des capacités dans le secteur des services financiers et des attentes prudentes en matière de chiffres d'affaires et de bénéfices. L'horizon devrait s'éclaircir en 2004. La crise de l'investissement des trois dernières années a fait naître un certain besoin de rattrapage du côté des équipements à renouveler et de la rationalisation. En outre, la meilleure utilisation des capacités impliquera des investissements d'extension. Le financement des investissements sera facilité par l'augmentation des revenus des entreprises, par la hausse de la Bourse et par des taux d'intérêt favorables. Pour autant, les firmes n'abandonneront pas totalement leur frilosité. Tous ceux qui doutent du caractère durable de la reprise économique mondiale exhortent à la prudence.

En ce qui concerne la construction, les investissements afficheront une évolution

contrastée. Quelques lueurs d'espoir apparaissent depuis l'été dans le secteur du logement. Le nombre de logements neufs achevés ou en cours de construction est de nouveau en légère hausse, tout comme celui des permis de construire. De plus, le faible taux de vacance et des considérations de rendement devraient faire progresser la demande en 2004. Par contre, la pléthore de surfaces de bureaux, notamment dans la région de Zurich, pèsera sur l'immobilier commercial. Si la poursuite des grands projets d'infrastructures est assurée, il ne faut pourtant pas en attendre des impulsions supplémentaires, compte tenu des efforts d'économies des collectivités publiques.

Les impulsions viennent de l'étranger

Les perspectives étant plutôt moroses sur le plan intérieur, les regards se tournent vers la demande extérieure. A juste titre ? Depuis près de deux ans, l'industrie d'exportation suisse est confrontée à trois problèmes : sa grande dépendance à l'égard de l'Allemagne, sa forte orientation sur les biens d'équipement et la part élevée du secteur financier dans l'exportation de services. Un tournant se dessine en la matière. L'Allemagne est en train de sortir de la stagnation, la demande mondiale d'investissements va reprendre et les marchés financiers internationaux vont poursuivre leur redressement. En 2004, l'économie d'exportation sera donc placée sous une meilleure étoile que ces trois dernières années.

La Banque nationale suisse (BNS) s'efforcera encore, par sa politique monétaire, de soutenir la conjoncture et de contrer la pression à la hausse sur le franc. Parmi les quatre principaux axes de la politique monétaire – conjoncture, stabilité des prix, taux de change et évolution de la masse monétaire –, seul le dernier justifie un tour de vis. Par ailleurs, nous prévoyons une légère hausse du cours du franc pondéré en fonction des échanges et une inflation moyenne de 0,7% en 2004, soit à peine plus que le 0,6% de 2003. De nombreux indices laissent donc penser que la BNS maintiendra les taux d'intérêt à un bas niveau pendant une partie de l'année et qu'elle ne s'engagera que lentement dans une politique plus restrictive.



«La Suisse a besoin de signaux clairs»

Alois Bischofberger (à droite) et Martin Neff,
Economic and Policy Consulting

Avec une hausse du PIB de 1% en 2004, l'économie suisse restera, pour la quatrième année consécutive, en deçà de son niveau de croissance potentielle. Il faudrait avant tout que l'Europe parvienne, ce qui est peu probable, à rattraper les Etats-Unis pour que l'économie suisse passe à la vitesse supérieure. D'un autre côté, la reprise pourrait se révéler encore plus timide si les impulsions globales venant des Etats-Unis faiblissaient dès les premiers mois de 2004 ou si les consommateurs helvétiques, paralysés par la peur de l'avenir, se serreraient la ceinture au point de faire reculer la consommation réelle. Au cours des vingt-trois dernières années, un tel repli n'a toutefois été enregistré qu'une fois, en 1993. Nous prévoyons donc une croissance positive, bien que faible, de la consommation suisse.

La fiscalité freine la consommation

Pour répondre à la question de savoir si la consommation peut retrouver son ancienne vigueur, il faut d'abord clarifier la notion de consommation privée. Mathématiquement parlant, la consommation des ménages représente 60% du PIB, ce qui montre son poids dans le système de comptabilité nationale (CN). Elle est en outre moins volatile sur le long terme que d'autres composantes du PIB et exerce donc un effet stabilisant sur le cours de la conjoncture.

Toutefois, pour les personnes peu au fait des systèmes et des méthodes statistiques, la consommation privée ne correspond pas exactement en général à ce qui figure dans la statistique de la CN. Elle est souvent associée aux dépenses de consommation «pures», c'est-à-dire aux biens et services que le consommateur peut acheter à sa guise dans le commerce. Dans la statistique économique, une grande partie de cette consommation «pure» se retrouve dans les chiffres d'affaires du commerce de détail, mais ces derniers ne représentent qu'une partie de la consommation privée figurant dans les statistiques. Où se cache alors le reste ?

L'enquête sur la consommation de l'Office fédéral de la statistique fournit les premiers indices. Les taxes et l'«épargne forcée», par exemple, absorbent déjà plus d'un tiers du potentiel de consommation. Les principales composantes en sont les cotisations aux caisses de pension et les primes d'assurance, ainsi que les taxes et les impôts. A y regarder de plus près, le niveau de ces frais est toutefois moins inquiétant que la fulgurante progression de ceux-ci au cours des années 1980 et 1990.

Au moins 20 à 30% des dépenses des ménages concernent en outre des biens et services soumis à des réglementations. Par exemple, le loyer englobé à lui seul au moins 17% du revenu brut d'un ménage moyen, et même un bon quart en chiffres nets. Les distorsions du marché dues aux réglementations réduisent la liberté de décision du consommateur pour l'achat de certains biens et services. Le choix est restreint, les considérations d'utilité marginale passent au second plan. Le système de comptabilité nationale intègre ainsi des dépenses de consommation concernant des catégories de biens et services pour lesquelles on ne saurait parler de décision d'achat économiquement rationnelle.

Nous avons donc affaire à une sorte d'effet de «crowding out», où la consommation autonome est supplantée par une consommation de base plus ou moins institutionnalisée. Cet effet est encore accentué par le processus d'absorption du pouvoir d'achat, qui va en se renforçant. Aujourd'hui, on estime que le ménage suisse moyen ne peut disposer librement que de la moitié de son revenu environ. Ces facteurs ont d'ailleurs

été intégrés dans nos prévisions sur la consommation privée. Nous estimons que ce phénomène exerce pour le moins un effet ralentisseur sur la croissance, d'autant que le processus d'éviction décrit plus haut devrait encore s'accélérer en 2004. Tarifs publics, hausses d'impôts, augmentation des primes d'assurance-maladie, mesures d'économies des collectivités publiques,

autant de sujets qui figureront à l'agenda politique 2004. En conclusion, nous pensons que les facteurs constituant un frein à la croissance l'emporteront également en 2004. L'augmentation potentielle de la consommation et l'appétit de consommation resteront certainement bridés tant que les 40% restants du PIB n'enverront pas des signaux clairs annonçant une amélioration

durable de la conjoncture. Car, chez le consommateur aussi, la confiance passe par la croissance.

Alois Bischofberger

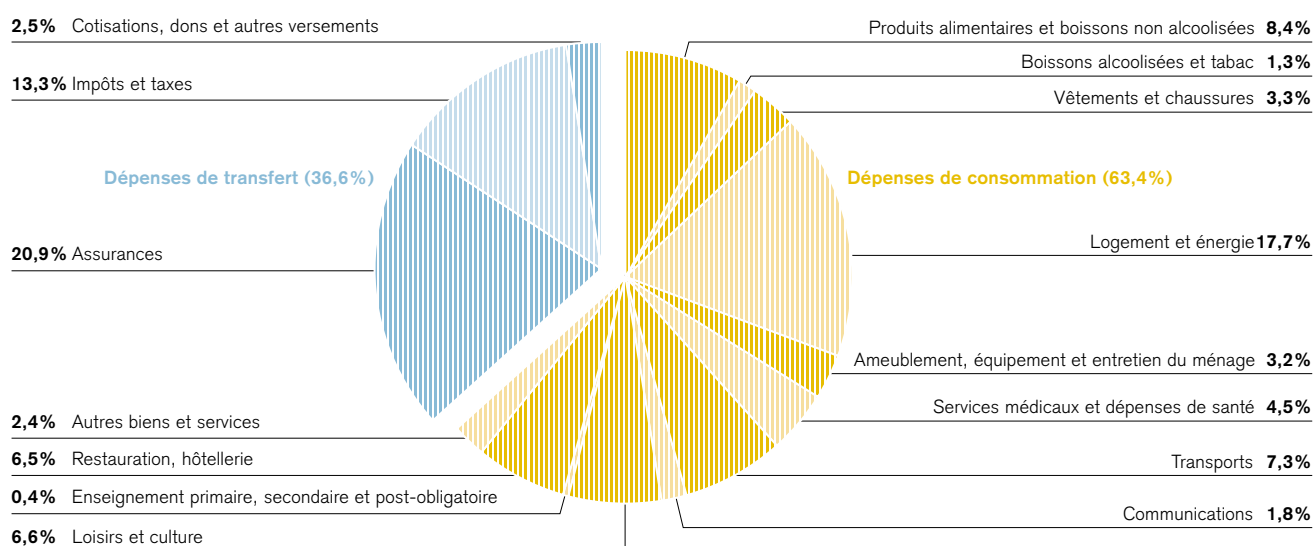
Tél. 01 333 61 26, alois.bischofberger@credit-suisse.com

Martin Neff

Tél. 01 333 24 84, martin.neff@credit-suisse.com

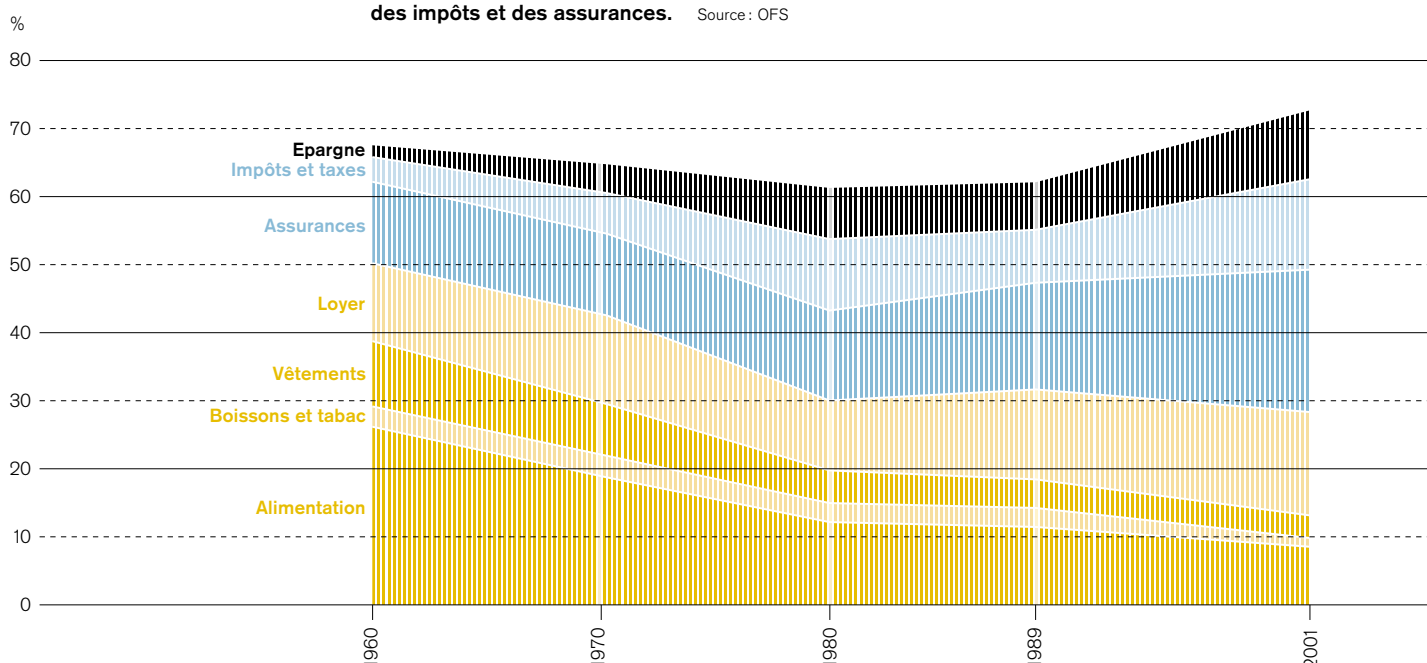
Structure des dépenses 2001: potentiel de consommation limité

Les dépenses de transfert absorbent plus d'un tiers du potentiel de consommation des ménages. La fiscalité, les primes d'assurance-maladie et les efforts d'économies des pouvoirs publics seront donc des points importants de l'agenda politique 2004. Source: OFS



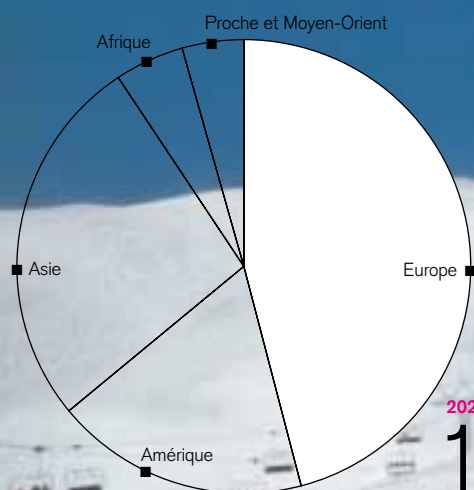
La « consommation forcée » augmente toujours

La consommation autonome diminue au profit d'une « consommation forcée » plus ou moins institutionnalisée. Ce phénomène ressort clairement de l'augmentation de la part des taxes, des impôts et des assurances. Source: OFS

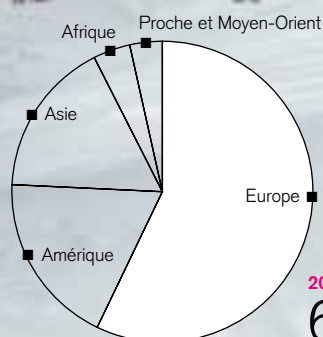


Un voyage vers l'inconnu

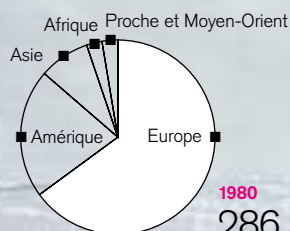
Au cours de la seconde moitié du XX^e siècle, l'industrie du tourisme a fait un véritable bon en avant : le marché a connu une croissance régulière et la liste des diverses destinations s'est considérablement allongée. La tendance est-elle maintenant en train de s'inverser ? **André Pantzer, Economic & Policy Consulting**



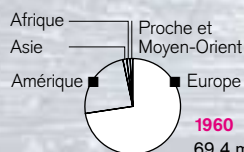
2020 (prévisions)
1600 mio. d'arrivées



2000
687,4 mio. d'arrivées



1980
286,5 mio. d'arrivées



1960
69,4 mio. d'arrivées

Le tourisme international explose

Depuis les années 1980, la croissance dans la branche du tourisme s'accélère.

Au cours de ces dernières années, l'Asie, en particulier, a considérablement renforcé sa position sur le marché international, cela au détriment de l'Europe. Une tendance qui devrait se maintenir.

Source : Organisation mondiale du tourisme

La situation n'est guère favorable aux voyages : attentats, SRAS et faible conjoncture internationale se conjuguent pour plonger l'industrie du tourisme dans une crise sans précédent depuis des décennies. Si la croissance du marché se poursuit au niveau mondial, elle est toutefois nettement moindre qu'il y a encore quelques années. Seules certaines destinations tirent leur épingle du jeu, la plupart outre-mer. Le Vieux Continent – pourtant de loin le plus touristique – perd des parts de marché. Les compagnies aériennes, les voyagistes et les hôtels ont beau multiplier les offres spéciales, rien n'y fait. Il faut dire que les touristes ont changé ces dernières années et qu'ils prêtent désormais plus d'attention aux tarifs. Ils sont également plus exigeants et souhaitent se voir offrir des produits variés et complexes. Les voyages individuels prennent le pas sur les autres formes de tourisme, et les vacances découverte dans des pays dits exotiques ont de plus en plus de succès. Les agences de voyages comme les hôtels doivent s'adapter à cette évolution : aujourd'hui, on voyage plus, mais moins longtemps – et surtout plus spontanément.

Marché saturé pour les agences de voyages

La Suisse est particulièrement touchée par le recul du tourisme. Selon une enquête effectuée par Credit Suisse Economic & Policy Consulting, en collaboration avec la Fédération suisse des agences de voyages

► **L'enquête effectuée par Credit Suisse Economic & Policy Consulting, en collaboration avec la Fédération suisse des agences de voyages (FSAV), auprès d'environ 600 agences de voyages donne un aperçu de l'évolution de la branche. Les résultats en bref à l'adresse <http://research.credit-suisse.ch/de/swiss/index.jsp>**

(FSAV), auprès d'environ 600 agences de voyages, celles-ci auraient perdu près de 10% de leur chiffre d'affaires en 2002. Et les résultats seront à peine meilleurs pour 2003. Les restructurations et les mesures mises en place pour améliorer l'efficacité et réduire les coûts dans la branche sont légion. La concentration fait rage parmi les grands : les agences européennes comme TUI ou Thomas Cook se sont ainsi taillé la part du lion.

Nombre de petits prestataires sont contraints de déposer le bilan. D'autres



«La Suisse doit améliorer la compétitivité de son industrie du tourisme»

André Pantzer, Economic & Policy Consulting

tendent de réagir en réduisant leur marge au strict minimum. Mais cette guerre des prix risque surtout, à long terme, d'entraîner la disparition d'encore plus d'agences de voyages.

Et les voyagistes ne sont pas au bout de leurs peines : de nouveaux prestataires parient sur la vente de vacances en ligne, notamment les compagnies aériennes ou certaines entreprises entièrement virtuelles. Parallèlement, de petites agences apparaissent sans cesse sur le marché et la concurrence s'intensifie encore.

Hôtellerie sous pression

La crise a également un impact sur le secteur de l'hôtellerie. En effet, la baisse du nombre de touristes étrangers, qui représentent la majorité des nuitées, prend des proportions inquiétantes : le taux de remplissage des chambres, déjà faible depuis longtemps, s'est encore réduit au cours des deux dernières années.

Les problèmes structurels de la branche de l'hôtellerie sont ainsi imputoyablement mis au jour. Pour de nombreux hôtels suisses,

cette situation critique est aggravée par la concurrence accrue d'autres destinations. Certains pays ont su mieux se positionner, par exemple l'Autriche : les prix y sont nettement inférieurs aux prix helvétiques et même les Suisses sont de plus en plus nombreux à préférer désormais ce pays pour leurs vacances de ski.

Facteurs de succès

Dans le secteur des agences de voyages, qui veut garder sa place doit suivre une stratégie claire. Les grands voyagistes ont intérêt à tabler sur une présence internationale et une gamme de produits étendue. Une collaboration étroite avec d'autres prestataires, des hôtels ou des compagnies aériennes leur permet de renforcer leur position. Les agences de voyages plus modestes doivent tenter de se concentrer sur des niches et mettre en avant leur image de spécialistes. Dans ce domaine, les affaires peuvent toutefois se révéler extrêmement volatiles et incertaines (accumulation de risques).

Dans la branche de l'hôtellerie, la coopération entre hôtels et autres prestataires de services joue un rôle essentiel. De nombreux progrès ont déjà été réalisés en la matière, mais certaines régions touristiques peuvent faire mieux. Les efforts doivent également porter sur un autre élément primordial : les prix. En effet, la Suisse doit améliorer sa compétitivité sur le plan international en n'hésitant pas à recourir davantage aux offres spéciales pour des séjours sur le territoire national comme à l'étranger. Enfin, de nombreux prestataires sont à la traîne en matière d'innovation et pourraient améliorer leur offre, par exemple en proposant des vacances découverte ou détente.

Il convient toutefois de préciser que les voyagistes peuvent s'adapter à la nouvelle donne beaucoup plus rapidement que les hôteliers, souvent entravés dans leur volonté d'assainir le marché par les différentes mesures des pouvoirs publics et par la politisation du débat. Cependant, il faudra bien finir par trouver une solution pour le long terme. Car la Suisse risque gros : une mise hors-jeu dans le secteur touristique serait lourde de conséquences pour toute l'économie.

André Pantzer

Tél. 01 333 72 68, andre.pantzer@credit-suisse.com

La stabilité et les avantages de coûts portent leurs fruits

Depuis le milieu des années 1990, les entreprises étrangères assurent aux économies émergentes un apport continu d'investissements directs. Parallèlement, on constate un net recul des flux de portefeuille, c'est-à-dire des investissements privés en actions et en obligations. Source : Fonds monétaire international



Mrd USD

200

150

100

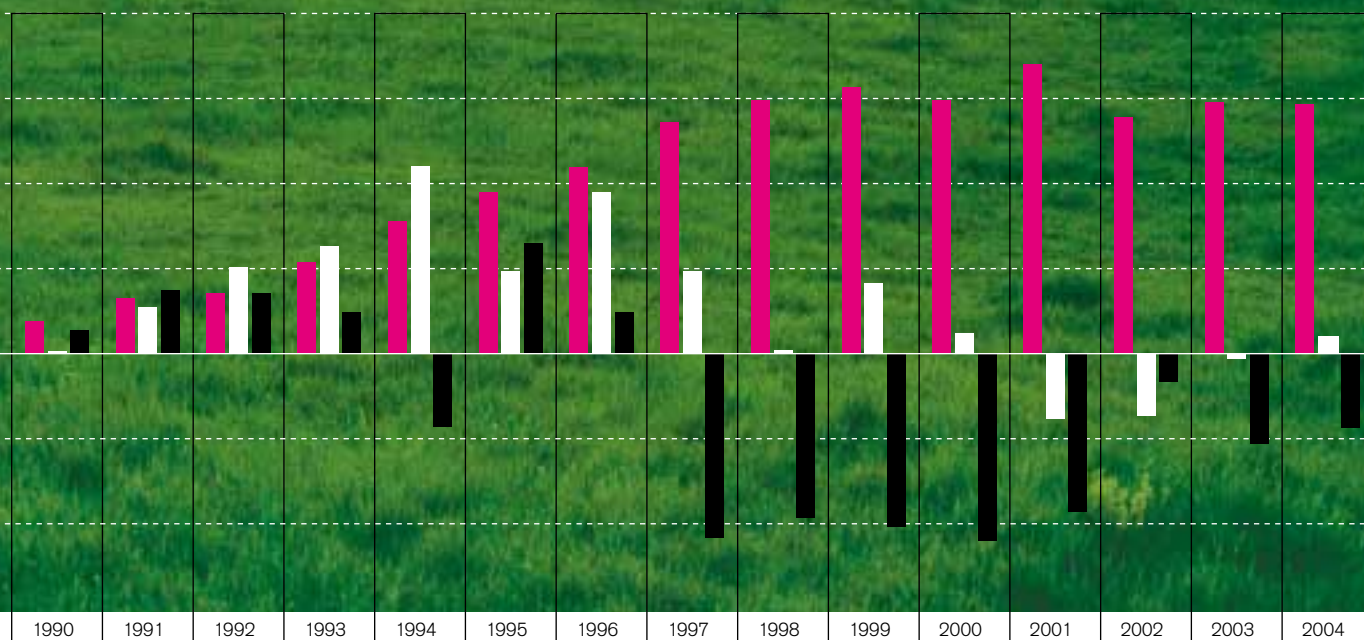
50

0

-50

-100

-150



■ Investissements directs privés (nets)

□ Flux de portefeuille privés (nets)

■ Autres flux de capitaux privés (nets)

Le passé ne présage pas de l'avenir

Nombre d'investisseurs qui se sont brûlé les doigts sur les marchés d'actions des pays émergents au cours des années 1990 hésitent maintenant à se réengager sur ces marchés. Mais un tel scepticisme est-il de mise? **Cedric Spahr, Equity Strategy**

Pour beaucoup d'investisseurs, le mot «marchés émergents» est synonyme de crises financières et monétaires ou encore d'instabilité politique. Et l'analyse objective de la performance des placements entre 1990 et 2002 vient confirmer cette présomption. Pendant ces douze années, les actions suisses ont dégagé en effet un rendement annuel de 13% avec une volatilité de 23%, tandis que les titres de pays émergents n'ont généré qu'un rendement annuel de 7% pour une volatilité de 29%.

Le potentiel de rendement est épuisé

Les investisseurs auraient donc mieux fait d'acheter des actions suisses, ce qui leur aurait aussi évité des nuits blanches pendant les crises qui ont secoué à plusieurs reprises les marchés émergents: Mexique en 1995, Asie en 1997, Brésil en 1999.

Mais comme bien souvent sur les marchés financiers, la performance passée n'est pas une référence fiable pour l'avenir. Après une période haussière de vingt ans, qui a duré jusqu'à la fin des années 1990, les titres des pays industrialisés sont relativement chers et, indépendamment de la reprise boursière actuelle, leur potentiel de rendement est épuisé à long terme. Par comparaison, les actions de nombreuses régions émergentes sont avantageuses: les Bourses des pays industrialisés affichent un rapport cours-bénéfice de 17, contre 10 pour les marchés émergents (voir graphique page 54). Une telle différence n'est pas justifiée, ne serait-ce que pour des raisons de fondamentaux. Depuis environ douze mois, les marchés d'actions des pays émergents ont nettement distancé ceux des pays développés, et leur volatilité a considérablement diminué.



«Les turbulences devraient être enfin surmontées»

Cedric Spahr, Equity Strategy

Les excès ont été corrigés

Les crises financières et économiques dans les pays émergents ont entraîné de profondes réformes structurelles, qui ont été parfois lourdes de conséquences sur le plan social. Il y a aujourd'hui beaucoup moins de

collusion entre les milieux politiques, le système financier et les entreprises, et, dans le système bancaire, les excès d'endettement du passé ont été corrigés, créant les conditions d'une croissance plus solide. Ainsi, la Corée a assaini et recapitalisé son système bancaire en l'espace de quatre ans, ce que n'ont pas réussi à faire les Japonais en dix ans. Les perspectives de croissance de l'Asie pour 2004 sont impressionnantes. Bien sûr, les conditions ne sont pas encore idéales, mais les progrès réalisés sont remarquables. Les pays d'Europe centrale et orientale ont, en prévision de leur prochaine adhésion à l'Union européenne, mis en œuvre des réformes structurelles que des pays comme l'Allemagne et la France entreprennent seulement maintenant, après de longues hésitations. Quant à la Russie, elle a acquis une nouvelle stabilité politique et économique après le capitalisme sauvage de l'ère post-communiste. Seule l'Amérique latine accuse encore un retard par rapport à la tendance mondiale, mais même des pays comme le Brésil et l'Argentine sont à présent en voie de guérison.

Dormir plus tranquille grâce aux fonds de placement

Toute reprise de la conjoncture mondiale insufflé plus de dynamisme économique aux pays émergents, traditionnellement tributaires des exportations, et stimule les marchés d'actions locaux. La performance particulièrement impressionnante des marchés émergents par rapport aux pays industrialisés, que l'on observe durant ce cycle, s'explique par une demande intérieure plus solide en comparaison historique et par une très faible évaluation des actions émergentes. Afin de réduire les risques souvent élevés liés à des pays ou à des entreprises spécifiques, les investisseurs ont intérêt à diversifier leurs placements dans les marchés émergents en optant pour des fonds de placement. Nous recommandons aux investisseurs souhaitant investir dans des actions émergentes les fonds suivants parmi ceux proposés par le service Fund Lab du Credit Suisse:

- Pictet Funds Emerging Markets P (n° de valeur 1255424)
- Swissca Emerging Markets Fund (n° de valeur 466126)

Le risque décroît

Tant les bailleurs de fonds étrangers que les entreprises et les gouvernements des régions émergentes ont tiré les leçons de ces crises douloureuses. Grâce à une plus grande stabilité macroéconomique et à de substantiels avantages de coûts, les pays émergents bénéficient depuis le milieu des années 1990 d'un flux continu d'investissements directs étrangers. Ceux-ci ont étonnamment bien résisté aux crises et représentent aujourd'hui la plus grande partie des flux de capitaux nets (voir graphique page 52). En revanche, l'importance des flux de portefeuille – actions et obligations – et des crédits a fortement diminué. Etant donné que la croissance à long terme est financée par des capitaux à long terme, conformément à la règle d'or du bilan (concordance entre la durée des actifs immobilisés et celle des engagements), les pays émergents sont beaucoup moins susceptibles de connaître des crises de liquidités à l'avenir. Les réserves en monnaie forte accumulées surtout en Europe de l'Est et en Asie réduisent en outre le risque de nouvelles crises monétaires.

La classe moyenne se développe

Les investissements dans les marchés d'actions de pays émergents se justifient surtout par la forte croissance économique de ces pays, induite elle-même par les investissements directs étrangers, ainsi que par l'expansion de la population active et la prospérité accrue. Le facteur démographique

renforce encore l'attrait des marchés émergents, d'autant que le déséquilibre de la pyramide des âges s'accroît dans les pays industrialisés en général et en Europe occidentale en particulier, ce qui risque d'affecter le potentiel de croissance des marchés d'actions de cette région. Les pays émergents ont une population plus jeune, mais aussi de mieux en mieux formée. Dès que le contexte politique se sera stabilisé et que les dirigeants mèneront une politique économique raisonnable, il sera possible d'exploiter le potentiel de croissance. Une évolution encore favorisée par le développement d'une classe moyenne de plus en plus prospère, qui devrait représenter un facteur de croissance non négligeable.

Les dix à quinze prochaines années seront caractérisées par une industrialisation accélérée du «deuxième monde», d'où une demande croissante de matières premières et d'énergie qui profitera aux pays exportateurs de matières premières tels que le Canada, la Russie, l'Afrique du Sud et le Brésil. De plus, la tendance à la globalisation et l'adhésion croissante de pays comme la Chine et l'Inde aux principes de l'économie de marché devraient empêcher le retour des turbulences des années 1990. Des crises locales pourront peut-être se produire, mais il est assez improbable qu'elles se propagent à d'autres pays comme dans les années 1990.

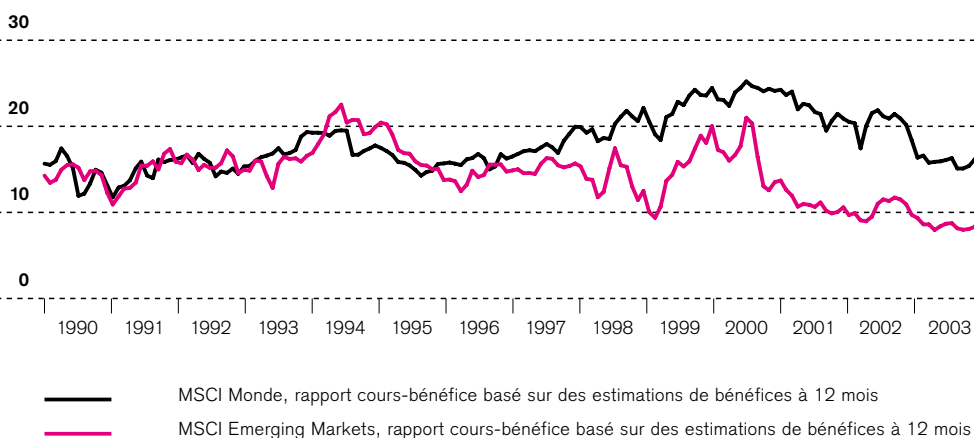
Cedric Spahr

Tél. 01 333 96 48, cedric.spahr@credit-suisse.com

La région influe sur le rapport cours-bénéfice

Les actions et les obligations des pays industrialisés se sont ressenties d'une période de hausse boursière qui a duré vingt ans. En revanche, même après les corrections, les titres des pays émergents ont un prix plus avantageux et un potentiel de rendement plus élevé. Sources: IBES, Datastream

Rapport cours-bénéfice



«Un véritable boom des exportations»

Martin K. Parsons

Directeur général de Hyundai Suisse

L'économie coréenne a-t-elle achevé sa restructuration ?

Certainement pas. On assiste actuellement à un véritable boom des exportations vers les Etats-Unis et la Chine.

Par contre, la croissance des exportations vers l'Europe est moins forte. La restructuration des conglomerats est en partie terminée et certaines sociétés externalisées ont à présent des problèmes financiers.

Quels sont les principaux partenaires commerciaux des Coréens ?

Les Etats-Unis, la Chine, le Japon, l'Europe. La Suisse affiche encore un excédent commercial avec la Corée, car ses exportations sont diversifiées et comprennent des produits de niche de grande qualité. La Corée exporte en majorité des véhicules automobiles, des navires et des appareils électroniques.

Qu'est-ce qui caractérise les produits coréens ?

En général leur très bon rapport qualité-prix, ce qui s'applique aussi à nos voitures. Hyundai offre en outre une garantie d'usine de trois ans, une qualité tout à fait concurrentielle ainsi qu'une gamme de 13 modèles, sans compter les véhicules utilitaires. Tous nos modèles sont équipés de moteurs récents et répondent donc aux normes suisses en matière de gaz d'échappement. Quant au design, il est maintenant européen. (ba)

A high-angle photograph of two men in business suits standing on a dark, patterned stone floor. The man on the left is wearing a light-colored suit and is looking down at something in his hands. The man on the right is wearing a dark suit and is gesturing with his hands while looking at the first man. The floor is made of large, dark, rectangular stone tiles. A small section of a light green floor is visible at the bottom right.

Si nous pouvions assurer **nos objectifs communs**,
c'est à la Winterthur que nous le ferions.

WinProfessional. Le concept global de sécurité pour les PME.
Gestion optimale des risques: analyse systématique des risques,
détermination claire des besoins, solutions d'assurance individuelles.
0800 809 809, www.winterthur.com/ch ou directement auprès de votre conseiller.

Nous sommes là.

winterthur



Fondue et bonnes manières, ou ce qu'en dit le site www.gourmetsleuth.com/fondue.htm : « Pour des raisons d'hygiène, ne touchez jamais la fourchette ni des lèvres ni de la langue lorsque vous la portez à la bouche, car elle est ensuite replongée dans le caquelon commun. »

Il était une fois la fondue

La fondue est connue dans le monde entier comme le plat national des Suisses. En réalité, nous la devons à une idée géniale de marketing. Ce qui ne nous empêche pas de déguster avec ferveur ce mets au fromage fondu. **Marcus Balogh, rédaction Bulletin**

C'était en 1939. Dans le but de doper les ventes de fromage, on décida de propulser sous les feux de la rampe un mets au fromage peu connu : la fondue. Il est vrai qu'à l'époque, seuls les Romands, pratiquement, dégustaient ce plat de fromage fondu. La « fondue » connut son premier succès international à l'exposition universelle de New York en 1939/1940 : le monde s'entre-déchirait, aucune lueur d'espoir ne se dessinait à l'horizon. Le fait de se réunir autour d'une table où chacun jouissait des mêmes droits quand il s'agissait de puiser dans le caquelon, constituait alors un acte symbolique, sur lequel nous reviendrons plus loin.

Quelques bons trucs

La fondue a tourné | Remettre le caquelon sur le feu, ajouter une cuillère à thé de maïzena diluée dans du vin blanc et un peu de jus de citron frais. Amener brièvement (!) à ébullition en remuant constamment.

La fondue est trop liquide | Augmenter la flamme du réchaud. Ajouter un peu de maïzena diluée dans du vin blanc ou du kirsch ou incorporer une poignée de fromage râpé. Remuer. Patienter trois minutes.

La fondue est trop épaisse | Augmenter la flamme du réchaud et ajouter un peu de vin blanc en remuant énergiquement.

Les convives en réclament encore | On peut allonger la fondue avec du fromage râpé. Augmenter légèrement la flamme du réchaud et ajouter un peu de fromage et de vin en remuant énergiquement.

Les origines de notre plat national ne sont donc pas vraiment étayées par l'histoire. Mais, en est-il autrement ailleurs ? L'Italie et les spaghettis à la napolitaine ? Les pâtes nous viennent d'Asie et les tomates d'Amérique du Sud. L'Espagne et sa paella ? Ce sont les Arabes qui ont introduit le riz en provenance de Chine, de Corée, d'Inde ou d'Iran. Et la France ? Comment un pays dont la plus grande fierté est de produire 350 variétés de fromages pourrait-il présenter un mets qui ferait l'unanimité de la nation ?

Mais nous n'avons pas à rougir de notre plat national, qui dépasse la barrière des röstis. D'autant que ses ingrédients proviennent réellement de Suisse. Et l'économie laitière étant pratiquée depuis des centaines d'années dans le pays, il était inévitable qu'un mets au fromage fondu y voie le jour. Il est d'ailleurs vraisemblable que les Suisses ont mangé des mets ressemblant à la fondue depuis bien longtemps. Dernier argument, et non des moindres : le chaudron commun a effectivement une longue tradition en Suisse et n'a pas seulement été imaginé en 1940 à New York. Qu'on se souvienne de la soupe au lait de Kappel. En 1529, les troupes des catholiques de Suisse centrale et des protestants de Zurich se font face. Va-t-on assister à un massacre ? Que nenni. On conclut un bon compromis helvétique, scellé par un repas en commun : la soupe au lait de Kappel. Les catholiques fournissent le lait, provenant de leurs pâturages alpestres,

et les protestants le pain. Même si chacune des deux armées veille scrupuleusement à ne s'asseoir que d'un côté du chaudron et à n'y puiser que dans la partie qui lui revient, tous partagent le même chaudron et le même repas. En faut-il plus pour nous prouver que la fondue est bien un plat national et qu'il est juste de défendre ce point de vue ?

Le succès grâce à la publicité

Quoi qu'il en soit, la fondue a conquis ses lettres de noblesse en cuisine. Elle le doit, d'une part, au caquelon en fonte émaillée qui permet de cuire la fondue à table et, d'autre part, à des campagnes de publicité savamment orchestrées. L'une de celles-ci a fait un tabac en Suisse alémanique à partir de 1954. L'acronyme FIGUGEGL « Fondue isch guet und git e gueti Luune » (la fondue est bonne et crée la bonne humeur), qui fit son apparition dans toutes les formes de publicité, est aujourd'hui encore présent à l'esprit de la population alémanique. Il a contribué pour une bonne part à propager la fondue dans tout le pays.

Aujourd'hui, 90% des Suisses possèdent un service à fondue. Dès qu'il commence à faire froid et que les jours raccourcissent, on dit : « c'est un temps à fondue ». L'industrie du fromage y trouve d'ailleurs son compte : elle vend ainsi quelque 8 400 tonnes de fondue prête à l'emploi, dont 3 300 en Suisse. A cela s'ajoutent les mélanges préparés par les détaillants. L'Union suisse

du commerce de fromage a estimé à trois et demie le nombre de fondues dégustées par personne et par an dans les foyers helvétiques. Cette estimation n'inclut pas le nombre considérable de fondues savourées dans les restaurants et les hôtels, en constante augmentation paraît-il – un phénomène pouvant s'expliquer par les effets

Sites Internet pratiques ou cocasses

- www.fromagesuisse.ch
- www.fromagedesuisse.com
- home.earthlink.net/~virtual.fondue/
- www.gourmetsleuth.com/fondue.htm

secondaires indésirables des agapes fromagères au foyer. Les vapeurs de fromage d'un soir – honni soit qui mal y pense – persistent bien 24 heures. En trempant son pain dans le fromage au restaurant on s'épargne d'être incommodé chez soi le lendemain.

Fromages et fédéralisme

Etat fédéraliste par excellence, la Suisse recense autant d'avis divergents sur le choix des fromages que d'amateurs de fondue. Les Neuchâtelois associent l'emmenthal au gruyère, les Fribourgeois remplacent l'emmenthal par du vacherin, les Vaudois ne jurent que par la fondue cent pour cent gruyère, alors qu'en Suisse centrale on tente un mélange de fromage à raclette, de gruyère et de sbrinz. On trouve une fondue où le cidre remplace le vin en Suisse orientale, un mélange au vacherin Mont-d'Or, une fondue moitié-moitié bien connue et, même, des additions de bleu, de schabziger et de tête de moine, qui ne font pas peur aux amateurs de sensations fortes.

Malgré cette variété, les Suisses restent néanmoins conservateurs lorsqu'on les compare aux amateurs de fondue à l'étranger. Un coup d'œil sur la Toile suffit pour s'en convaincre. Par exemple, la fondue version israélienne se compose de deux avocats cuits dans du jus de citron, du vin, de la crème aigre et de l'édam. Mais la rédaction a décerné la palme aux Américains : la fondue aux saucisses. En voici les ingrédients : deux boîtes de soupe de fromage, une tasse de bière, deux poignées de poivrons verts hachés menu. Au lieu du pain, on prend d'épaisses rondelles de saucisses, précédemment frites dans un quart de tasse d'huile. Bon appétit !

Encore une précision : le kirsch n'est pas obligatoire dans la fondue. Et si l'on veut

ajouter de l'alcool, prunelle, marc, calvados ou toute autre eau-de-vie remplaceront élégamment notre schnaps traditionnel. Cependant, l'étiquette exige qu'on demande tout d'abord l'accord de ses convives, car le goût de l'eau-de-vie altère celui du fromage.

Une solution a d'ailleurs été trouvée pour pallier ce problème. Daniel Ruppen, un esprit ingénieux, a présenté en 2002, au 30^e Salon International des Inventions de Genève, un caquelon permettant de préparer trois fondues différentes à la fois. Le poêlon en céramique est divisé en trois parties. Mais sans doute Daniel Ruppen a-t-il poussé à l'extrême l'esprit de clocher helvétique. La variante classique, à savoir un seul caquelon pour tous, a bien des chances de surmonter le temps. Un plat national ne saurait prétendre à moins.

Patience est mère de vertu

Il existe des milliers de fondues, mais il n'y a qu'une manière de préparer une fondue au fromage classique. La fondue est si simple qu'il est impossible de la rater. Et si c'était le cas, il est aisé de réparer les dégâts. Le principal est de ne rien précipiter : la patience reste payante.

- 1 | **Frotter le caquelon avec une gousse d'ail coupée en deux. On peut y aller de bon cœur.**
- 2 | **Mettre le caquelon sur le feu, verser le vin blanc et chauffer légèrement.**
- 3 | **Ajouter le fromage et le laisser fondre lentement à feu moyen. Si le fromage fond trop rapidement et que le mélange devienne trop chaud, le fromage se recouvrira d'une couche huileuse.**
- 4 | **Remuer constamment pendant l'opération. La manière correcte de procéder est l'objet de nombreux mythes : tourner en huit, tourner dans le sens inverse des aiguilles d'une montre, faire un large mouvement de rotation de gauche à droite. Mais l'essentiel est de remuer, peu importe de quelle façon. Ne pas s'arrêter lorsque le fromage est entièrement fondu. Continuer pendant deux ou trois minutes au moins.**
- 5 | **Lorsque la masse est bien fondue et homogène, ajouter un peu de maïzena diluée dans un verre de kirsch. Une pincée de bicarbonate de soude rend la fondue mousseuse et plus légère. Continuer de remuer régulièrement pendant trois ou quatre minutes. Ne plus porter à ébullition à partir de ce moment-là.**
- 6 | **Assaisonner de poivre et de muscade.**



Ail, fromage, kirsch, maïzena et noix de muscade. Et encore un peu de vin blanc : c'est tout ce qu'il faut pour confectionner une bonne fondue. Si le résultat est moins imposant qu'une sauce tomate ou un christmas pudding demandant des heures de cuisson, la rusticité même de ce plat est en parfaite harmonie avec les vertus helvétiques.



Volta et le roi

Depuis 1906, les amateurs de courses de chevaux se donnent rendez-vous en février à Saint-Moritz, pendant trois dimanches consécutifs, pour assister au White Turf. Nous nous sommes entretenus avec Jakob Broger, le roi de l'Engadine, sur la fascination que le skikjöring exerce sur le public. **Andreas Schiendorfer, rédaction Bulletin**



Volta, la jument de Jakob Broger, excelle en skikjöring et bat des congénères bien plus rapides qu'elle dans d'autres disciplines.

Les pur-sang s'élancent dans un fracas de sabots sur la piste de neige et de glace, tractant des skieurs sur la surface gelée du lac de Saint-Moritz à une vitesse atteignant 60 kilomètres à l'heure : le skikjöring est à la fois un spectacle qui galvanise les 10 000 personnes assistant à la course et une épreuve de bravoure pour les compétiteurs. « L'homme et l'animal doivent être en parfaite harmonie. Dans ce sport dangereux, j'ai peu d'influence sur le cheval ; je dois donc pouvoir lui faire totalement confiance, explique Jakob Broger. Mais c'est là toute la fascination du skikjöring. »

Les gladiateurs des temps modernes

Jakob Broger est l'un de ces gladiateurs des temps modernes ayant succombé au frisson d'un sport qui ne se pratique qu'en Engadine. Mais il n'est pas n'importe lequel d'entre eux : en effet, il a conquis le titre de « Roi de l'Engadine » par six fois (dont cinq consécutivement avec Volta) en gagnant le classement général des trois courses et en remportant ainsi le Credit Suisse Private Banking Trophy. « Volta est une jument loyale, avec un cœur de battante et une tête toujours lucide. C'est un bon cheval de course, qui ne réalise pas une performance exceptionnelle sur le gazon ou le sable ; sur la neige, en revanche, c'est tout autre chose : Volta bat des congénères de catégorie bien supérieure. »

Mais le cheval ne court pas totalement seul : Jakob Broger, excellent skieur, a aussi

une longue expérience de cavalier. L'harmonie n'est pas due au seul hasard... Ensemble, ils ont gagné depuis 1999 dix courses individuelles ainsi que les cinq classements généraux. En 1997 déjà, Jakob Broger, membre du directoire de la société informatique Also Comsynt, avait remporté la victoire avec Efir. Sa gloire cependant est purement honorifique, car les prix en argent reviennent toujours au propriétaire de l'écurie.

Petite consolation pour les concurrents : à ses débuts en 1996, Jakob Broger avait joué de malchance. Alors qu'il était en tête, avec une avance difficile à refaire pour ses poursuivants, son cheval Territorial Claim refusa de passer la ligne d'arrivée pour s'engouffrer directement dans les écuries.



Plus qu'un champion, un roi : Jakob Broger règne en maître incontesté du skikjöring depuis cinq ans. Saura-t-il défendre son trône en 2004 ?

18 courses – 30 000 spectateurs – 300 000 francs de paris

White Turf : pendant trois dimanches consécutifs (les 1^{er}, 8 et 15 février) se déroulent six courses de chevaux sur le lac gelé de Saint-Moritz, devant quelque 10 000 spectateurs. Plat, trot, sprint et skikjöring – 33,5 kilomètres en tout, avalés à un train d'enfer. La dotation totale se chiffre à environ 410 000 francs, soit notablement plus que l'argent des paris... La compétition de clôture, une course de plat de plus de 1800 mètres, est traditionnellement sponsorisée par la Winterthur. Outre ce Grand Prix Winterthur Assurances (et le 65^e Grand Prix de Saint-Moritz), le Credit Suisse Skikjöring Trophy, décerné d'après le meilleur résultat des trois courses de skikjöring (Credit Suisse Grand Prix de Celerina, Credit Suisse Grand Prix de Sils et Grand Prix Credit Suisse), mérite une mention particulière. Pour plus d'informations, rendez-vous à l'adresse suivante : www.whiteturf.ch

Les as du zéro faute ont rendez-vous à Zurich

Depuis 1988, le CSI de Zurich allie le sport équestre de haut niveau et le divertissement de qualité.

En 2004, l'Afrique du Sud sera l'invitée d'honneur à partir du 29 janvier.

Andreas Schiendorfer, rédaction Bulletin

L'équitation ne vous intéresse guère ? Rappelez-vous l'émotion qu'ont suscitée les adieux de Calvaro lors du CSI de Zurich l'an dernier ou le suspense qui régnait au Credit Suisse Grand Prix, lorsque sept cavaliers, dont Beat Mändli, affichèrent un zéro faute au moment de prendre le départ de la dernière manche. La performance sportive et la parfaite complicité entre l'homme et l'animal émerveillent à chaque fois. Le spectacle et les sensations fortes seront pour ainsi dire garantis du 29 janvier au 1^{er} février 2004, pendant les quatorze épreuves du concours

de saut indoor le mieux doté du monde (730 000 francs).

La particularité du CSI de Zurich tient cependant à la place qu'occupent, à côté du sport équestre, le show et les divertissements présentés par l'invité d'honneur (cette année, l'Afrique du Sud, sous le patronage de Frederik Willem de Klerk, Prix Nobel de la paix). Ainsi, la dernière édition au Hallenstadion sera incontestablement un événement inoubliable pour les 9 000 spectateurs quotidiens. (schi)

Informations : www.swisslifecsi.ch



Le saut ou l'art de franchir avec élégance un obstacle, qui, ici, n'en est pas un...

Sept axes de sponsoring au Credit Suisse pour créer l'événement

Adrian Schüpbach est depuis peu à la tête du secteur Sponsorship & Event Services du Credit Suisse. Avec la qualification de l'équipe nationale suisse de football pour l'Euro 2004, il a pris un départ en fanfare. Mais qu'est-ce qui va changer à partir de 2004 ? Interview : Andreas Schiendorfer, rédaction Bulletin



Adrian Schüpbach est depuis le 1^{er} octobre 2003 à la tête du secteur Sponsorship & Event Services du Credit Suisse. Initialement responsable des activités footballistiques, il dirigeait précédemment l'équipe du sponsoring sportif. Adrian Schüpbach pratiquait le décathlon pendant ses études. Aujourd'hui âgé de 31 ans, il consacre volontiers du temps au sport actif pendant ses loisirs.

Andreas Schiendorfer Monsieur Schüpbach, le 1^{er} octobre, vous avez pris la direction du secteur Sponsorship & Event Services du Credit Suisse. Dix jours après, la Suisse se qualifiait pour l'Euro 2004 au Portugal. Etes-vous un magicien ?

Adrian Schüpbach Je le voudrais bien. Mais tant dans le sport que dans le sponsoring, les magiciens ne réussissent guère sur le long terme. La qualification de la « Nati » est une prouesse sportive hautement méritée, due aux efforts de toute l'équipe et surtout à un coach qui a su aller son chemin comme il l'entendait, y compris dans les moments difficiles.

Que signifie cette qualification pour le sponsor principal de l'équipe nationale ? Beaucoup de travail en plus (rires). En tant que sponsor, nous voulons bien entendu tirer parti de la situation pour notre entreprise et pour le football suisse. Et veiller à ce que la dynamique du moment dure jusqu'à l'Euro 2008 ! D'ores et déjà, nous avons créé avec emagazine un nouveau site Internet à l'adresse www.suisse.com/fussball.

Que peut-on dire sur le sponsoring 2004 ?

Y a-t-il une limitation volontaire des activités ?... Nous sommes convaincus que l'impact est plus important si nous nous concentrons sur un petit nombre de domaines. C'est pourquoi nous mettons l'accent sur sept axes : musique classique, jazz et beaux-arts pour le sponsoring culturel, golf, formule 1, football et équitation pour le sponsoring sportif. Cette focalisation nous permet d'offrir à la clientèle des rendez-vous événementiels impossibles à acheter. Et elle nous donne un profil plus clair.

Les disciplines de niche, qu'elles soient

sportives ou culturelles, n'ont-elles plus leur place ? Quand les revenus correspondent aux investissements consentis, nous nous engageons aussi dans des projets plus modestes, mais toujours avec l'intention de développer ces projets et de créer des plates-formes attrayantes. Un magnifique exemple en la matière est celui des Credit Suisse Sports Awards. En peu de temps, une cérémonie de remise de prix au profil relativement bas destinée aux athlètes suisses est devenue l'événement sportif et mondain le plus important du pays, avec une retransmission en direct drainant un million de téléspectateurs.

Vous évoluez à l'échelle internationale. Allez-vous étendre encore vos activités ? Avec la formule 1 et le Riders Tour, le circuit international le mieux doté en sport équestre, nous sommes bien positionnés pour le moment. Nos projets de sponsoring sont sélectionnés en fonction de la stratégie commerciale du Credit Suisse. D'où l'attention portée aux marchés de croissance.

Pouvez-vous nous donner un exemple ? Oui, le partenariat qui vient d'être reconduit avec Sauber Petronas est pour le Credit Suisse un instrument précieux et efficace pour soutenir notre stratégie globale. La formule 1 prend pied l'an prochain sur deux marchés clés du Credit Suisse, Bahreïn et Shanghai. Et grâce à la nouvelle soufflerie, Giancarlo Fisichella et Felipe Massa auront certainement toutes les chances d'obtenir régulièrement des points avec la C23.

Qu'est-ce qui vous réjouit plus particulièrement en 2004 ? D'être en mesure de regrouper nos sept axes de sponsoring pour créer une véritable structure événementielle.

Agenda 1/04

Parrainage culturel et sportif du
Credit Suisse et de la Winterthur

GENÈVE

28.1 All Blues Jazz Classics :

**Emmanuel Pahud & Jacky
Terrasson Trio, Victoria Hall**

LAUSANNE

**30.1 – 31.5 Du Greco à Delacroix,
Fondation de l'Hermitage**

19.3 All Blues Jazz Classics :

**E.S.T. Esbjörn Svensson Trio,
Métropole**

ZÜRICH

26.1 All Blues Jazz Recitals :

**Emmanuel Pahud & Jacky
Terrasson Trio, Tonhalle**

31.1 Fête de la Tonhalle, Tonhalle

19.2 Didier Squiban, Tonhalle

**25.3 Première de « Maître Puntilla
et son valet Matti » de Bertolt**

Brecht, Schauspielhaus

Un soprano léger



Si l'industrie a fait le renom de Winterthur, les amis des arts associent la ville sur l'Eulach avec les collections d'Oskar Reinhart au Stadtgarten et au Römerholz, et les passionnés de comédie se retrouvent au Casino Theater. Grâce au Musikkollegium Winterthur, créé au début du XVII^e siècle, les mélomanes ne sont pas en reste, l'orchestre donnant plus de soixante concerts par saison avec des chefs d'orchestre et des solistes renommés, comme la cantatrice Noëmi Nadelmann, dont le soprano léger et le timbre clair enflamment les amateurs d'opéra et d'opérette en Suisse et à l'étranger. C'est à l'Opéra comique de Berlin que la Zurichoise a posé les premiers jalons de sa carrière, avec son interprétation de Lucia di Lammermoor. Lors de son concert avec le Musikkollegium, elle chantera, sous la direction du chef Rainer Mühlbach, des arias et des récitatifs d'œuvres de Mozart, Donizetti, Puccini, Leoncavallo et Massenet. (rh)

Musikkollegium Winterthur avec Noëmi Nadelmann.

21.1, Stadthaus Winterthur. Informations : www.musikkollegium.ch

Une voix chaude de contralto

Dianne Reeves, qui compte parmi les meilleures interprètes de jazz de notre époque, est venue à la musique par hasard, grâce au directeur de sa chorale scolaire. « Lorsque j'ai découvert ma voix, tout mon univers a changé », se rappelle-t-elle. Initiée au monde du jazz par Clark Terry, elle a pris pour modèles Betty Carter et Billie Holiday, la première place revenant cependant à la diva du jazz, Sarah Vaughan, à qui elle a rendu un bel hommage avec son CD « The Calling ». Cette chanteuse charismatique d'un naturel rafraîchissant a une voix de contralto chaude et vibrante. Son répertoire inclut des classiques du Great American Songbook aussi bien que des chansons pop et des compositions personnelles aux riches tonalités. (rh)



Billets à gagner sur www.credit-suisse.com/emagazine/wettbewerb.

All Blues Jazz Classics : Dianne Reeves

Quartet. 24.3, Palais des Congrès, Bienne ;

25.3, Centre de la Culture et des Congrès,

Lucerne ; 26.3, Palazzo dei Congressi,

Lugano ; 27.3, Tonhalle, Saint-Gall. Infor-

mations : www.allblues.ch

Un bouillonnant virtuose

Qui voit Michel Camilo pour la première fois sur scène n'en croit pas ses yeux : les doigts semblent en apesanteur ! Le pianiste et compositeur né en 1954 à Saint-Domingue, n'est pas à la veille



d'être détrôné, avec la virtuosité, la fougue et la joie de jouer qui le caractérisent. Aussi à l'aise dans la musique classique que dans le latin jazz, il a sorti un album dans les deux catégories en 2002. Comme en témoigne sa collaboration avec Tomatito, un des meilleurs guitaristes de flamenco du moment, il n'hésite pas à combiner audacieusement les différents styles. En 2000, l'album « Spain », enregistré par les deux musiciens, a obtenu le Grammy du meilleur album de latin jazz aux premiers Latin Grammy Awards. Camilo écrit des musiques de films, joue avec un orchestre, se produit en trio ou en solo. Pour son unique concert suisse, il partagera la soirée avec Geri Allen, pianiste de jazz américaine de la génération post-bop. (rh)

All Blues Jazz Recitals : Michel

Camilo piano solo/Geri Allen

piano solo. 13.3, Tonhalle Zurich.

Informations : www.allblues.ch



All Blues: une décennie

Depuis dix ans déjà, l'organisateur de concerts « All Blues », sponsorisé

par le Credit Suisse, remplit les salles de concert helvétiques avec le meilleur du jazz. Un anniversaire marqué par la parution d'un CD réunissant des morceaux de stars telles que Michel Petrucciani, Chick Corea, Dianne Reeves et bien d'autres encore. Le CD est disponible dans les concerts d'All Blues. (rh)

20 exemplaires du CD à gagner sur www.credit-suisse.com/emagazine/wettbewerb.

Bulletin

Editeur Credit Suisse, case postale 2, 8070 Zurich, téléphone 01 333 11 11, fax 01 332 55 55 **Rédaction** Daniel Huber (dhu) (direction), Marcus Balogh (ba) (Wealth Management), Ruth Hafen (rh) (Sponsoring), Andreas Schiendorfer (schi) (Actuel), Andreas Thomann (ath), Michèle Luderer (ml), Michael Schmid (ms), e-mail redaktion.bulletin@credit-suisse.com, Internet : www.credit-suisse.com/emagazine **Marketing** Veronica Zimnic, téléphone 01 333 35 31, **Réalisation** www.arnolddesign.ch : Karin Bolliger, Adrian Goepel, Urs Arnold, Alice Kälin, Maja Davé, Benno Delvai, Annegret Jucker, Michael Suter; Monika Isler, Meret Arnold (planning et exécution) **Adaptation française** Anne Civel, Michèle Perrier, Aldo Giovannoni, Bernard Leiva, Aurélie Ménard, Laurence Met, Sanae Okabe, Valérie Ollier, Claudio Poloni **Announces** Yvonne Philipp, Strasshus, 8820 Wädenswil, téléphone 01 683 15 90, fax 01 683 15 91, e-mail yvonne.philipp@bluewin.ch **Tirage contrôlé REMP 2003:** 126344 exemplaires **Impression** NZZ Fretz AG/Zollikofer AG **Commission de rédaction** Bruno Bischoff (Public Affairs Credit Suisse Group), Othmar Cueni (Head Corporate & Retail Banking Northern Switzerland, Private Clients), Eva-Maria Jonen (Customer Relation Services, Marketing Winterthur Life & Pensions), Claudia Kraaz (Head Public Relations Credit Suisse), Karin Rhomberg (Chief Communications Officer Credit Suisse Group), Fritz Stahel (Credit Suisse Economic & Policy Consulting), Angelika Staub (Internet Banking Services), Bernhard Tschanz (Head of Research), Burkhard Varnholt (Head Financial Products), Christian Vonesch (Head secteur de marché Clientèle privée Zurich), **109^e année** (paraît six fois par an en français, allemand et italien). **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, KISF 14, case postale 600, 8070 Zurich.

Cette publication a un but uniquement informatif. Elle ne constitue ni une offre, ni une invitation du Credit Suisse à acheter ou à vendre des titres. Les références aux performances antérieures ne garantissent nullement des évolutions positives dans l'avenir. Les analyses et conclusions exposées dans la présente publication ont été élaborées par le Credit Suisse et peuvent déjà avoir été utilisées pour des transactions des sociétés du CREDIT SUISSE GROUP avant leur communication aux clients du Credit Suisse. L'avis du CREDIT SUISSE GROUP, présenté dans cette publication sous réserve de modifications, a été émis à la date de la mise sous presse. Le Credit Suisse est une banque suisse.

«Avenir Suisse veut susciter une réflexion fondamentale et sérieuse»

Par ses études rigoureuses, le laboratoire d'idées Avenir Suisse a pour vocation de stimuler le débat public sur des questions de politique économique. Deux de ses publications, portant respectivement sur l'aménagement du territoire et sur la protection de l'environnement, ont récemment défrayé la chronique. Commentaires du directeur d'Avenir Suisse, Thomas Held. **Interview : Andreas Schiendorfer, rédaction Bulletin**

Andreas Schiendorfer Certaines illustrations de l'ouvrage «Stadtland Schweiz» (la Suisse, pays urbain) donnent l'impression qu'Avenir Suisse aimerait transformer notre pays en une immense agglomération urbaine. Faut-il voir cela comme une provocation de votre part, ou plutôt comme un jeu ?

Thomas Held Les scénarios de l'architecte hollandais Winni Maas n'ont sûrement pas été conçus pour servir de modèles à l'administration fédérale. Ils veulent seulement montrer dans quel sens le développement pourrait aller et ce à quoi il faut réfléchir aujourd'hui. Nous pensons que la Suisse doit se présenter comme un pays urbain ouvert sur le monde pour rester compétitive. Il n'existe plus chez nous de zones purement rurales, telles qu'on en trouve encore dans certaines régions de France. L'étalement des zones urbaines en Suisse, qui entraîne d'ailleurs de très grosses dépenses d'infrastructure par habitant, fait naître un nouvel ensemble caractérisé à la fois par la coexistence et par l'interpénétration d'éléments urbains, suburbains et ruraux. Compte tenu du pragmatisme helvétique, ces visions d'avenir sont certes irréalistes, mais il ne s'agit nullement d'un jeu.

L'ouvrage «Stadtland Schweiz» est donc à prendre au sérieux dans la mesure où il

plaide pour une vision nationale, globale, de l'aménagement du territoire. Votre fondation veut-elle abolir le fédéralisme suisse ? Non, elle veut plutôt en sauver l'essence. L'écart entre le mythe et la réalité se creuse en effet de plus en plus. Dans de nombreux cantons, une grande partie du budget provient de la péréquation financière. La Suisse vit grâce aux agglomérations urbaines, qui sont très créatrices de richesses. Il faut donc développer encore ces centres pour consolider la position de la Suisse dans le monde, et non encourager les régions périphériques et la décentralisation de l'habitat à tout prix.

Prenons l'exemple de l'aéroport de Zurich-Kloten. Que pensez-vous des discussions actuelles ? Il est certain que ce problème ne concerne pas seulement Zurich. L'aéroport est une infrastructure internationale dont dépend quelque 6% du produit intérieur brut. C'est pourquoi il faut prendre des décisions nationales qui doivent être respectées par tous, même si elles ont des effets très négatifs pour certains.

En d'autres termes, ceux qui ne supportent pas le bruit des avions n'ont qu'à déménager... Je n'irais pas jusque-là, mais j'ai utilisé délibérément le mot «décision», et non celui de «consensus». La Suisse

moderne n'aurait jamais vu le jour si chaque question avait été débattue autour d'une table jusqu'à ce que tout le monde soit satisfait. Dans le système suisse de démocratie directe, que je soutiens totalement, c'est la majorité qui confère la légitimité finale.

Ces questions de légitimité sont traitées dans votre dernière étude, qui remet en question le droit de recours des associations. Prenons encore un exemple : l'Association transports et environnement (ATE) a-t-elle eu raison de déposer un recours contre le stade de Zurich ? L'ATE fait usage de ses droits juridiques. Même la fondation Greina, qui a également déposé un recours, invoque le droit fédéral. Cela montre bien qu'il y a encore des progrès à faire au niveau de la législation. Après bientôt vingt ans d'expérience du droit de recours des associations, il serait temps pour les politiques de tirer un bilan critique. A l'origine, ces lois avaient été faites pour protéger les paysages de montagne. Aujourd'hui le droit de l'environnement empêche le développement des grands centres avec une lutte acharnée contre les parkings et des procédures formalistes et bureaucratiques. Par conséquent, il est bon que le conseiller aux Etats Hans Hofmann et l'ex-conseiller national Jakob Freund aient abordé ce sujet dans des initiatives parlementaires.

Sur une suggestion d'Avenir Suisse ? Bien sûr que non. Le conseiller aux Etats avait déjà déposé une motion avant la création de la fondation. Avenir Suisse ne veut pas intervenir directement dans le processus politique, mais fournir une base de discussion. Notre rôle n'est pas de faire du lobbying – en cela nous nous différencions fondamentalement des associations écono-

Avenir Suisse – le «think tank» de l'économie suisse

La fondation **Avenir Suisse** est financée par 13 entreprises suisses : UBS, Swiss Re, Zurich Financial Services, Groupement des banquiers privés genevois, Roche, Novartis, ABB, Sulzer, Nestlé, Klaus J. Jacobs, Kuoni, McKinsey Suisse et le Credit Suisse Group. Dotée d'un budget annuel de quelque 6,5 millions de francs, elle étudie les thèmes suivants : vieillissement de la société ; école primaire/formation ; déréglementation/politique de la concurrence ; efficacité des institutions suisses/fédéralisme ; la Suisse en comparaison internationale ; politique fiscale ; innovation/transfert technologique. La fondation est indépendante, mais défend une vision libérale du monde et de la société.



Thomas Held, directeur d'Avenir Suisse, dans son bureau de la Giessereistrasse 5 à Zurich.

miques. Si c'était le cas, nous perdriions toute crédibilité, et ce serait la fin d'Avenir Suisse.

Ou si Avenir Suisse était considérée comme l'instrument de ses bailleurs de fonds...

Auriez-vous publié « Umweltschutz auf Abwegen » (la protection de l'environnement se fourvoie) si l'un des fondateurs, le Credit Suisse, n'avait pas été bailleur de fonds et maître d'ouvrage du stade de Zurich ? Cela me semble un peu tiré par les cheveux. Le fait est que l'étude serait parue bien avant le débat sur le stade si plus de maîtres d'ouvrage avaient voulu nous fournir des informations. Car il est toujours plus facile de négocier avec les associations de protection de l'environnement que de mener un combat politique contre une mauvaise loi. Je tiens à souligner ici qu'Avenir Suisse jouit d'une indépendance tout à fait unique.

Nous y reviendrons. Mais encore un mot à propos du stade : à quoi sert selon vous une votation populaire si on peut retarder les travaux de construction à coups de recours ?

On peut effectivement se poser la question du rôle joué par les associations de défense des intérêts publics dans la démocratie directe. Si on cumule les effets d'une procédure juridique complexe et d'un débat démocratique, comme c'est le cas aujourd'hui pour les grands projets de construction, on aboutit inévitablement à un blocage. Il est absurde que le peuple approuve un plan d'aménagement avec régulation du trafic si la fondation Greina peut par la suite tout remettre en question. C'est aussi un affront fait aux autorités, qui sont des professionnels obligés de respecter la loi dès lors qu'ils délivrent un permis de construire. Et cela entraîne des pertes économiques considérables. Il est inconcevable que les mêmes groupes qui ont empêché Eurogate – un projet en faveur des transports publics, notons-le bien – s'attaquent à présent au stade.

Avec de telles affirmations, vous ne vous ferez pas que des amis. Le sujet du droit de recours des associations est-il désormais clos pour Avenir Suisse ? Nous travaillons actuellement à une édition française, avec des exemples tirés de Suisse romande. Mais en principe, la balle se trouve dans le camp des hommes politiques. Il semble y avoir eu récemment un glissement de l'opinion. En tout cas, le Conseil des Etats a



« Les grands centres doivent pouvoir évoluer de manière dynamique »

Thomas Held, directeur d'Avenir Suisse

approuvé l'initiative Hofmann à l'unanimité et sans grand débat. Quelle majorité se dégagera au Conseil national, on ne peut pas encore le dire.

Cela ne devrait pas vous déranger, car vous avez rempli votre mission... Etant donné que le sujet nous intéresse et que nous avons une opinion claire là-dessus, nous pouvons difficilement nous tenir à l'écart de la vie politique et nous contenter de réagir de temps en temps à un article de presse ou à un courrier des lecteurs. Mais nous travaillons à d'autres études. Même si nous sommes une petite organisation, je souhaite augmenter encore un peu la fréquence de nos publications, réagir plus rapidement sur les problèmes d'actualité, publier plus souvent de petites études au lieu de gros ouvrages. Ce n'est pas une question de ressources personnelles ou financières, mais cela touche au concept même de la fondation. Avenir Suisse ne doit pas perdre son caractère de « think tank ».

Le Conseil de fondation peut toujours vous rappeler à l'ordre si nécessaire... Lorsque je soulignais l'indépendance de la fondation, je ne me référais pas seulement aux statuts, mais à mon expérience concrète de ces trois dernières années. Les fondateurs ont établi fin 1999 une charte claire et défini les principaux thèmes sur lesquels ils voulaient se pencher (voir encadré page 64). Le Conseil de fondation ne se réunit que

deux fois par an ; ses membres, CEO ou présidents de grandes entreprises, commentent le portefeuille de projets, mais n'interviennent jamais dans le travail opérationnel. Les travaux en cours sont suivis par un Comité consultatif, qui émet aussi des critiques à différents stades. Cela ne restreint en aucun cas notre indépendance, mais nous apporte une véritable aide scientifique et intellectuelle.

Même si nous parlons ici d'Avenir Suisse, un mot sur votre personne, Monsieur Held. A quel point comptez-vous pour Avenir Suisse, et à quel point la fondation compte-t-elle pour vous ? On a tendance à oublier que la fondation n'est opérationnelle que depuis deux ans et demi. Cette « jeune pousse » a besoin de quelqu'un qui s'y consacre jour et nuit et accomplisse la mission des fondateurs. D'ailleurs, il est clair que quand on a la chance d'avoir un travail aussi intéressant, tout le reste passe au second plan. J'aime ce que je fais et je ne m'en suis pas encore lassé. D'un autre côté, un « think tank » comme le nôtre, surtout si nous nous référons au modèle américain, vit du changement, du renouvellement des personnes. Cela vaut pour mes collaborateurs, et cela vaudra un jour pour moi aussi.

Une dernière question : que nous prépare Avenir Suisse pour l'année prochaine ? Une étude de Silvio Borner sur les faiblesses de la Suisse en matière de croissance et de productivité, une étude sur l'impôt sur les sociétés, une étude en collaboration avec Thomas Straubhaar sur les efforts de réformes en Allemagne et en Suisse, deux comptes rendus de congrès sur le thème de la prévoyance, une étude prospective sur les hautes écoles en Suisse à l'horizon 2012, et d'autres petits projets. Les informations se trouvent sur notre site à l'adresse www.avenir-suisse.ch.

Thomas Held est directeur d'Avenir Suisse depuis le 1^{er} janvier 2001. Auparavant, il dirigeait sa propre entreprise, spécialisée dans le conseil et la gestion de projet. Il s'est fait surtout connaître comme directeur de projet du Centre des Congrès et de la Culture de Lucerne, entre 1991 et 2000. Sociologue de formation, il a été notamment membre de la direction de Ringier et collaborateur chez Hayek Engineering.



Depuis **PLUS DE 50 ANS, l'UNICEF**, le Fonds des Nations Unies pour l'enfance, œuvre pour assurer le bien-être des enfants dans le monde. Le droit de chaque enfant à avoir un bon départ dans la vie, à bénéficier d'une éducation appropriée et à grandir dans des conditions préservant la santé, la paix et la dignité est à la base de l'engagement de l'UNICEF. Notre monde doit faire face à des **DÉFIS ÉNORMES**: VIH/sida, conflits accrus, accès limité à l'éducation, discrimination des filles, pauvreté à large échelle. L'UNICEF se trouve sur la première ligne d'un mouvement mondial en faveur des enfants. La construction d'un monde respectueux des enfants demande que chacun s'implique. **VOTRE SOUTIEN EST DÉCISIF.**

www.unicef.ch, compte postal pour les dons: 80-7211-9

unicef 
L'enfance aux enfants.

Voir une œuvre artisanale sous un jour nouveau.

| On y parvient en relevant
chaque défi avec passion.

**CREDIT
SUISSE**

Esther Habegger, artisan ciergier
Cliente du Credit Suisse depuis 1987

www.credit-suisse.com