

Zeitschrift: Panorama / Raiffeisen
Herausgeber: Raiffeisen Suisse société coopérative
Band: - (2002)
Heft: 7-8

Heft

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 20.08.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

PANORAMA



7-8/02

«DANS LESHOP,
LES ACHATS NE SONT
PAS PLUS CHERS
QU'AU SUPERMARCHÉ».

CHRISTIAN D. WANNER,
DIRECTEUR DE LESHOP





Votre avenir avec deux solides partenaires.

Que vous soyez à la recherche d'une solution bancaire ou d'assurance, voire une combinaison des deux, l'essentiel est pour nous de répondre à vos besoins. Pour toutes les questions d'assurance, de prévoyance et de placements, faites confiance à des spécialistes chevronnés, ils le méritent.

Ensemble pour vous

RAIFFEISEN



**HELVETIA
PATRIA**



«LE SECRET BANCAIRE, UN BIEN IMPORTANT»

Nous avons tous grandi avec le secret bancaire. La réserve dans les questions d'argent fait partie intégrante de la culture suisse. La défense du secret bancaire n'est pas dictée par un désir égoïste de protéger le client et le capital, mais elle se base sur le principe fondamental du respect de la personne et de la sphère privée. Et les banquiers ne sont pas disposés à faire des concessions sur cette protection marquée de la personnalité. En plus, les sondages les plus récents montrent qu'une grande majorité des Suisses se prononce pour le maintien du secret bancaire. Pour des raisons souvent opportunistes, des pressions s'exercent à l'étranger pour essayer d'assouplir le secret bancaire. Derrière ces tentatives, il y a aussi l'intention, non déclarée, d'affaiblir la confiance dans la place financière helvétique.

Le Conseil fédéral est sur la corde raide. Il se trouve entre les milieux qui ont pour objectif stratégique l'adhésion à l'UE et ceux qui sont opposés à l'entrée de la Suisse dans l'Europe. Certaines déclarations du Conseil fédéral ont été malheureuses et n'ont certainement pas contribué à renforcer notre position. Le fait est qu'actuellement en Suisse il n'existe pas de majorité en faveur de l'adhésion à l'UE. Le secret bancaire et d'autres importants dossiers ne sont pas matière à discussion. Mais la Suisse a offert à l'UE d'introduire un impôt sur les revenus de l'épargne. Cela montre bien que nous ne cherchons pas à profiter de la fraude fiscale.

L'accord sur les 40 tonnes a démontré combien il est dangereux de faire des concessions



Photo: H. P. Wagner

Pierin Vincenz:

«Le secret bancaire ne se discute pas.»

progressives à propos de thèmes épineux comme celui du trafic: nous avons été tout à coup submergés par les camions. La chose ne doit pas se reproduire avec le secret bancaire. Il faut aussi dire aujourd'hui que le secret bancaire a une autre signification, par rapport à il y a dix ans, parce que des ajustements substantiels ont été effectués, par exemple en ce qui concerne l'assistance judiciaire.

Le secret bancaire est un bien important. Mais la confiance dans la place financière dépend aussi d'autres facteurs, tels que la stabilité politique et un franc suisse fort. Une

Suisse sans le secret bancaire? Notre vie serait sûrement plus difficile. La plus touchée serait la place financière suisse, et avec elle les grandes banques et les instituts de gestion de fortune, qui dépendent des capitaux d'investisseurs étrangers. On peut supposer qu'une partie de l'argent refluerait à l'étranger. Spécialisés dans le retail banking, les établissements Raiffeisen seraient toutefois beaucoup moins touchés.

**PIERIN VINCENZ,
PRÉSIDENT DE LA DIRECTION
DU GROUPE RAIFFEISEN**

UN DE NOS MEILLEURS CONSEILLERS
EN CLIENTÈLE, N'À AUCUNE
IDÉE DES ACTIVITÉS BANCAIRES.

A l'occasion de l'année internationale de la montagne, «Year of the mountains» déclarée par l'ONU, l'Association suisse des guides de montagne organisera et réalisera sur une même journée, l'ascension des 100 plus importants sommets suisses. En tant que sponsor de l'Association suisse des guides de montagne, nous assisterons et nous participerons à cette manifestation: nous invitons nos clients à venir passer une journée inoubliable dans les Alpes suisses! Vous trouverez plus d'informations sur www.cosba.ch ou sur www.berge2002.ch



Partner
Schweizer Bergführerverband

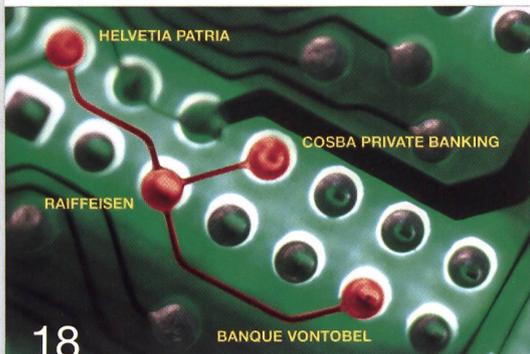


RAIFFEISEN

cosba

private banking

Souffrir pour être riche?	13	Longue tradition d'effondrements des marchés financiers.
Concours jeunesse	14	Le jury a examiné près de 40 000 dessins.
Private banking	20	Les clients profitent du partenariat entre Raiffeisen et cosba.
Avec les banques cantonales	23	Projet visant la création d'une banque de transactions sur titres.
Brigands sympathiques	25	Dans le Jorat, ils kidnappent les personnalités pour le plaisir.
Guides d'expérience	27	Des personnes âgées font visiter Lausanne.
Le TGV en Valais	29	Sierre-Paris en moins de six heures.
L'éthique en économie	30	Raiffeisen s'engage pour des placements éthiques.
Transformer une vieille ferme	37	Concrétiser ses rêves de propriété en transformant une ferme.
Joyaux pour le jardin	39	Hostas, les fleurs de la pénombre.
Médecine chinoise	41	Le complément idéal à la médecine occidentale.
Aide à l'étranger	42	Bleu Ciel et Raiffeisen apportent de l'espoir au Ruanda.
Dysneyland Paris	44	Nouveau parc d'attractions à la gloire du 7 ^e art.
Parc national aux Muerans?	45	Un projet qui ne manque pas d'atouts entre Vaud et Valais.
L'éducation aujourd'hui	46	L'éducation est aussi la tâche de l'école.



18

Des partenaires forts

A l'heure actuelle, les coopérations prennent toujours plus d'importance. Echange de savoir-faire, technologie commune plus avantageuse, amélioration et extension de la palette des prestations et produits en sont les principales raisons. Raiffeisen aussi dispose de partenaires dans les domaines de l'assurance, de la gestion de fonds de placement et du private banking.

Acheter sur le net

Indépendamment des heures d'ouverture des magasins, on peut faire ses achats en tout temps sur le net. Le commerce électronique se révèle un important cheval de bataille dans la concurrence aujourd'hui. Les consommateurs se montrent pourtant réticents jusqu'ici. Les habitudes prises et le manque de confiance en matière de sécurité gâchent le plaisir des achats virtuels.



6

L'envol de Swiss

Swissair, notre fierté nationale, a connu une fin peu glorieuse mais, comme le phénix de la légende, elle a su renaître de ses cendres pour devenir Swiss. Le plan de vol pour l'été 2002 propose ainsi 123 destinations dans 60 pays. Espérons qu'elle ne manquera pas d'air.



34

Editeur
Union Suisse des
Banques Raiffeisen

Rédaction
Philippe Thévoz,
édition française
Plus Schärli,
édition allemande
Lorenza Storni,
édition italienne

**Conception, mise en
page et préimpression**
Brandl & Schärer SA
4601 Oiten
www.brandl.ch
Photo de couverture:
Maja Beck

Adresse de la rédaction
Union Suisse des
Banques Raiffeisen
Route de Berne 20
1010 Lausanne 10
Tél. 021 654 04 00
Fax 021 654 04 01
panorama@raiffeisen.ch
www.raiffeisen.ch/
panorama-f

**Impression, abonnements
et envoi**
Imprimerie Vogt-Schild/
Habegger Medien AG
Zuchwilerstrasse 21
4501 Soleure
Tél. 032 624 73 65

Mode de parution
Panorama paraît
dix fois par an
Tirage: 35 300 exemplaires

Régie des annonces
Kretz SA,
Editions et annonces
Case postale
8706 Feldmeilen
Tél. 01 925 50 60
Fax 01 925 50 77
info@kretzag.ch
www.kretzag.ch

**Conditions
d'abonnement**
Il est possible de s'abonner
individuellement et en tout
temps à Panorama auprès
de votre Banque Raiffeisen
locale.

DIFFICILE ENVOL DES ACHAT

D'ici 2004, LeShop.ch espère pouvoir rentabiliser de lourds investissements logistiques.



*Malgré l'absence de file d'attente, de colis à porter, une offre diversifiée et une disponibilité 24h/24, **INTERNET** n'est (toujours) pas l'**ELDORADO DU COMMERCE**. Les principales raisons de cet échec sont les habitudes des consommateurs et leur manque de confiance dans la sécurité.*

La lettre «e», abréviation de l'adjectif anglais *electronic*, connaît un formidable destin. Le monde des affaires ne parle plus que d'e-business, d'e-commerce et de nombreuses entreprises développent leur propre e-culture. Pour les sociétés, le commerce électronique offre des possibilités énormes: le nombre des utilisateurs d'Internet de par le monde s'est multiplié par plus de dix depuis 1995. En Suisse, 52,1% des foyers disposent déjà d'un raccordement à Internet.

UNE BOUTIQUE GLOBALE

En reliant les personnes et les entreprises en quelques secondes, quasiment partout sur la terre, les nouvelles technologies ont modifié la physionomie du commerce. Vendeurs et acheteurs de marchandises et de services en tous genres se sont pris à rêver d'une boutique globale. Le commerce «B2B» entre sociétés a connu un succès relativement rapide. Le plus souvent, les partenaires se connaissaient et se faisaient confiance. De grands groupes

comme Novartis ou des secteurs d'activité comme l'industrie aéronautique, mais aussi de petites et moyennes entreprises commercent désormais avec leurs fournisseurs et leurs clients, s'échangent des courriers électroniques, effectuent des paiements et publient leurs offres et appels d'offre en ligne.

Aujourd'hui, toute société se doit d'être présente sur Internet. 85% des entreprises suisses utilisent déjà Internet et deux tiers d'entre elles ont un site. Pour Hans-Jörg Bul-

Questions à Christian D. Wanner, directeur général de LeShop

«Panorama»: Selon vous, LeShop.ch supplantera-t-il le supermarché?

Christian D. Wanner: Non, je ne le crois pas. Certaines personnes préféreront toujours le commerce réel. Une ménagère consacre entre 150 et 200 heures par an à ses achats. LeShop s'adresse à ceux qui ne disposent pas de ce temps ou qui souhaitent l'utiliser plus intelligemment.

Quel est le profil type de vos clients?

Généralement il s'agit de clientes âgées de 25 à 45 ans habitant en zone urbaine. La plupart exercent une activité professionnelle et vivent en famille, souvent avec des enfants. Chez LeShop, on remarque que de nombreuses femmes actives effectuent leurs achats pour la semaine. La valeur moyenne de leur panier est supérieure à 150 francs. Les achats spontanés sont plutôt rares.

Le shopping en ligne est-il réservé aux ménages où les deux conjoints travaillent?

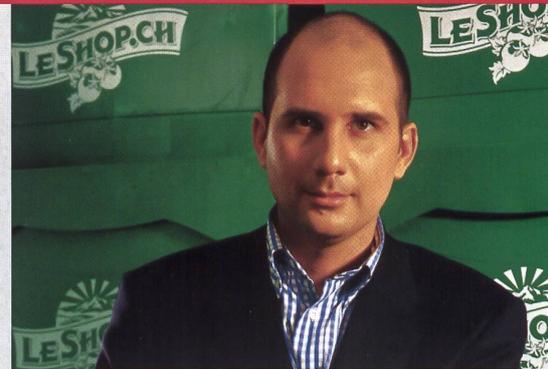
Il n'en est rien. Ajoutons qu'un achat chez nous n'est pas plus cher que dans une filiale de Coop, par exemple. Mais il faut tout de

même compter 12 francs de plus à chaque livraison. Pour ce prix, quel que soit le volume de votre marchandise, nous assurons sa livraison à domicile (via Postexpress), à bonne température et à l'heure voulue. Vous économisez ainsi le prix de l'essence, d'un titre de transport et d'un parking et, surtout, du temps.

Le client ne peut pas demander conseil ou vérifier la fraîcheur des légumes.

Evidemment, nous ne pouvons pas le conseiller lorsque il fait ses achats. Mais même dans un supermarché vous devrez d'abord trouver un employé. Chez LeShop, vous pouvez poser vos questions à tout moment par téléphone ou par courrier électronique via le «Chat bottom», nous répondons sur le champ. En ce qui concerne la qualité et la fraîcheur de nos produits, je peux vous rassurer: nous ne livrons que des produits de première qualité. Et si vous n'êtes pas satisfait de nos produits, vous êtes remboursé.

Malgré tous ces avantages, LeShop.ch reste déficitaire.



Oui, c'est exact. Pour être rentable, LeShop devrait réaliser entre 70 et 80 millions de francs de chiffre d'affaires. Ce qui correspond aux résultats enregistrés par deux supermarchés de taille moyenne. Les habitudes d'achat des Suisses évoluent lentement, mais notre croissance se poursuit comme prévu et nous espérons atteindre notre seuil de rentabilité d'ici 2004. Nous avons l'infrastructure qu'il faut pour y arriver: LeShop a investi l'an dernier trois millions de francs dans un grand centre logistique moderne de 7000 m² à Bremgarten.

Entretien: Angelika Nido

10 conseils pour des achats en ligne sûrs

1 Avant d'acheter un produit sur Internet, demandez-vous quels avantages présente une commande en ligne. Comparez les prix avec ceux des sociétés de vente par correspondance ou des magasins habituels. Selon le type de marchandise, les achats en ligne font baisser les coûts du commerçant, il doit par conséquent répercuter une partie de cette économie sur le prix de vente.

2 Commandez uniquement à des entreprises en ligne que vous connaissez ou que l'on vous a conseillé (relations, revues spécialisées, etc.). En cas de doute, demandez d'abord que l'on vous envoie des informations. Vous pourrez ainsi tester la qualité du service à la clientèle. N'indiquez jamais vos numéros de compte ou de carte de crédit si vos données ne peuvent pas être transmises par voie sécurisée. Les systèmes sécurisés sont signalés par une clé ou un cadenas dans la partie inférieure gauche de votre navigateur Internet.

4 Vérifiez que le commerçant en ligne indique son adresse. Préférez les commerçants suisses. Les boutiques situées à l'étranger facturent souvent des frais d'expédition et des commissions de change élevés. De plus, elles peuvent être régies par des conditions légales différentes.

5 Lisez les conditions générales de vente et demandez des explications si vous ne comprenez pas quelque chose. Vérifiez s'il existe une prétention au remboursement et quels sont les frais d'expédition. Sauf convention contraire, les frais d'expédition sont à votre charge même en cas de renvoi.

6 N'effectuez aucun paiement d'avance. Vous perdriez du coup le meilleur moyen de faire valoir vos droits en cas de problème à la livraison. Les moyens les plus sûrs sont la facture et le contre-remboursement: vous ne payez que lorsque vous êtes en possession de la marchandise.

7 Si vous n'avez pas confiance dans le système de sécurité en ligne, exigez du commerçant de pouvoir lui communiquer vos numéros de compte ou de carte de crédit par téléphone ou par fax.

8 Imprimez et conservez les confirmations de commande qui s'affichent sur le site Internet ou que vous recevez par courrier électronique. Ce sont des preuves que vous pourrez présenter en cas de problème à la livraison.

9 Lorsque vous payez une commande en ligne avec votre carte de crédit, examinez attentivement votre relevé mensuel. En cas de doutes ou d'erreurs de comptabilisation, prévenez votre banque.

10 N'effectuez aucun achat en ligne dans les cybercafés, sur un ordinateur d'université ou sur tout autre ordinateur auxquels des inconnus ont accès. Certaines informations concernant la commande sont enregistrées et pourraient être réutilisées à votre insu.

linger, responsable du Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation et éditeur du livre «E-Business in der Praxis» (édition SmartBooks), «L'e-business est devenu un facteur central de réussite et de compétitivité pour les entreprises de toutes tailles. Les places de marché électroniques sont devenues un élément essentiel de notre économie». Cette année, l'économie suisse aura investi plus de 6 milliards de francs dans Internet et plus du double dans l'e-business.

ATTENTES DÉÇUES

La seule ombre à ce tableau est la vente directe au consommateur final (B2C). Si un tiers des entreprises suisses misent déjà sur l'e-commerce, les acheteurs particuliers se montrent jusqu'ici réticents. Fidèles à leurs habitudes, ils préfèrent patienter à la caisse plutôt que d'effectuer un achat virtuel. Ce comportement a plombé les attentes en termes de chiffre d'affaires.

Les commerçants en ligne sont aussi confrontés à des problèmes d'investissement importants, au manque de personnel spécialisé et à des technologies non encore abouties. Rien d'étonnant, dans ce contexte, que l'euphorie des années 1996 et 1997 ait cédé la place au désenchantement. Dans le commerce de

détail suisse, la quasi-totalité des boutiques en ligne a enregistré de grosses pertes. Certaines sociétés ont même abandonné leurs projets de vente en ligne ou les ont réévalués.

Une étude de l'institut de marketing et de commerce de l'Université de St-Gall (chaire professorale Gottlieb Duttweiler) a révélé que 87% des commerçants en ligne les plus populaires l'an passé ne sont plus présents sur Internet. Un tiers d'entre eux a fait faillite. «D'autres suivront. L'assainissement du marché dans le commerce en ligne est loin d'être terminé», explique Thomas Rudolph, coauteur de l'étude. Il a constaté que ces revers de fortune ont même renforcé les craintes des clients, et vont amplifier les réticences des acheteurs.

PLUTÔT SURFER QU'ACHETER

En regard du nombre d'internautes, le nombre des acheteurs en ligne par rapport à 2001 a baissé de 2% à 38,3%. L'internaute suisse se connecte aujourd'hui surtout pour communiquer, se former ou s'amuser. Selon cette étude, surfer pour «tuer le temps» arrive en 8^e place des motifs d'utilisation, avant même l'achat virtuel.

Les principaux responsables de ce désaveu sont les commerçants eux-mêmes. D'utilisa-

tion complexe, les premières boutiques en ligne ont désorienté les internautes. Réussir à envoyer un formulaire de commande ne signifiait pas que l'achat arriverait à bon port. Par ailleurs, le traitement parfois peu scrupuleux des données personnelles des clients ne fait qu'accroître ce discrédit.

MAÎTRE-MOT: LA SÉCURITÉ

La méfiance des clients pousse les commerçants en ligne sérieux à s'intéresser de près au problème de la sécurité. Désormais, des moyens technologiques nécessaires existent et sont mis en œuvre pour prévenir les pratiques frauduleuses. Un cadre légal national et international est en chantier et la Confédération entend, grâce à une révision partielle du Code des obligations, étendre le droit de révocation, déjà applicable aux contrats conclus par démarchage, au commerce électronique afin de protéger le consommateur de conclusions de contrats en ligne trop hâtives.

Cette solution a d'ores et déjà été retenue par la directive européenne sur les commercialisations à distance et par la loi allemande. Afin de prévenir les risques de «dérappages», il est également prévu de compléter la Loi fédérale contre la concurrence déloyale. Le vendeur en ligne devra mettre à disposition du

Lumière du jour, jeu des couleurs.



Vous les choisissez.

Les stores à lamelles horizontales Silent Gliss, vous permettent de créer le décor vous-même avec la plus belle lumière du monde. Il existe une solution esthétique et fonctionnelle pour tout. Pour vous aussi.



Veillez compléter le coupon ci-joint et nous le renvoyer par

fax 032 387 11 40
courrier Silent Gliss AG
Südstrasse 1
3250 Lyss

e-mail info@silentgliss.ch

Ou appelez-nous tout simplement: tél. 032 387 11 11

Internet: www.silentgliss.ch

- Envoyez-moi la brochure «Vivre avec Silent Gliss»
- Appelez-moi pour un rendez-vous dans le showroom

Nom

Prénom

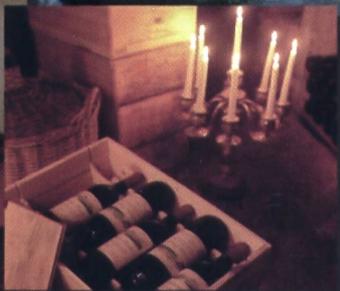
Rue, N°

NPA/Lieu

Téléphone

e-mail

Repos et cure de bien-être



Retrouver le temps de penser à partenaire, à sa famille ou à soi-même dans le cadre magnifique d'un été de montagne à 1400 m d'altitude, où d'innombrables sentiers de randonnées vous attendent et d'incroyables pistes de VTT vous tendent les bras, sans oublier les courts de tennis. Tout cela sur un arrière plan de gazouillis d'oiseaux dans le silence et au bon air. Bains de boue naturels, massages, eaux sulfureuses, bain romain avec saunas, soins cosmétiques tout en se relaxant et se détachant pour un instant des mille soucis de la vie. Fier de ses 4 étoiles, le Romantik Hôtel de Schwefelberg-Bad vous propose dans un cadre historique une ambiance de rêve accompagnée de rares plaisirs culinaires et d'un service irréprochable. Pour recharger vos accus ou régénérer votre corps, notre service de balnéologie vous propose diverses possibilités de traitement en médecine complémentaire ou médecine chinoise. Nous nous ferons un plaisir de vous donner de plus amples informations au 026 419 88 88 sous Www.schwefelbergbad.ch ou vous enverrons notre documentation sur simple demande.

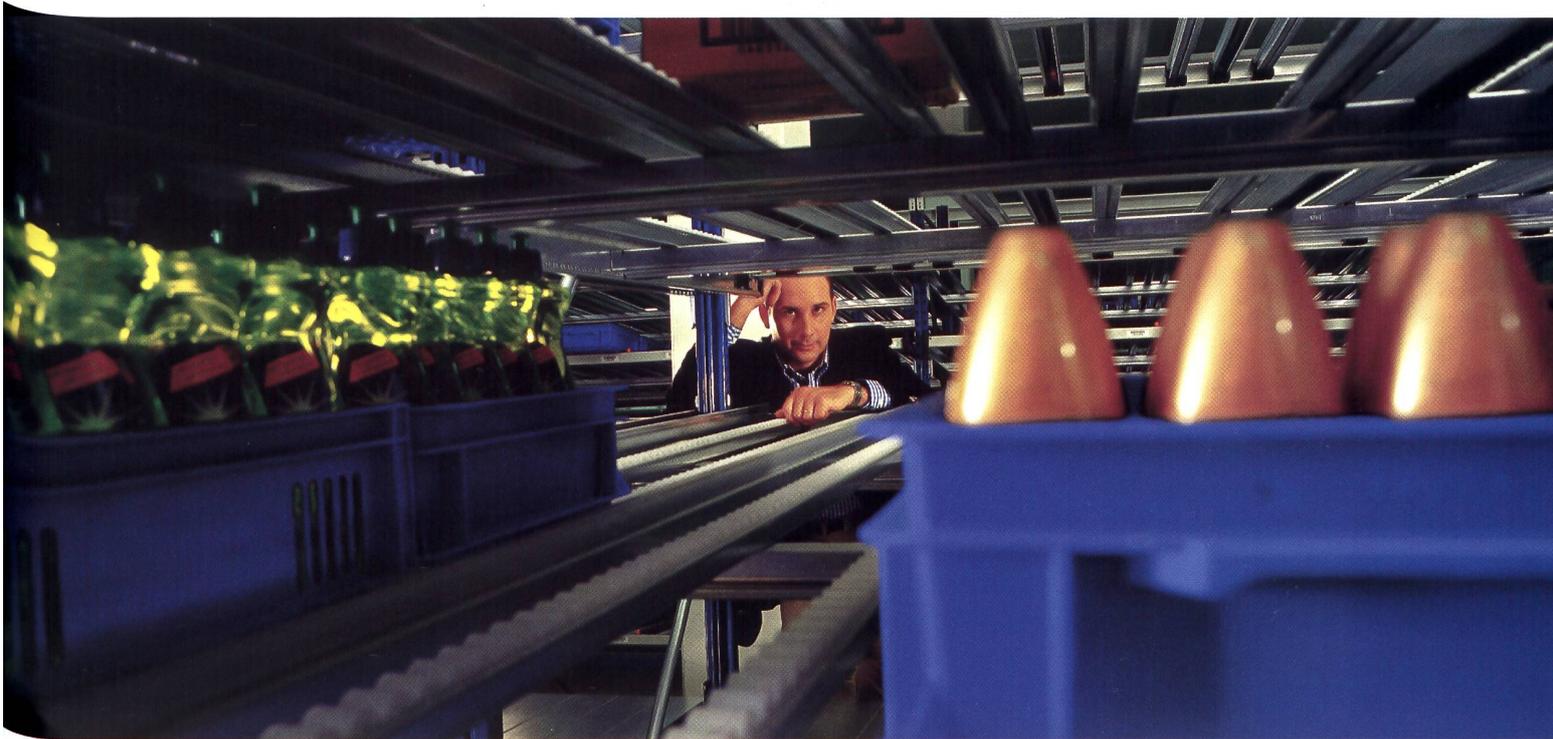


★★★★★
Romantik Kurhotel
Schwefelberg-Bad



Prop. u. Direktion Fam. Meier
CH-1738 Schwefelberg-Bad
Tel: 026 419 88 88, Fax: 026 419 88 44
Internet: www.schwefelbergbad.ch
e-Mail: info@schwefelbergbad.ch





client les moyens techniques lui permettant de corriger ses erreurs de saisie. Par ailleurs, les procédures de commande ne devront plus être volontairement complexes et opaques.

LE BOOM EST À VENIR

En dépit de la morosité des acheteurs privés, personne ne croit à la mort du commerce en ligne. Au contraire. Le professeur d'économie Thomas Rudolph table sur un «nouveau départ réfléchi». Pour le commerce de détail suisse, les échanges électroniques devraient représenter 6,8% des transactions, soit 5,7 milliards de francs en 2005. La société de consulting Ernst & Young évalue la part des transactions en ligne à 25% des ventes pour cette période.

Le potentiel des acheteurs existe. Le besoin que représente cette nouvelle forme d'achat est présent dans la population et ne cesse de croître, comme le montrent les résultats d'une enquête réalisée par le Bureau fédéral de la consommation sur le comportement des consommateurs suisses et l'e-commerce.

Un quart de la population a déjà effectué au moins un achat sur Internet et un peu moins d'un quart utilise le world wide web (www) régulièrement pour ses achats virtuels. Une proportion élevée, quand on sait que le commerce électronique n'a que dix ans. Cela dit, les consommateurs n'achètent en ligne que lorsqu'ils en tirent un réel avantage: facilité, pas de voiture à garer, ni de paquets à porter et

Christian D. Wanner:

«Plutôt que de perdre des heures dans un supermarché, nos clients préfèrent aller se promener pendant que nous les livrons à domicile.»

d'horaires d'ouverture, une offre diversifiée et internationale et, parfois, des produits à meilleur prix.

LE PLAISIR D'ACHETER

Selon l'étude réalisée par l'Université de St-Gall, les livres (26,5% des ventes), les CD (16,3%), les accessoires pour ordinateur (11,3%), la vidéo (8,6%), les voyages (7,5%) et la billetterie (5,4%) sont les produits les plus vendus sur Internet. Il s'agit là de produits à la logistique simple et pour lesquels le plaisir d'acheter ou le contact physique avec la marchandise («feel&touch»), ne jouent pas un rôle crucial. De plus en plus de produits de la vie

courante sont ainsi achetés sur Internet. Les produits alimentaires par exemple ne représentent que 3% du chiffre d'affaires des achats en ligne, mais la tendance est à la hausse. L'an dernier, LeShop, premier fournisseur suisse de produits alimentaires sur le web, devant Migros et Coop, a doublé son chiffre d'affaires (11,5 mio. de francs) et le nombre de ses clients réguliers (16 000). Pour le directeur général de LeShop.ch, Christian D. Wanner, l'achat sur Internet est très représentatif d'un nouveau style de vie: «Plutôt que de perdre des heures dans un supermarché, nos clients préfèrent aller se promener pendant que nous les livrons à domicile.»

■ ANGELIKA NIDO



Seule la Carte Junior lui permet d'entrer gratuitement à Expo.02.

Avec la Carte Junior, les enfants âgés de 6 à 16 ans prennent gratuitement le train, le bus et le bateau. Encore mieux: ils ne paient pas pour entrer à Expo.02. Une seule condition: qu'ils soient accompagnés de l'un de leurs parents au moins. La Carte Junior ne coûte que CHF 20.- par enfant. Elle s'achète à tous les guichets CFF.

1902-2002!

www.cff.ch/expo02

 SBB CFF FFS

Il n'a pas respecté une vieille règle boursière: les spécialistes se retirent quand les amateurs commencent à s'engager.



LE PRIX DE LA DOULEUR?

LES CHUTES DE COURS sur les marchés des actions sont inévitables. Les données historiques révèlent que les périodes de baisse durent en moyenne près de deux ans.

L'année 2001 pourrait entrer dans l'histoire comme «le millésime de la plus grande destruction d'argent de tous les temps». L'euphorie boursière et le choc du 11 septembre devaient immanquablement entraîner l'effondrement des marchés financiers mondiaux. Les investisseurs qui avaient acheté des actions peu avant l'apogée des cours en ont particulièrement pâti.

Selon un proverbe chinois, il faudrait étudier le passé pour savoir de quoi l'avenir sera fait. Livrons-nous donc à une brève rétrospective. En Suisse, les données historiques des marchés financiers remontent à 1925. L'analyse de cette longue période fait apparaître qu'hormis les mouvements latéraux, les marchés financiers ont subi d'incessantes fluctuations vers le haut ou vers le bas. D'importantes pertes sur cours avaient déjà été enregistrées à la fin des années 20, au début des années 60 et durant les trois dernières décennies du XX^e siècle.

SEPT FOIS EN 30 ANS

Les effondrements de cours sur les marchés boursiers sont plus fréquents que certains investisseurs aiment à le croire. Ainsi, comme une étude du service Economic Research & Consulting du Credit Suisse l'a fait ressortir, à lui seul, le marché suisse a subi sept effondrements parfois massifs depuis 1970. La chute la

plus marquante de toutes a débuté en septembre 1972: en 29 mois, les titres suisses du SPI ont cédé près de 50% de leur valeur et, à quatre autres reprises, l'indice recula de plus de 25%. Même dans les années de surchauffe de la décennie 90, le marché suisse des actions a passagèrement perdu plus de 18%, ayant mis 22 mois en moyenne à se rétablir.

Cependant, les temps de récupération varient très fortement. Au début des années 70, il a fallu attendre 57 mois en tout pour que les pertes s'égalisent; en revanche, en 1982 et en 1995, cette période n'a été que de sept mois. Les actions sont surtout soumises à de fortes fluctuations à court et moyen termes. Les statistiques prouvent que ces trente dernières années, les actionnaires ont supporté un risque annuel de 16,6%, les cours pouvant afficher aussi bien un mouvement à la hausse qu'à la baisse. La lucrative décennie 90 a manifestement troublé la vue de nombreux investisseurs en même temps qu'elle augmentait leur propension au risque.

RÉFLÉCHIR AVANT D'INVESTIR

Les investisseurs doivent faire un retour sur eux-mêmes et aborder les placements avec davantage de prudence et une meilleure appréciation du risque. Avant chaque investissement, ils devront se livrer à quelques travaux d'approche quant à l'objectif et l'horizon

du placement, leur propension au risque et la question de la diversification. Comme l'expert financier et gourou de la Bourse franco-hongrois André Kostolany l'a pertinemment souligné, «Les gains en Bourse sont le prix de la douleur: la douleur vient d'abord, puis l'argent lui fait suite.»

Voilà qui est rassurant, mais nul ne saurait prévoir avec certitude l'évolution des Bourses. La seule hypothèse plausible que l'on puisse émettre est que le risque de chute des cours est nettement plus faible qu'il y a un an. Les investisseurs devraient aussi apprendre à mieux écouter. Ainsi, le 29 mai 2000, en pleine euphorie boursière, la BRI-Banque des Règlements Internationaux – a explicitement prévenu du krach des actions en signalant que les cours évoluaient à un niveau record historique.

L'avertissement était si clair que Wall Street et l'équipe de la campagne présidentielle de Gore ont tout fait pour qu'aucun article à ce sujet ne paraisse dans la presse américaine à la veille des dernières élections préliminaires. Avec succès: seul le «New Federalist», dans le camp du parti démocrate du candidat à la présidence Lyndon La Rouche, a rapporté cette mise en garde spectaculaire. En revanche, dans son édition du 31 mai 2000, le «Tagesanzeiger» titrait encore «L'économie mondiale se maintient au sommet»...

■ PIUS SCHÄRLI

Photo: B&S

IMAGINATION ET TROUVAILLES

Lancé il y a plus de trente ans, le **CONCOURS JEUNESSE RAIFFEISEN** mobilise toujours autant les écoliers. **38 821 DESSINS** ont été réalisés sur le thème «Viens avec nous dans un autre univers».

Le record de participation d'il y a deux ans pour les «100 ans Raiffeisen» avec 54 019 dessins n'a pas été battu, mais les presque 40 000 œuvres de cette année représentent tout de même le deuxième meilleur chiffre de participation depuis la création du concours. Le jury composé de trois enseignantes a eu toutes les peines du monde à se déter-

miner. Il lui aura fallu 200 heures pour classer et sélectionner les meilleures œuvres.

Beaucoup des dessins, primés ou non, étaient tout à fait convaincants par l'imagination et les idées exprimées. «L'application et le travail qui se cachent derrière un dessin n'ont pourtant qu'une importance relative. Car c'est l'originalité qui est source d'idées», affirme Rahel Gscheider, qui a la responsabilité du concours jeunesse auprès de l'Union Suisse des Banques Raiffeisen. L'originalité du dessin constitue l'un des cinq critères, sur la base desquels le jury s'est prononcé. A côté de cela, ont été pris en compte le lien au concours (respect des règles formelles), la réalisation (idée reconnaissable et parlante), le contenu et le travail indépendant.

15 des 40 000 participants ont vu leurs efforts récompensés. Leurs dessins ont été distingués et ils leur ont valu des prix entre 300 et 1000 francs. Les trois lauréats de la catégorie la plus âgée (années 1984-1987) peuvent, en outre, se réjouir de participer à la cérémonie internationale de clôture et à un voyage passionnant. Au quiz, Franziska Uhse de Koppigen a gagné le gros lot. D'autres prix ont été gagnés par Alice Caneva (Piandera Paese), Loïc Bénét (St-Gingolph), Alain Mossi (Giubiasco) et Angelica Panzl (Goppisberg). Et le premier prix du concours sur Internet va à Kevin Galeuchet d'Estavayer-le-Lac.

Les autres participants au concours de dessin, sur Internet ou au quiz ne s'en vont pas les mains vides: cette année encore, 2000 prix sont remis. Et la cérémonie nationale de clôture constitue à nouveau une immense fête. Quelque 900 écolières et écoliers sont attendus à Expo.02 sur l'arteplage neuchâtelois.

Toutes les œuvres primées – dessins, pages Internet – du 32^e Concours international Raiffeisen pour la jeunesse peuvent être consultées sur www.raiffeisen.ch

■ PIUS SCHÄRLI

Interview de Rahel Gscheider, responsable de projet à l'USBR

«Panorama»: Chaque année, un autre thème pour le concours jeunesse, qui en décide?

Rahel Gscheider: Les thèmes sont déterminés par le groupe de travail du Concours international pour la jeunesse. Ce groupe se compose des responsables marketing des organisations

Raiffeisen de différents pays. Avant que le concours ne soit mis au point, on en teste l'adaptation et l'acceptation auprès d'enfants et de jeunes.

Comment les participants suisses se comportent-ils à l'échelle internationale?

Nous n'avons aucune crainte à avoir en comparaison internationale. Les travaux de jeunes artistes suisses figurent régulièrement parmi les meilleurs.

Est-il arrivé que l'un des lauréats entame ultérieurement une carrière artistique?

Nous constatons que beaucoup de vainqueurs choisissent par la suite une activité professionnelle exigeant de la créativité. Certains jeunes ont même suivi une école d'art.

Selon quels critères les presque 40 000 travaux ont-ils été jugés?

Le concours est ouvert à tous les styles. Cela n'a aucune influence sur le jugement final. Cinq critères entrent en ligne de compte: lien au concours, réalisation, contenu, autonomie et originalité.

Interview: Pius Schärli



Photo: Lald

Les trois premiers classés de la catégorie 1994-96



1^{er} prix:
Juliette Hayoz
(Kleinbösingen FR)



2^e prix:
Lukas Balmelli
(Mendrisio TI)



3^e prix:
Fabienne Rudolf
(Hauptwil SG)

Les trois premiers classés de la catégorie 1992-93



1^{er} prix:
Lea Beusch
(Seewis GR)



2^e prix:
Bettina Manz
(Sargans SG)



3^e prix:
Marzia Coreggioli
(S. Pietro TI)

Prix spéciaux:



Anna-Rosita Gomez
(Gelterkinden BL)

Les trois premiers classés de la catégorie 1988-91



1^{er} prix:
Gideon Stettler
(Schwendibach BE)



2^e prix:
Christina Frühauf
(Walenstadt SG)



3^e prix:
Severin Bründler
(Emmenbrücke LU)



Thierry Schiffmann
(Echallens VD)

Les trois premiers classés de la catégorie 1984-87



1^{er} prix:
Sibylle Marti
(Dieterswil BE)



2^e prix:
Nathan Moravac
(St. Gallen)



3^e prix:
Melanie Sutter
(Niederbipp BE)

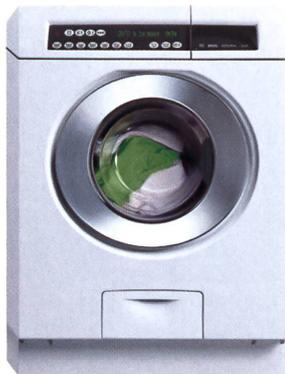


Aris Dorizzi
(Sessa TI)



«Qui pré-serve aussi ma peau?» La nouvelle

Adora



Grâce au tambour exclusif de ZUG qui compte deux fois plus de trous que les autres, le linge est parfaitement humidifié. Ce concept savamment étudié permet par ailleurs un rinçage optimal, qui élimine toute trace de produit de lavage pouvant irriter la peau. Résultat: une douceur inégalée! L'Adora propose aussi un programme «lavage main» ultradoux, conçu tout spécialement pour le linge délicat. Polyvalente, elle compte encore parmi ses nombreux autres atouts des programmes sport ultrarapides.

Pour en savoir plus sur les nouveaux lave-linge Adora: tél. 041 767 67 67, fax 041 767 62 61, www.vzug.ch, vzug@vzug.ch ou par courrier à V-ZUG SA, case postale, 6301 Zoug.

Nom/Prénom

Rue/N°

NPA/Localité

N° de téléphone

PAN

Premier lave-linge suisse à obtenir
le certificat AAA, selon la norme UE
A - efficacité énergétique
A - efficacité de lavage
A - efficacité d'essorage

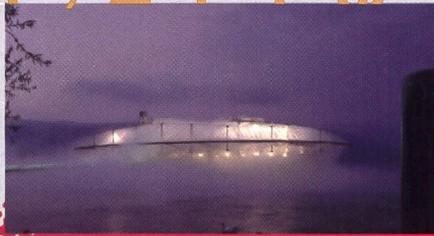


L'avant-garde pour cuisine et buanderie

ACTION RÉSERVÉE
AUX SOCIÉTAIRES:

E PO.02
Partenaire exposition

EXPO.02 À 1/2 PRIX



JUSQU'AU 31 JUILLET
EXCLUSIF CHEZ RAIFFEISEN

A la fois passionnante, visionnaire et unique, la 6^e exposition nationale suisse est avant tout une formidable fête pour les petits et les grands. Un événement à ne rater sous aucun prétexte et qui ne manquera pas de vous **fasciner vous aussi.**

La carte journalière Expo.02 est offerte à moitié prix aux sociétaires Raiffeisen. Avez-vous déjà retiré la vôtre? Si ce n'est pas le cas, rendez-vous **jusqu'au 31 juillet 2002** dans votre Banque Raiffeisen. Nous fêtons notre millionième sociétaire et vous proposons, à cette

occasion, la **carte journalière Expo.02 à CHF 24.- au lieu de CHF 48.-.**

Nous vous souhaitons de passer à Expo.02 d'agréables moments qui feront la part belle à l'inspiration et à l'imagination.

PARTENAIRES EN RÉSEAU

Dans un monde qui devient de plus en plus complexe et où les exigences techniques ne cessent de croître, **L'IDÉE DE COOPÉRATION** gagne en attrait et en importance.

Très tôt, les Banques Raiffeisen ont reconnu les avantages de la coopération, et cela s'explique, entre autres, par les racines même du concept Raiffeisen, à savoir l'idée de coopérative qui constitue justement la forme de coopération dans son acception première. Dans le secteur des petites et moyennes entreprises (PME), les coopéra-

tions font partie du quotidien: les ordres de gros volume ne sont en effet réalisables qu'en faisant appel à la concurrence. Dans le domaine de la production, le recours à divers fournisseurs permet en effet de se concentrer sur ses compétences essentielles.

Dans cette démarche, on voit souvent les coopérations s'orienter unilatéralement sur des partenaires stratégiques externes, alors qu'il en est d'autres – fournisseurs, clients ou collaborateurs – avec lesquels une coopération intensive serait pertinente. Pour Raiffeisen, la collaboration avec les clients est extrêmement importante puisque les sociétaires sont copropriétaires de leur Banque. De plus, Raiffeisen a toujours souhaité non pas se limi-

Les partenaires de Raiffeisen:

**HELVETIA
PATRIA**



Helvetia Patria Assurances

Avec leur partenaire Helvetia Patria, les Banques Raiffeisen peuvent offrir des prestations complémentaires qui optimisent la situation d'assurance et de prévoyance. Pour ce faire, Helvetia Patria met à la disposition de Raiffeisen une ligne de produits qui repose sur un concept de conseil.

Aujourd'hui, les clients ne profitent pas uniquement de ces produits. Grâce à cette coopération, Raiffeisen a également affiné ses prestations de conseil: sur demande, des spécialistes en assurance et les conseillers Raiffeisen concernés analysent ensemble les besoins des clients et leur proposent des solutions adéquates.

cosba



private banking

cosba private banking

cosba private banking assiste Raiffeisen dans la recherche de solutions à besoins de placement complexes. Ce partenaire en private banking, qui possède une longue tradition dans l'univers coopératif, connaît les souhaits et les priorités des clients des Banques Raiffeisen. Pour lui, la qualité irréprochable des prestations, le conseil personnel sur place et une large gamme de produits même dans le domaine de la gestion de patrimoine font partie du quotidien. Enfin, cosba dispose des systèmes experts et des processus qui permettent une mise en œuvre professionnelle de la gestion de patrimoine. Les conseillers Raiffeisen demeurent cependant les interlocuteurs de leurs clients pour le private banking.

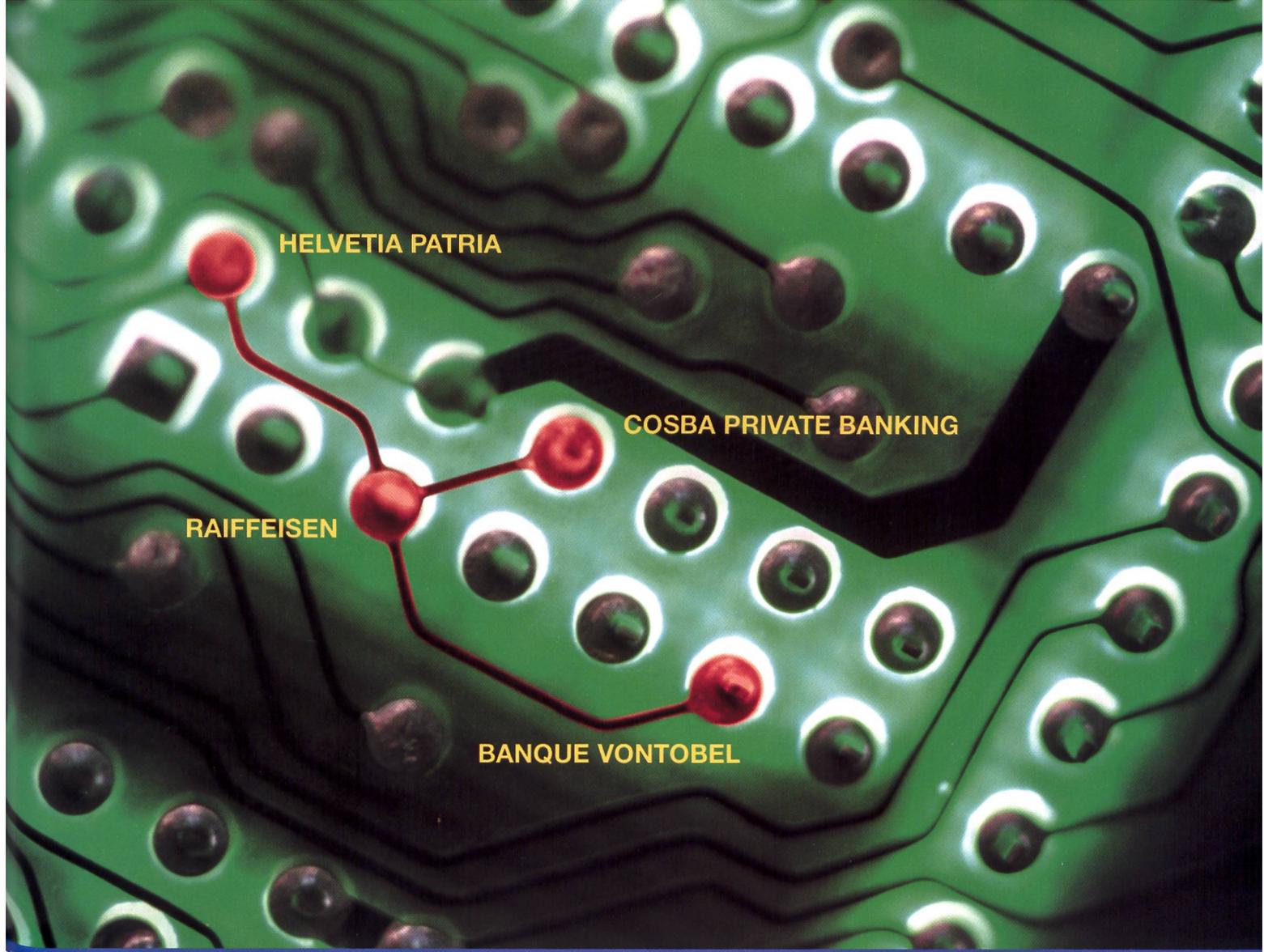


Vontobel Investment Funds

Banque Vontobel

Depuis de nombreuses années, les fonds de placement Raiffeisen sont gérés par la Banque Vontobel. Dans la volonté systématique de se recentrer sur ses métiers de base, Raiffeisen a également externalisé avec succès ce pan d'activité.

C'est toutefois Raiffeisen qui décide de l'aménagement des produits, alors que Vontobel s'occupe du placement proprement dit en concertation avec les chefs de produit. Dans le cadre de ce partenariat, les clients Raiffeisen profitent aussi d'un supplément de savoir-faire en matière de conseil. Cela peut par exemple se concrétiser par des recommandations de placement reposant sur des fonds.



ter à vendre des produits, mais résoudre les problèmes de ses clients et, si possible, créer à l'avance des solutions en anticipant leurs besoins.

UN PARTENARIAT EN RÉSEAU

Si les coopérations entre les entreprises et leurs fournisseurs sont aujourd'hui fréquentes, cela s'explique par plusieurs facteurs: les entreprises peuvent échanger leur savoir-faire, utiliser certaines technologies en commun et réaliser ainsi des économies et affecter leur capital de façon optimale. Autres raisons importantes, l'amélioration de la qualité des prestations; l'élargissement de l'offre et des possibilités accrues de distribution des produits. Les coopérations permettent à Raiffei-

sen de se concentrer sur ses pôles de compétence. Helvetia Patria a donné corps à l'idée de bancassurance, et grâce à cosba private banking, il est possible de couvrir le segment haut de gamme dans les affaires de placements et de gestion de fortune. Enfin, la Banque Vontobel a créé une forte assise dans le domaine des fonds de placement.

Chaque projet de partenariat demande à être mûrement réfléchi. Il faut d'abord connaître à fond sa clientèle et ses exigences et savoir sur quel secteur on souhaite se focaliser. Est-il nécessaire de créer soi-même de nouveaux produits ou prestations ou vaut-il mieux les acquérir à l'extérieur? Comment un partenariat doit-il se présenter? Quels sont les partenaires potentiels?

PARTENARIATS SANS PROBLÈMES?

Chez Raiffeisen comme ailleurs, les coopérations ne se sont pas toujours déroulées d'emblée comme cela avait été prévu. Mais ici comme dans la vie en général, quand une opportunité se présente, il faut savoir la saisir, pour autant qu'il existe un minimum de points communs. Si l'on attend pour se décider que tous les risques soient évalués, il est souvent trop tard. L'essentiel est de pouvoir reconnaître les points qui font problème, de les analyser, et de les traiter rapidement afin que les clients n'en soient pas affectés. Dans ce sens, Raiffeisen a beaucoup appris. ■ BEATRICE ZWICKY STAUB

INFO

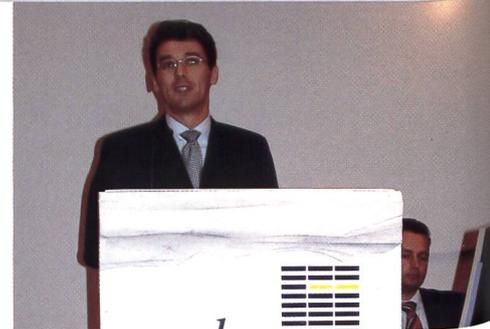
Si vous souhaitez en savoir plus sur nos partenaires ou sur leurs prestations, n'hésitez pas à vous adresser à votre Banque Raiffeisen.

PRIVATE BANKING, MAIN DANS LA MAIN

Depuis plus d'un an maintenant, Raiffeisen propose de concert avec cosba private banking une **GESTION DE FORTUNE** apte à satisfaire les plus exigeants. Les premières expériences le confirment: cette **COLLABORATION** fonctionne à merveille, et c'est tout bénéfique pour la clientèle!



Manifestation commune destinée à la clientèle de cosba private banking et de Raiffeisen, à la Bourse de Zurich.



Richard Manger, président de la direction générale de cosba private banking, dans le cadre d'une présentation à la clientèle.

Plus d'un million de sociétaires, troisième groupe bancaire suisse, mais qu'est-ce qui rend les Banques Raiffeisen si attrayantes, qu'est-ce qui constitue le fondement de leur réussite? «Mon conseiller à la Banque me fournit tous les services dont j'ai besoin»: c'est là un des arguments les plus fréquemment cités par les clients (satisfaits) de Raiffeisen lorsqu'on leur pose la question. Dans leur jargon, les banquiers appellent cela la bancassurance: sous une même enseigne, les Banques Raiffeisen offrent leurs services pour tout ce qui concerne les questions d'argent, alors qu'ailleurs, on devra changer au moins d'interlocuteur, sinon d'établissement.

OFFRE COMPLÈTE

Après avoir trouvé en Helvetia Patria Assurances un partenaire pour le secteur de l'assurance-vie, les Banques Raiffeisen proposent également un conseil compétent pour les exigences plus complexes en matière d'investissement. La Banque Raiffeisen de Viège-Zeneggen ne tarit pas d'éloges sur le partenariat relativement récent qui a été engagé avec

cosba private banking: «Dans l'intérêt de nos clients, nous avons pu combler une réelle lacune dans notre éventail de prestations. En effet, si nous maîtrisons bien les placements classiques, jusqu'à présent, il ne nous a guère été possible, ne serait-ce que pour des raisons de personnel, de répondre à des besoins de private banking plus exigeants», affirme Silvio Seiler, le directeur de la Banque.

La Banque Raiffeisen de Viège-Zeneggen offre donc désormais ces services de gestion de fortune de haut niveau à une clientèle actuelle ou potentielle qui, par le passé, devait se tourner vers les grandes banques ou d'autres instituts privés. Le fait que les clients décident eux-mêmes de la répartition des rôles entre leur établissement Raiffeisen et cosba private banking, c'est-à-dire de l'intensité du conseil que leur prodiguera la banque privée coopérative, est un atout supplémentaire. L'idée du «private banking pour tous» avec l'assistance de cosba private banking s'adresse aux clients fortunés exigeants que ne veulent pas renoncer aux atouts d'un conseil personnalisé auprès de leur Banque Raiffeisen locale.

«LA PROXIMITÉ EST DÉCISIVE»

Pour les clients comme pour les Banques Raiffeisen, la proximité personnelle et géographique représente un atout primordial. C'est également l'avis de Jean-Marc Layaz, responsable des affaires financières à la Banque Raiffeisen d'Yverdon-les-Bains: «Nos clients ont opté pour Raiffeisen parce qu'ils sont conscients que notre service à la clientèle est beaucoup plus individuel que celui d'une grande banque par exemple. Nous sommes tout simplement plus proches de nos clients. Cette constatation s'applique aussi à nos partenaires. L'ouverture de la succursale de cosba de Lausanne s'inscrit dans cette même perspective. Ensemble, nous pouvons maintenant proposer, pour le private banking aussi, des services en phase avec des besoins réels.» Jean-Luc Broillet, chef de la succursale de cosba à Lausanne, a lui aussi la même optique. Quand aucun entretien en succursale n'est inscrit dans son agenda, il sillonne la région et rend visite aux Banques Raiffeisen et aux clients.

Le conseiller Raiffeisen est toujours le premier interlocuteur de la clientèle en quête de

services de private banking. Libre à lui ensuite d'associer les experts de cosba à sa démarche, ou d'établir un contact direct avec ceux-ci au profit du client. Afin de bénéficier, ici aussi, de la proximité indispensable avec le marché, cosba private banking est implantée à Zurich (où elle possède deux représentations), mais aussi à Lausanne, Bâle, Wil et Lucerne. Des succursales s'ouvriront ultérieurement à Berne et Lugano. Tous ces sites se ressemblent sur un point: les conseillers de Raiffeisen et cosba travaillent sous un même toit, même si, pour des motifs juridiques, l'enseigne n'est pas la même.

AUSSI POUR LES PME

A côté des clients privés, les petites et moyennes entreprises (PME) constituent la clientèle attirée de Raiffeisen. Dans ce contexte, un intérêt particulier est suscité par l'offre de cosba private banking destinée aux investisseurs institutionnels, spécialement conçue en fonction des besoins des caisses de retraite et respectant notamment les restrictions de placement stipulées par les dispositions légales. «La coopération avec cosba private banking per-

met à notre clientèle d'entreprises de disposer d'une gestion de fortune conforme aux prescriptions de la LPP, ce qui complète idéalement notre éventail de prestations. Elle nous permet aussi d'améliorer encore la qualité de nos services, ce que nos clients apprécient également». Ainsi s'exprime Urs Jäggi, directeur de la Banque Raiffeisen de Deitingen (SO) quand on l'interroge sur ses premières expériences, largement positives, avec cosba private banking.

La distribution de prestations de service ne figure pas au premier plan pour les Banques Raiffeisen. Ce qui leur importe avant tout, c'est l'information ciblée de leurs sociétaires et clients. Ainsi, la Banque Raiffeisen Morges Venoge a mis sur pied avec l'expert financier de cosba private banking une rencontre intitulée «Le private banking chez Raiffeisen». L'écho en a été très positif, et les clients se sont déclarés satisfaits d'être renseignés de la sorte. Pour Jean-Claude Broillet, ces manifestations remplissent un rôle non négligeable: «La banque, et surtout le private banking, est affaire de confiance. Seul un contact étroit et personnalisé permet de l'assurer. Croyez moi,

ce qui est vrai pour Raiffeisen vaut également pour cosba.» En tant qu'institut coopératif, cosba adhère aux principes Raiffeisen.

Pour la clientèle, un premier bilan de cette collaboration encore récente ne peut être que positif: l'initiative de ne pas proposer le private banking exclusivement aux grandes fortunes est très bien accueillie par tous ceux qui, fidèles à la politique de proximité et de services personnalisés propres à Raiffeisen, manifestent le besoin d'une gestion de fortune. Certes, tous les clients n'en sont pas encore informés mais ce partenariat qui a surmonté avec succès l'examen de la pratique devrait bientôt passer à la vitesse supérieure. Silvio Seiler, directeur de la Banque Raiffeisen de Viège-Zeneggen, conclut ainsi: «Le private banking, c'est l'avenir, pour nos clients comme pour nous! C'est dans ce domaine prometteur que Raiffeisen et cosba private banking travaillent main dans la main pour désamorcer toute inhibition. Car le concept de private banking est taillé sur mesure pour nos clients: il répond à leurs besoins personnels, et c'est ce qui compte.»

■ DIRK SCHMIDT / PHILIPPE THÉVOZ



Responsable cosba pour la Suisse romande, Jean-Luc Broillet avec Guy Thonney, directeur de la Banque Raiffeisen Morges Venoge, peu avant une présentation à la clientèle.



Erwin Getzmann et Marco Betschart, qui dirige la Banque Raiffeisen de Kriens: «Notre clientèle profite beaucoup de cette coopération.»

Les collaborateurs Raiffeisen vaudois visitent Expo.02



Suite au succès rencontré par la journée des collaborateurs organisée il y a deux ans dans le cadre des 100 ans Raiffeisen, le comité de la Fédération vaudoise a décidé de mettre sur pied une telle journée tous les deux ans. Ainsi, le samedi 1^{er} juin, à l'invitation de la Fédération, quelque 220 collaborateurs issus des 25 établissements du canton ont visité Expo.02 sous un soleil radieux. A l'occasion de cette journée exceptionnelle – tous les points bancaires étaient fermés – ils ont eu le plaisir de découvrir ensemble les artep



de Neuchâtel et Bienne, une navette Iris leur étant réservée. L'ambiance était résolument à la fête. Pour Rocco de Blasio, président de la Fédération vaudoise, une telle journée marque à la fois la reconnaissance envers l'engagement des collaborateurs et l'importance de la cohésion dans le groupe Raiffeisen. (pt.)



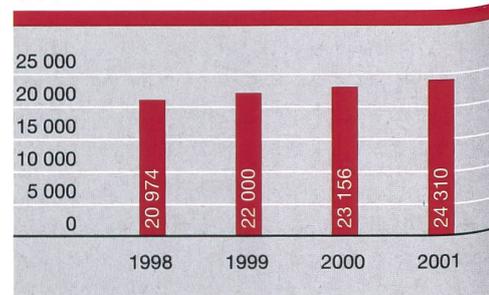
Progression réjouissante des Banques Raiffeisen jurassiennes

La 77^e assemblée générale de la Fédération jurassienne des Banques Raiffeisen s'est tenue aux Genevez. On y a d'abord évoqué les fusions qui ont marqué les esprits et le paysage bancaire jurassien ces dernières années. A ce propos, Jean-Louis Berberat, président du conseil d'administration de la Banque de Courtilval, a amusé la nombreuse assistance – une année sur deux les conjoints sont également conviés – en utilisant d'authentiques poupées russes comme image de cette évolution. Pour lui, l'adaptation est nécessaire, mais elle doit se faire dans la concertation et le respect. Le président de la Fédération Ernest Guélat a rappelé que le nombre des établissements a passé en quatre ans de 60 à 19. S'y ajoutent la fusion récente des Banques de Porrentruy et du Mont-Terrible ainsi que le projet de Banque de la Haute-Birse (BR du District de Moutier et de Tramelan). «Une juste stratégie dans les implantations, les regroupements et la politique bancaire contribue certainement aux bons résultats de notre Groupe», a-t-il souligné avant de dresser un bilan réjouissant de l'exer-

cice 2001. Ainsi, malgré «un terrain déjà bien occupé», les Banques Raiffeisen jurassiennes ont accru leur total de bilan de 5,9% à 1,64 milliard de francs et le nombre de sociétaires de 5% à 24 310. Des mesures ont été adoptées pour renforcer, d'une part, le fonctionnement de la Fédération avec la création d'un secrétariat permanent et, d'autre part, la représentation jurassienne à l'échelle du Groupe avec des délégués «plus professionnels», issus désormais du comité de la Fédération. Le président de la direction de l'Union Suisse des

Banques Raiffeisen, Pierin Vincenz, a, quant à lui, salué la performance qui voit Raiffeisen dans le Jura détenir 29,2% du marché des hypothèques! Il a évoqué les grands axes stratégiques du Groupe, soulignant notamment la coopération avec des partenaires forts pour maintenir l'autonomie et accroître l'efficacité. De son côté, le président du Gouvernement jurassien, Vincent Theurillat, a loué encore la proximité des Banques Raiffeisen, au service de la population locale. (pt.)

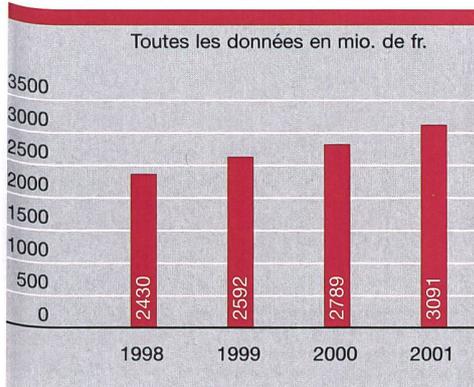
Sociétaires 1998–2001



Fort développement des Banques Raiffeisen vaudoises en 2001

En préambule à l'assemblée générale de la Fédération vaudoise des Banques Raiffeisen qui a eu lieu aux Diablerets, le syndic d'Ormont-Dessus, Philippe Nicollier, a salué le succès des coopératives Raiffeisen comme «un magnifique pied de nez à ceux qui prônent la concentration» et souligné leur importance pour les régions périphériques. Le président de la Fédération Rocco de Blasio a qualifié d'exceptionnelle l'année 2001 à plus d'un titre. Les 27 établissements vaudois ont en effet vu progresser leur total de bilan de 10,8% à 3,1 milliards de francs et le nombre de sociétaires

Somme du bilan 1998-2001



de 13,8% à 47 117. L'insécurité régnant sur les marchés boursiers explique un retour sur l'épargne classique, les fonds de la clientèle progressant de 12,2%. Rocco de Blasio s'est encore plu à relever l'expansion du nombre d'emplois avec une hausse des effectifs de 12,3%, totalement à contre-courant de la tendance enregistrée dans le secteur bancaire. Et d'ajouter: «Par rapport à d'autres fédérations, les Banques vaudoises disposent d'un potentiel de développement énorme». Pour Felice De Grandi, directeur à l'Union Suisse des Banques Raiffeisen, responsable du Risk management, même si les Banques Raiffeisen ont bénéficié ces derniers mois de leur ancrage plus marqué dans les opérations d'intérêts – par opposition aux opérations sur titres – elles ne cessent de gagner des parts de marché, notamment dans le crédit hypothécaire. Il a ensuite évoqué les grands axes stratégiques du Groupe. Le président du Grand Conseil, Francis Rossier, a, pour sa part, avoué une jalouse admiration des silences parlants de cette assemblée à l'annonce des résultats... En guise de conclusion, la Banque Raiffeisen des Alpes vaudoises a tenu à offrir aux membres du comité un présent sous la forme d'un tabouret à traire (ou «botte-cul»), histoire de savoir garder l'équilibre!

(pt.)

Sondage favorable aux Banques Raiffeisen

Dans une étude de consommation menée cette année pour la deuxième fois par Reader's Digest parmi 32 000 lecteurs, 30% d'entre eux désignent spontanément Raiffeisen comme l'institut bancaire le plus digne de confiance. Suivent les banques cantonales (27%) ainsi que les grandes banques UBS (18) et Crédit

Suisse (7). Quand il en va de la confiance, la taille n'est pas toujours un avantage. L'an dernier, Raiffeisen était déjà en tête mais pour 1% seulement devant l'UBS. Les Banques Raiffeisen obtiennent ainsi à nouveau le label de qualité «European Trusted Brand 2002».

Collaboration stratégique pour le traitement des opérations sur titres

Le groupe Raiffeisen suisse opte pour un regroupement stratégique avec les huit banques cantonales composant Coopération AGI (St-Gall, Lucerne, Thurgovie, Fribourg, Glaris, Obwald, Nidwald et Appenzell) pour le traitement centralisé de leurs opérations sur titres. Par ce biais, il s'agit de réduire les coûts grâce à une automatisation accrue. Une déclaration d'intention a été ratifiée dans ce sens par les parties concernées, Coopération AGI et groupe Raiffeisen suisse, et sera suivie le 1^{er} octobre prochain de la fondation d'une société de projet sous forme de société

anonyme, avec une participation réciproque de 50%.

Dans une première phase, ces deux groupes bancaires introduiront dans leurs instituts respectifs le software «Geos», puis procéderont à la migration des données dans leur centre de traitement commun. Selon la planification effectuée, celui-ci entrera en phase opérationnelle en 2004. Son extension ultérieure devrait mener à la création d'une banque de transactions sur titres ouverte à d'autres instituts bancaires.

(cp.)

Cours informatiques seniors

Concernant l'article sur les seniors et l'informatique (Panorama 6/02), il est vrai, que trop peu de seniors connaissent cette opportunité de se former dans de bonnes conditions, à leur rythme et à un coût accessible. Quelques précisions utiles toutefois: le premier centre de formation de Pro Senectute à La Tour-de-Peilz a été inauguré il y a 3 ans et il offre des cours d'initiation à l'informatique et à Internet (2x3 heures au prix de CHF 80.-) et des cours de Word 1 et 2, Excel 1 et 2, Publipostage, Publisher et Photo numérique (2x3 heures au prix de CHF 120.-). En plus, les seniors peuvent s'inscrire à un Club informatique (cotisation annuelle de CHF 50.-). Les mercredis après-midi (de février à fin mai et de sept. à fin novembre) à l'Escale, chacun utilise son portable ou un ordinateur de l'école. Des formateurs aident à trouver les solutions aux problèmes ou répondre aux questions.

jean-claude.tintori@sr-pro-senectute.ch

Offre spéciale aux lecteurs «Panorama»

D'où vient le nom de Raiffeisen? Depuis quand existe ma Banque Raiffeisen? Quel développement ont eu les Banques Raiffeisen? Et quels sont les objectifs pour l'avenir? Si vous vous posez ces questions ou d'autres, vous pourrez trouver les réponses dans le livre intitulé «Raiffeisen – Histoires d'hommes et d'argent». Cet ouvrage met en lumière, dans un langage très accessible, le développement centenaire des Banques Raiffeisen. «Panorama» offre à présent ce livre à ses lecteurs au prix spécial de 10 francs (au lieu de 38 dans le commerce). Si vous êtes intéressé(e), vous pouvez le commander en écrivant à l'Union Suisse des Banques Raiffeisen, «Panorama», route de Berne 20, 1010 Lausanne, ou en téléphonant au 021/654 04 23.

LA SIGNATURE DE VOTRE DÉCOR



Schuler

Décoration
Architecture d'intérieur
Papiers peints

Philippe Schuler SA
Grand-Chêne 8
1002 Lausanne



Tél. 021 310 06 40
Fax 021 310 06 42
www.schuler-deco.ch



Hinein, was hinein
geht? Besser nicht!
Denn jedes Pfund
zuviel kostet...

Trop gros(se)? Perdez du poids facilement:

Il existe différentes façons de perdre du poids de façon ciblée. Mais de nombreux régimes se sont toutefois montrés inefficaces. Notre «système à 3 points» efficace depuis des années continue à faire ses preuves! Grâce à la prise régulière, simultanée, pendant plusieurs semaines à plusieurs mois, vous

obtiendrez un formidable résultat!!!

Le système à 3 points est composé de 3 produits purement végétaux:

1. **Les gouttes à base de plantes:** freinent l'appétit et les «envies dévorantes de manger» que vous redoutez tant;
2. **Les essences végétales spagyriques:** activent le métabolisme dans les cellules graisseuses pour mieux pouvoir faire fondre les bourrelets de graisse existants.
3. **Les capsules de glucomannane végétal:** gonflent dans l'estomac pour entraîner plus rapidement une sensation de satiété. De plus, elles agglutinent dans l'intestin les graisses ingérées (des bombes caloriques) qui sont alors excrétées sans être assimilées et sans pouvoir former de nouveaux bourrelets de graisse.

Finissez-en avec la surcharge pondérale et sentez-vous à nouveau bien dans votre peau!

Je commande contre facture (uniquement Suisse + Liechtenstein):

- système à 3 points pour env. 6 sem. Fr. 158.60
- système à 3 points pour env. 9 sem. Fr. 239.45
- système à 3 points pour env. 18 sem. Fr. 471.90

Expéditeur:

Nom: Prénom:

Rue:

Code postal, localité:

Tél: Email:

C'est avec plaisir que nous vous conseillerons par téléphone!

Heggli Naturprodukte GmbH
Hohlenbaumstrasse 71, Postfach 53
8204 Schaffhausen
Téléphone 052 625 75 81; Téléfax 052 620 03 51

www.heggli-naturprodukte.ch
info@heggli-naturprodukte.ch

PAS SI BRIGANDS QUE ÇA!

*Dans le temps, ils passaient leur temps à détrousser et tuer de nobles voyageurs qui, pour leur malheur, osaient s'aventurer dans leurs bois. Aujourd'hui, les **BRIGANDS DU JORAT** font beaucoup moins peur!*

S'ils ont conservé le costume, la gourde et le gourdin de leurs prédécesseurs, les cinquante-six membres de cette vaillante compagnie se contentent d'attaquer pour rire les personnalités de tout poil passant dans le coin, y compris des Conseillers d'Etat ou fédéraux. Saisis vigoureusement, attachés à un arbre, ils finiront tous par prendre un coup d'assommoir, celui-ci étant fort heureusement le nom du vin que les brigands offrent à leurs victimes. Non sans leur avoir demandé de payer une «rançon» sous forme de jus de la treille (et du bon!), comme doivent le faire, parfois, certains Conseillers d'Etat vaudois et autres personnalités proprement kidnappés.

VOYAGEURS DÉTROUSSÉS

Mais il en a pas toujours été de si amusante façon. Au Moyen Age et même jusqu'au commencement du XVIII^e siècle, le Jorat fut le



centre d'opérations de plusieurs bandes «travaillant» séparément et assassinant jusqu'aux portes de Moudon et même entre Villeneuve et Aigle, selon ce que rapporte l'histoire. «Les brigands ne se servaient jamais d'armes à feu mais d'épées, de coutelas pour couper les doigts portant des bagues ou les cheveux des femmes, ainsi que de leur arme favorite, le «pau», un bâton avec lequel ils assommaient leurs victimes et dont le maniement était transmis de père en fils dès le plus jeune âge. Cachés dans les bosquets aux abords des chemins, quelques-uns faisaient le guet. Averti par un coup de sifflet, un seul se présentait alors face au voyageur, l'assommait proprement puis la bande sortait alors pour procéder au dépeçage, les cadavres étant ensuite jetés dans les fourrés.»

CULTIVER L'AMITIÉ

Ne vivant que du produit de leurs crimes, ils étaient bien sûr la terreur des voyageurs, de préférence cossus, s'aventurant seuls. Pour mettre fin aux méfaits de ces bandes, les Bernois durent prendre des mesures rigoureuses. Chaque année, plusieurs brigands étaient roués ou pendus et, du 16 octobre à la fin décembre 1702, vingt-cinq d'entre eux furent roués à Vidy, dix pendus, quatre décapités et les plus jeunes envoyés aux galères du Roy de France. Les cadavres restèrent exposés au bord du Léman sur les roues et les gibets jusqu'en juillet de l'été suivant. En fait, ce qui

contribua surtout à la fin des brigands du Jorat, ce fut l'adoucissement des mœurs produit par l'éducation due aux pasteurs et régents bernois qui se mirent à sillonner les contrées les plus reculées.

La nouvelle et vaillante Compagnie, fondée le 31 décembre 1971, ne veut naturellement nullement ressusciter le souvenir de ces hommes, ni récidiver dans leurs crimes et maléfices. Encore moins leur rendre un hommage qu'ils ne méritent guère. Elle se veut, bien au contraire, «traqueuse de sauvagerie sous ses formes les plus modernes», dans les terres des trois Jorats qui lui servent de terrain de «chasse». Elle n'a d'autre but que de s'amuser un brin tout en cultivant une solide amitié. Pour en faire partie, nul besoin d'habiter forcément le Jorat, la cooptation étant la règle. Jean-Pascal Delamuraz en fut, au côté de paysans, d'ouvriers, d'artisans, de juges de paix ou d'un préfet. Savoir bêcher, reconnaître quelques vins d'ici ainsi que certaines essences d'arbres, couper un tronc à la hache et manier le gourdin sur un pantin sont les tests à passer pour être admis. Mais la qualité primordiale, c'est d'être toujours de bonne humeur! Cantonnés au stand de tir désaffecté de Ropraz où ils ont établi leur repaire, les nouveaux Brigands du Jorat se réunissent chaque premier vendredi du mois où à tour de rôle ils font le repas avant de mettre au point leurs «attaques», à raison de sept ou huit par an.

■ SIMON VERMOT



Photos: Lcd

www.mobilis.ch



MØBILIS

Mobilier contemporain & Design

Sortie autoroute - CH-1728 Rossens - 026 411 36 76



GUIDES D'EXPÉRIENCE

*A Lausanne, les guides du **MOUVEMENT DES AÎNÉS** entraînent les visiteurs à découvrir la ville avec la passion du vrai curieux. Leur enthousiasme fait école.*

L'aventure a commencé à Lausanne en 1986, au Mouvement des Aînés (MDA). Ils avaient du temps, souhaitaient se plonger davantage dans les richesses de leur cité et les faire connaître; ils se sont donc organisés en un groupe de guides qui depuis lors n'a pas failli. Tous les jours ouvrables, pendant la belle saison, ils entraînent les visiteurs de partout, y compris les Lausannois, à découvrir leur ville à pied. Les groupes sont limités à quinze personnes, la balade prend une à deux heures.

«Avant le départ, nous demandons aux participants ce qu'ils veulent voir et nous composons l'itinéraire selon leurs attentes, explique la coordinatrice Madeleine Gonin. «La Cathédrale et l'Hôtel de Ville sont toujours demandés. Si nous en avons le temps, nous allons à Ouchy après la visite, nous buvons quelque chose ensemble et répondons aux dernières questions.»

Ces questions peuvent aller dans toutes les directions. Les guides MDA sont solidement préparés pour savoir y répondre. Recrutés tous les deux ans par voie de presse, ils participent à un entretien préalable, effectuent quelques visites avec des guides en place afin de bien comprendre leur fonction, puis peu-

vent s'inscrire. Leur formation commence à la fin septembre, à raison d'une demi-journée par quinzaine, et se termine à la fin avril. Ils doivent alors rédiger un mémoire sur le sujet de leur choix, et le défendre oralement. Un examen pratique les attend ensuite, visite-test sur le terrain, avec un guide chevronné. En mai, le nouveau guide suit les anciens, il commence en juin à travailler seul.

Les guides du MDA sont astreints à une formation continue. «C'est une exigence de la Ville pour être agréé par elle», précise Madeleine Gonin. De fait, la collaboration est excellente avec les administrations municipales et cantonales, ce qui permet aux visiteurs de profiter de privilèges: la découverte du Château, siège du gouvernement cantonal, celle du beffroi de la cathédrale, ou encore de la maquette de Lausanne construite en 1638 et déposée à l'Hôtel de Ville. La collaboration est excellente aussi avec Lausanne Tourisme qui organise des visites en bus auxquelles les itinéraires à pied des guides MDA offrent une heureuse complémentarité.

Infatigables, les guides sont actifs lors de la «Journée sans ma voiture» du 22 septembre. Ils seront aussi au rendez-vous des Journées du Patrimoine. Tout les intéresse, tout les stimule; et quand une question les prend au

dépourvu, ils se plongent dans une recherche. Leur enthousiasme a fait école. Aujourd'hui, Montreux, Nyon, Vevey, Morges, Yverdon et même Fribourg disposent d'un groupe de guides MDA.

■ GENEVIÈVE PRAPLAN

INFO

Les guides d'accueil du Mouvement des Aînés sont disponibles les jours ouvrables, du 1^{er} mai au 30 septembre. Deux départs sont prévus, à 10h et à 15h, devant l'Hôtel de Ville, Place de la Palud.

Des visites gratuites de la Cathédrale ont lieu les jours ouvrables, de juillet à mi-septembre, à 10h30, 11h15, 15h et 15h45.

Les visites sont commentées en français, allemand, italien et anglais, selon le guide.

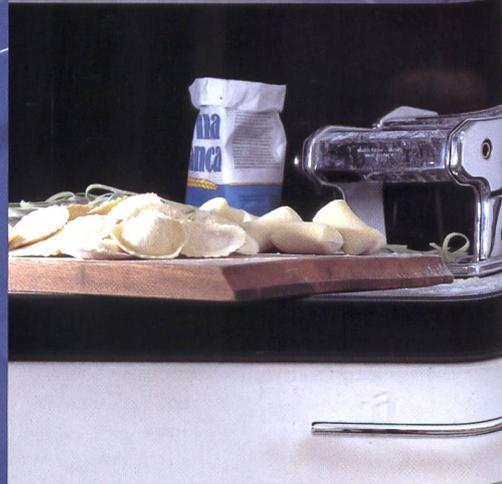
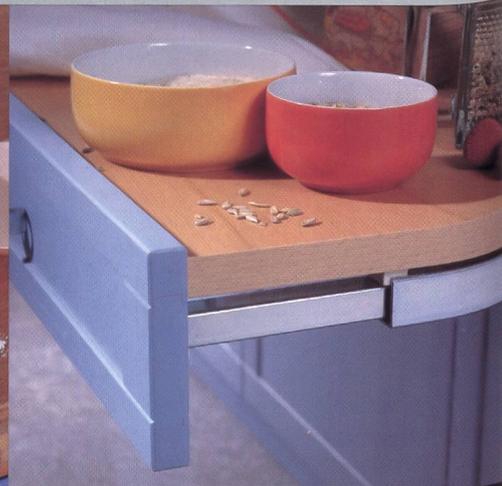
Hors saison, les visites sont organisées sur demande pour des groupes ou individuelle.

Le Mouvement des Aînés compte actuellement 43 guides actifs pour la ville et 12 spécialisés dans les visites de la Cathédrale. En 2001, 5227 visiteurs les ont suivis, 552 se sont intéressés à la Cathédrale. L'hiver 2001-2002, 1278 personnes ont demandé une visite guidée. Renseignements, tél. 021/321 77 66.

☐ **PODIUM®**
Nous vous prions de nous envoyer un prospectus
Per favore mandarci un catalogo
Bitte senden Sie uns einen Katalog
Dites/Maisons/Erntezettel.



Benvenuti in cucina.

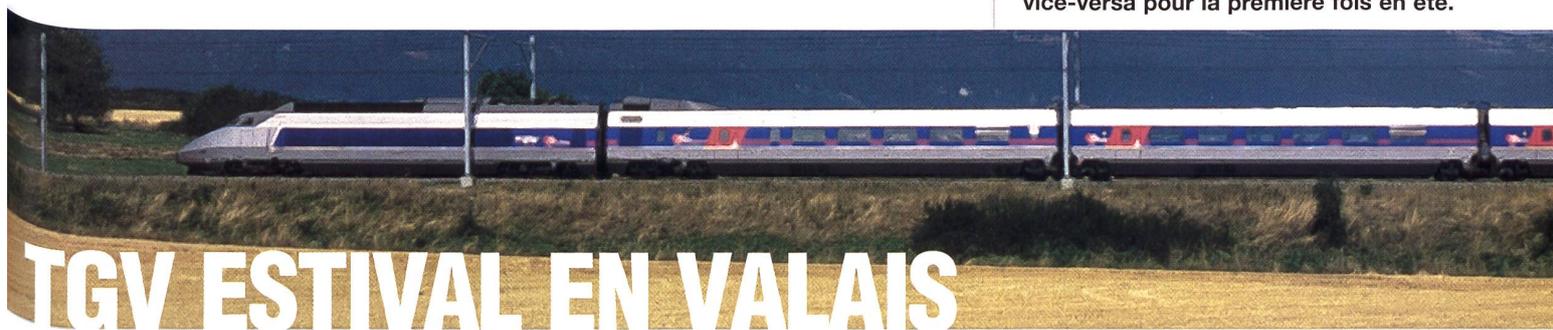


Per ulteriori informazioni rivolgersi a
D'ultérieures informations vous seront données par
Weitere Informationen erhalten Sie über



MERCOLLILEGNO SA
Via ai Ciöss • CH-6593 Cadenazzo
Internet: www.mercollegno.ch
e-mail: info@mercollegno.ch
Tel. 091-851 97 20 • Fax 091- 851 97 29

Les TGV Lyria relient le Valais à Paris et vice-versa pour la première fois en été.



TGV FESTIVAL EN VALAIS

Grande nouveauté de **RAIL FRANCE SUISSE SAS**, qui exploite les trains à grande vitesse Lyria (auparavant La Ligne de Cœur) entre la Suisse (Lausanne, Neuchâtel, Berne et Zurich) et la France (surtout Paris): depuis le 15 juin, la société franco-suisse relie le Valais. Une première en été.



Le confort des rames Lyria est toujours plus grand avec l'installation de prises pour les ordinateurs portables.

Concrètement, Lyria propose deux liaisons hebdomadaires Suisse-France les lundis et samedis jusqu'au 30 septembre. Le train quitte Sierre à 7h28 et arrive à Paris à 13h21 en transitant par Lausanne. Autre possibilité de rejoindre la Ville lumière du Valais: partir le samedi, à 16h52, de Brigue (arrivée à Paris à 23h29). Ce deuxième train s'arrête également dans la capitale vaudoise. Dans le sens France-Suisse, le «train de Brigue» part de Paris à 7h44 le samedi et arrive à Brigue à 13h56. Pour les trains reliant Sierre, le départ de Paris est fixé à 16h44 les vendredis et dimanches et l'arrivée à Sierre prévue à 22h32.

PROMOTION DE LA MONTAGNE

«Si nous avons décidé de desservir le Valais l'été, c'est parce que, depuis cette année, Suisse Tourisme axe sa promotion sur la montagne, explique Pierre Zaugg, assistant commercial auprès de Lyria. Nous voulions en quelque sorte accompagner le mouvement et faire en sorte que les Français viennent en Suisse pour y visiter nos sommets, notamment valaisans. Une campagne de communication a été effectuée à ce propos dans l'Hexagone.

Cela dit, nous évoquons la desserte du Valais durant la belle saison depuis longtemps.»

Notons que cela fait plusieurs années que le TGV des Neiges relie Paris au Valais et vice-versa en hiver. Des contacts ont été pris avec des entreprises locales de transport afin que des bus acheminent les passagers valaisans de retour de Paris dans leurs diverses localités, car, à l'arrivée du TGV en soirée cet été, il n'y aura plus de correspondance ferroviaire. Dans l'autre sens, Suisse-France, Lyria veut inciter les Valaisans, entre autres, à se rendre dans la capitale française en été, car c'est nettement plus tranquille que le reste de l'année. «C'est pourquoi nous faisons de la publicité dans ce canton», souligne Pierre Zaugg.

DE LA LIGNE DE CŒUR À LYRIA

Depuis le 1^{er} mars dernier, les TGV La Ligne de Cœur sont rebaptisés Lyria. «Toutes nos rames afficheront le nouveau logo dès que possible. Si nous avons procédé à ce changement c'est, d'une part, parce que l'appellation Ligne de Cœur n'est pas très porteuse sur le territoire français et, d'autre part, en raison du nom TGV, devenu une marque déposée qu'on ne peut plus utiliser.» D'un point de vue technique, les hommes d'affaires vont être heureux d'apprendre que des prises pour ordinateurs portables sont en train d'être installées en première classe. «D'ici à l'automne, toutes les rames devraient en être équipées.» En outre, des crochets pour les vélos verront le jour dans les espaces bagages. Pour répondre à de nombreuses demandes.

CONCURRENCE AÉRIENNE

En conclusion, Dominique Diserens, directeur général de Rail France Suisse SAS, déclare

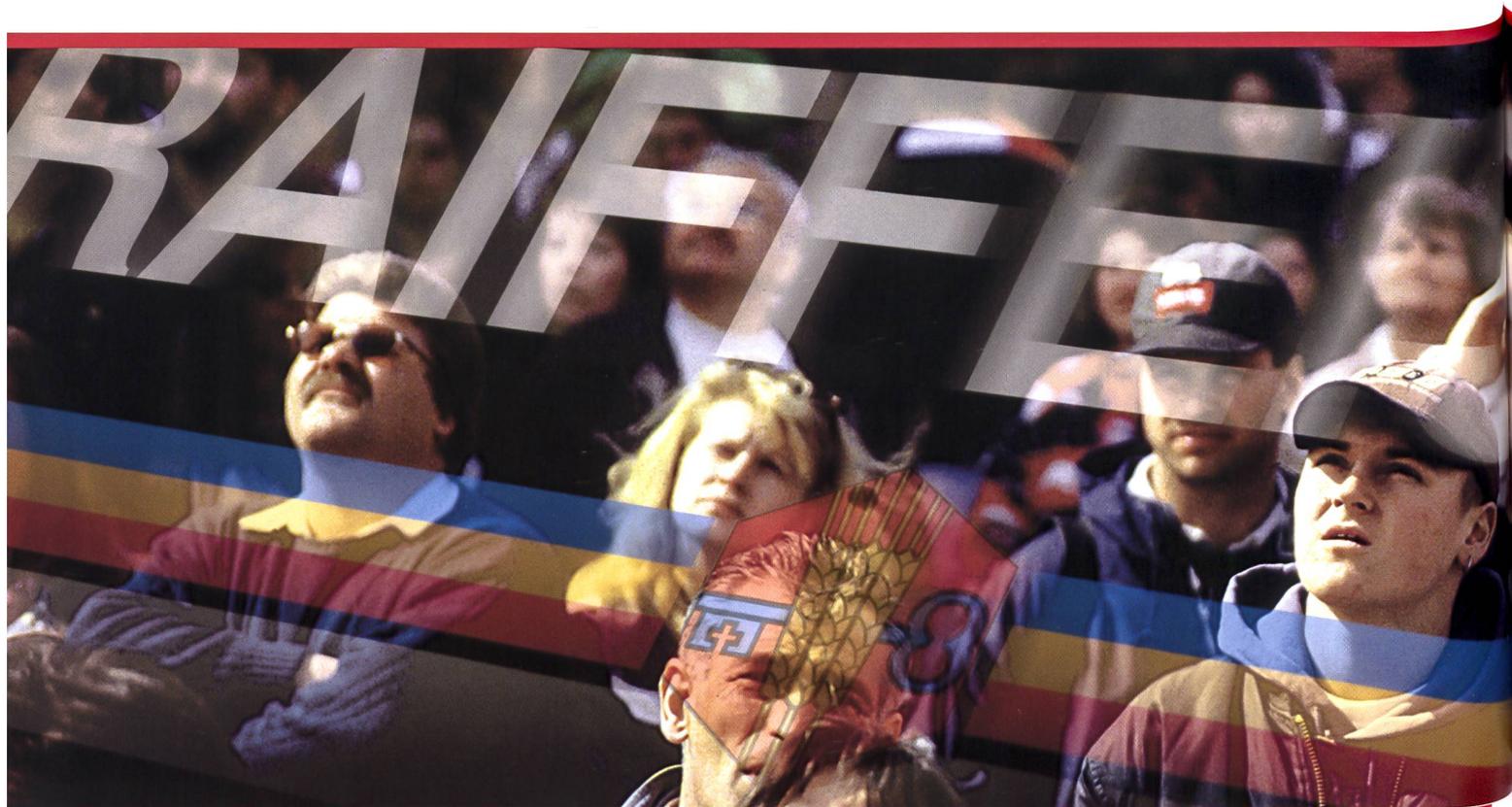
que la nouvelle desserte de Paris Orly par EasyJet au départ de Genève ne représente pas encore une concurrence pour Lyria: «Les créneaux horaires de la compagnie aérienne ne sont pas très intéressants pour les clients. Je ne crains donc pas qu'elle nous prenne des passagers dans l'immédiat. En revanche, ses prix sont très intéressants et susceptibles de créer une nouvelle clientèle pour Paris. Mais nous restons très attentifs au développement de l'offre d'EasyJet sur la Ville lumière. Bref, Lyria n'a pas de soucis à se faire. D'autant moins que son confort augmente sans cesse.

■ DIDIER WALZER

Moins de passagers en 2001

Du 8 juillet au 4 septembre, Lyria propose des tarifs séduction pour inciter les touristes à aller à Paris ou venir en Suisse avec le TGV. Si le rabais est de 40% par rapport aux tarifs habituels, il sera encore plus intéressant pour les Valaisans qui bénéficient, eux, d'une réduction de 50% cet été. Cette double action n'est pas inutile pour remplir les rames de Lyria qui a connu une année 2001 difficile en termes de remplissage. En effet, il y a eu 10 000 passagers en moins sur l'axe Lausanne-Paris-Lausanne comparativement à 2000, mais, heureusement, 3000 clients en plus sur le tronçon Zurich-Paris-Zurich. Cela fait tout de même une baisse de 7000 passagers due à l'arrêt net de consommation des voyages des particuliers à la suite du 11 septembre. Les affaires ont bien repris depuis début 2002 avec des chiffres comparables aux mois correspondant de 2001.

(dw.)



L'HOMME AU PREMIER PLAN

Nombreuses sont les entreprises qui affichent leur volonté d'intégrer des **MODÈLES ÉTHIQUES** mais qui se heurtent hélas à de grandes difficultés lors de leur mise en œuvre. Les efforts entrepris par **RAIFFEISEN** pour répondre aux exigences les plus élevées en la matière incitent par contre à l'optimisme.

L'éthique, et plus particulièrement l'intégration de ses principes fondamentaux dans les entreprises suisses, n'est souvent qu'une formule toute faite comme en témoignent les résultats d'un sondage réalisé par l'institut zougais Lassalle auprès des 2000 plus grands décideurs économiques sur le thème de l'éthique (cf. «Panorama» 4/02). Selon quel esprit de responsabilité agit quant à lui le groupe Raiffeisen envers l'homme et l'argent? Dans quelle mesure les Banques Raiffeisen participent-elles à l'amélioration des relations humaines sur cette planète?

UNE PHILOSOPHIE, UN ENGAGEMENT

«La banque et l'éthique ne sont pas aux antipodes», déclare Pierin Vincenz. «Tout dépend de la manière dont les affaires bancaires sont gérées». Le groupe Raiffeisen a adopté certaines règles d'or qui ont influencé positivement le comportement éthique de l'entreprise. La première consiste à «garder le sens de la mesure». Les Banques Raiffeisen, organisées sur le mode coopératif, ne se sont pas associées au principe de la valeur actionnariale pourtant largement répandu. Chez elles, les gains sont utilisés au profit des investissements techno-

logiques, de la constitution de réserves mais aussi des sociétaires récompensés pour leur engagement. Ils sont ainsi plus d'un million à bénéficier d'avantages qui représentent en moyenne quelques centaines de francs pour chacun d'entre eux. Citons notamment le compte privé sans frais, le pour-cent supplémentaire d'intérêt sur le compte épargne, les cartes gratuites ec/Maestro et Visa (la première année), le passeport musées suisses et l'entrée réduite à Expo.02. La circonspection est également de mise en ce qui concerne les salaires et les indemnités des directeurs de



La Fondation éthique «Weltethos Schweiz», domiciliée à Schwarzenberg (LU), a conçu et réalisé l'exposition itinérante «Religions du monde – Paix dans le monde – Ethique mondiale». Elle s'inspire des idées du théologien suisse Hans Küng, convaincu que les religions ne pourront contribuer à la paix dans le monde qu'en menant une réflexion sur leurs points de convergence en matière d'éthique. L'exposition a pour objectif de dévoiler le monde fascinant des différentes religions et la signification des idéologies éthiques qu'elles véhiculent. Les grands mouvements spirituels comme l'hindouisme, la religion chinoise, le bouddhisme, le judaïsme, le christianisme et l'islam intègrent en principe les mêmes valeurs éthiques malgré des doctrines et des rituels différents.

La Fondation Raiffeisen soutient différents lieux d'exposition. Cette année, l'exposition itinérante passera jusqu'à l'automne dans des villes et stations grisonnes, puis à Lucerne et Kreuzlingen. Pour consulter les autres communes prévues au programme, veuillez vous reporter à l'adresse www.weltethos.org.

banque et des présidents des conseils d'administration. Les rémunérations exorbitantes ou le versement de bonus prohibitifs, qui ont fait les grands titres ces derniers mois, sont impensables chez Raiffeisen.

«La mise en œuvre des idées coopératives constitue la deuxième règle d'or», explique Pierin Vincenz. Les sociétaires, propriétaires de leur Banque Raiffeisen, déterminent à ce titre la politique d'entreprise. «Chez Raiffeisen pas de vaines paroles mais un principe inéluctable sur lequel repose toute sa philosophie, ses idées et son comportement: l'homme est au centre des préoccupations.» La troisième règle d'or: le regroupement au sein de l'Union Suisse des Banques Raiffeisen (USBR) qui a permis de tirer parti des effets de taille et des synergies pour garantir sécurité et efficacité.

PRODUITS DURABLES

Raiffeisen accorde de plus en plus d'importance à la manière dont les ressources naturelles sont utilisées. C'est dans cet esprit qu'elle a enrichi sa gamme de services de deux produits. Depuis mai 2001, elle propose ainsi un

placement alternatif. Les clients soucieux de l'environnement peuvent aujourd'hui investir dans quatre fonds qui misent sur le développement durable (fonds Futura). Outre les critères économiques, ceux-ci respectent aussi les critères écologiques et sociaux. Un an après leur lancement, ils affichent un volume de quelque 170 millions de francs. Ce succès démontre que les clients aspirent aujourd'hui à des produits durables.

Dans le secteur de la construction, Raiffeisen est le premier groupe bancaire national à soutenir le label Minergie. Les clients Raiffeisen peuvent désormais profiter de l'hypothèque Minergie lancée il y a quelques semaines (cf. «Panorama» 4/02). Tout propriétaire, qui construit sa maison selon les critères Minergie, bénéficie d'une réduction de 0,5% du taux hypothécaire. A St-Gall, le siège de Raiffeisen fait figure d'exemple: son nouveau bâtiment, achevé fin avril 2002, a été en effet conçu d'après le concept Minergie.

La gestion cohérente des déchets, l'installation d'une centrale thermique à gaz et la récupération de l'eau de pluie à la place de l'eau potable sont autant de mesures écologi-

ques que le groupe poursuit depuis quelques années au niveau de son siège.

ENGAGEMENT TOUS AZIMUTS

A l'occasion du centenaire des Banques Raiffeisen helvétiques, fêté au cours de l'été 2000 a été créée la Fondation Raiffeisen pour remercier la population de son soutien. Elle a pour mission d'apporter son concours financier à des projets d'utilité publique présentant un réel intérêt pour la population. Elle s'intéresse en priorité à ceux qui contribuent à la promotion de l'éthique dans l'économie. Mais Raiffeisen Suisse s'engage également à l'étranger. Voici trois décennies qu'elle soutient financièrement l'implantation de Banques Raiffeisen au Rwanda, un pays qui compte parmi les plus pauvres d'Afrique (cf. page 42). En Roumanie, le groupe offre son savoir-faire pour l'édification d'un système bancaire.

En 1995, Kaspar Villiger, président de la Confédération, déclarait: «Raiffeisen a introduit le bon sens dans le monde bancaire». A l'avenir, pas question pour Raiffeisen de déroger à ce principe fondamental.

■ JEANNETTE WILD

Secret d'une peau séduisante: l'huile de bourrache!



L'huile de bourrache contient un acide gras de haute valeur biologique: l'**acide gamma**. Cette précieuse substance manque presque totalement dans notre alimentation. Elle **hydrate et assouplit** les diverses couches de l'épiderme, atténuant de manière déterminante sa **déshydratation** et son **déficit hydrique**, tout en renforçant son élasticité. Par ailleurs, l'huile de bourrache a un **effet antiride**: en améliorant le **métabolisme de la peau**, elle la rend plus lisse et plus douce. Elle régularise aussi le fonctionnement des glandes sébacées, avec des effets positifs sur les peaux **sèches, ridées ou squameuses**, ainsi qu'en cas d'**acné**. **Cosmétique naturel**, notre **huile de bourrache bioactive** a été mise au point sans **aucun recours à l'expérimentation animale**. Elle est très bien tolérée par toutes les peaux, no-tamment par les **épidermes sensibles!**

Sous quelle forme peut-on acquérir de l'huile de bourrache?

- Huile de bourrache pure** et non parfumée, 50 ml (pour soins nocturnes intensifs) Fr. 49.50
- Crème à l'huile de bourrache mutibioactive** nuit et jour 50 ml (soins intensifs; assimilation rapide) Fr. 49.-
- Peeling pour le visage à l'huile de bourrache bioactive**, 50 ml (élimine avec ménagement les cellules mortes de la peau) Fr. 19.90
- Capsules d'huile de bourrache**, 240 pièces (complément alimentaire: la beauté servie de l'intérieur) Fr. 95.-
- Offre combinée: les 4 produits à l'essai!** **10% de rabais**

Utiliser **simultanément** les 4 produits, c'est mettre tous les atouts de son côté pour un succès optimal!

Commandez par téléphone ou par courrier/fax en cochant ci-dessus les produits souhaités.

Mon adresse:

Nom / Prénom: _____

Rue: _____

NPA/Location: _____

Tél.: _____ E-Mail: _____

PANO 7-8/02



Remèdes naturels
Livraison possible à l'étranger

Hohlenbaumstrasse 71
Case postale 53
8204 Sciaffusa
Téléphone 052/625 75 81
Fax 052/620 03 51

KÜNG SAUNA

construction propre
design protégé

Coupon pour documentation

- Sauna finlandais
- Sauna bio/BIOSA
- Sauna en poutres
- Bain de vapeur
- Whirl-Pol
- Solariums
- Appareils fitness

Nom _____
Rue _____
NPA/Localité _____
Téléphone _____
Pan _____

Küng AG Saunabau
Opere Leihorstrasse 59
CH-8820 Wädenswil
Téléphone 01 / 780 67 55
Téléfax 01 / 780 13 79
info@kueng-sauna.ch
www.kueng-sauna.ch



HERAG

HERAG AG Treppenlifte
Tramstrasse 46
8707 Uetikon am See
Tél. 01/920 05 04



Montez ... Descendez



Des solutions avantageuses
pour chaque escalier.
Une réalisation de grande
qualité.

Veillez m'envoyer la documentation

Nom _____

Rue _____

NPA / Localité _____

Quand votre rêve devient réalité!



Cavin
ARTICLES DE JARDIN

Halle 32
Stand 3210 A-D

Cavin Articles de Jardin SA
Centre Cacib – Av. des Baumettes 13B – 1020 Renens
Tél. 021/632 50 60 – Fax 021/632 50 61
www.cavin.ch – e-mail: info@cavin.ch

Spas – Saunas – Piscines – Cheminées
Grils à gaz – Meubles – Parasols – Stores – Tentes

SWISSAIR EST MORTE, VIVE SWISS!

SWISSAIR, notre fierté nationale, a connu une fin peu glorieuse mais, comme le **PHÉNIX** de la légende, elle a su renaître de ses cendres pour devenir **SWISS**. Espérons qu'elle ne manquera pas d'air.



Nous voulons devenir la compagnie aérienne européenne qui reliera les centres d'affaires dynamiques et les métropoles culturelles. N'oublions pas que la Suisse est un symbole de multiplicité culturelle et d'ouverture au monde, et ce symbole est aussi une obligation morale à fournir un «service impeccable, qui repose sur les qualités suisses universelles». La Suisse a construit sa réputation sur la fiabilité, la propreté et la sécurité, mais aussi l'innovation, la tradition et la modernité. C'est ainsi qu'André Dosé, président de la direction de Swiss s'est exprimé, quand, le 31 janvier 2002, il a révélé le nouveau nom de la société, nom qui a été approuvé par l'assemblée générale du 13 mai dernier: Swiss International Air Lines Ltd.

Comment Swiss parviendra-t-elle à atteindre ces objectifs ambitieux? Elle, l'ancienne Crossair, qui a réussi une formidable ascension et, de la petite ligne aérienne de créneau qu'elle était, a su devenir la plus grande compagnie régionale d'Europe. Pourra-t-elle se renouveler, comme le phénix de la religion égyptienne qui se fait brûler pour renaître de ses cendres? Les augures semblent favorables,

mais le compte à rebours vient à peine de commencer avec le début du troisième trimestre, en juillet; les prochains mois décideront de son sort.

«MENÉE À SA PERTE»

Il n'est sûrement pas exagéré d'affirmer que l'ensemble de la population suisse tenait beaucoup à Swissair, à laquelle elle s'identifiait et qu'elle espère à présent que le phénix nommé Swiss connaisse une nouvelle naissance, ne serait-ce qu'à cause des emplois menacés. Car non seulement tout l'effectif de Crossair (soit 4439 personnes qui, à la fin de l'année dernière, se partageaient 3978 postes à temps plein) a été réengagé, mais aussi, comme le souligne Reto Peritz de Corporate Communications, 5650 salariés de Swissair: 850 pilotes, 700 membres du personnel au sol, 400 employés du fret, 500 personnes au service de la vente par téléphone dans le monde entier et enfin 3200 membres du personnel de cabine (hôtesse et stewards). «Actuellement, nous sommes environ 10 000 salariés, et il en restera ainsi pour le moment.» C'est là une performance remarquable, compte tenu de

Les débuts, en 1948, de la navigation aérienne à Zurich-Kloten: des baraques pour tout terminal, devant lesquelles sont rangés les légendaires CD-4 et CD-3. Auparavant, la base de Swissair se trouvait à Dübendorf.

l'héritage que Crossair a dû reprendre. Comme le dit Urs von Schroeder dans son livre*, Swissair «a été menée à sa perte par une direction qui avait perdu le sens des réalités». Von Schroeder est bien placé pour le savoir puisque, pendant près de trois décennies, il a été responsable de la communication et rédacteur en chef chez Swissair. Personne n'aurait pu imaginer que «Swissair, autrefois si fière et si admirée finirait ainsi après 71 ans d'existence, sans style ni gloire et dans le plus grand mépris des gens».

Difficile de prévoir que ce désastre rejallirait aussi sur un si grand nombre d'entreprises, comme en témoignent les 23 000 créanciers en souffrance. Il s'agit aussi bien du petit artisan qui, grâce aux commandes de restaura-



Photo: Keystone / Martin Fuetschi

Un avion de type Compté AC-4 Gentleman que Swissair a utilisé de 1931 à 1948. Il s'agit ici du dernier appareil en sa possession qui fait donc aussi partie de la masse en faillite.

ration, a pu créer quelques emplois et s'est trouvé brusquement confronté à des problèmes de débouchés, que des grandes entreprises auxquelles Swissair n'a pas pu régler des factures à six chiffres.

Et que dire du secteur le plus durement touché, celui des agences de voyage, dont le personnel n'a rien fait d'autre pendant des semaines que d'aider des voyageurs désespérés – leurs propres clients ou ceux des autres – à rentrer chez eux ou à transférer leurs réservations dans d'autres lignes aériennes. Et tout cela, bien sûr, sans aucun dédommagement ni jamais une parole de remerciement de qui que ce soit (et c'est ce point qui pourrait le plus indigner les personnes concernées).

ATTEINDRE LES OBJECTIFS

A présent, tout est différent: la balle est dans le camp de Swiss, dont le quartier général se trouve à l'EuroAirport Bâle-Mulhouse-Freiburg, et c'est sous ce statut que la société est inscrite au registre du commerce depuis début juillet. En revanche, selon les termes du porte-parole Manfred Winkler, Zurich-Kloten n'est plus qu'un «site d'implantation». La

compagnie compte en outre des succursales à Berne, Genève et Lugano.

Sur le plan financier, l'assemblée générale a démontré que le temps n'a pas la même valeur partout en Suisse: elle a dû prolonger le délai de libération du capital-actions jusqu'à fin avril de l'année prochaine parce que 14 «pouvoirs publics» (cantons et communes) qui avaient donné leur accord de participation le 6 décembre dernier n'ont pas pu faire approuver leur contribution par le Parlement ou par les électeurs. A la date de référence (assemblée générale), 33 millions de francs manquaient encore; le capital-action s'élevait à 2,6 milliards en tout.

C'est l'une des caractéristiques propres à la Suisse, un pays que l'on cite souvent en exemple, une démocratie directe où les prises de décisions sont souvent menacées d'être bousculées par l'actualité. Mais cela ne préoccupe pas autrement l'équipe Swiss: «Tout se déroule selon le plan prévu», commente Manfred Winkler. «Même si nos objectifs sont ambitieux, nous sommes en bonne voie pour les réaliser.» C'est ce que nous espérons tous. L'heure de la vérité va bientôt sonner, puis-

qu'après un effondrement entre avril et juin, la situation financière devrait s'améliorer à partir du troisième trimestre, comme cela a été promis aux actionnaires lors de l'assemblée générale.

■ WERNER KAMBER

Plan de vol

Le plan de vol pour l'été 2002 propose 123 destinations dans 60 pays. Il s'agit d'un panache entre les vols longue distance traditionnels de Swissair – New York, Rio de Janeiro ou Bangkok, par exemple –, et les aéroports européens desservis par Crossair comme Vienne, Varsovie, Paris ou Moscou. Mais il comporte aussi des destinations exotiques telles que Muscat, dans l'Etat d'Oman ou Malabo, en Guinée. La flotte se compose de 130 appareils – 26 pour les longs courriers et 104 pour les moyens – se composant de huit différents types d'avions.

* Source: Urs von Schroeder: «Swissair 1931-2002», ascension, splendeur et fin d'une compagnie aérienne. Editions Huber, 520 pages abondamment illustrées, 58 francs. N° ISBN: 3-7193-1276-3

VIVRE SOUS LE TOIT

VELUX®



La lumière du jour, de l'air frais et une vue dégagée vers l'extérieur sont d'une importance fondamentale pour le bien-être et la joie de vivre. Cette notion est la base de notre activité, base selon laquelle nous créons nos fenêtres de toit afin que votre pièce sous le toit devienne l'endroit le plus confortable de toute la maison.

- *Le volet roulant VELUX – six fonctions de protection en un seul produit.*
- *A chacun son petit royaume – avec les décorations et protections solaires VELUX.*

VELUX Suisse SA
Industriestrasse 7, 4632 Trimbach
Téléphone: 062/289 44 44
Fax: 062/293 16 80
E-Mail: VELUX-CH@VELUX.com
Internet: <http://www.VELUX.ch>

- Oui, je désire recevoir la nouvelle brochure «Vivre sous le toit»:**
 Oui, je désire recevoir la nouvelle brochure «Décoration et protection solaire»:
 Oui, je désire recevoir la nouvelle brochure «Le volet roulant VELUX – La protection parfaite»:

Nom _____

Adresse _____

NP/Lieu _____

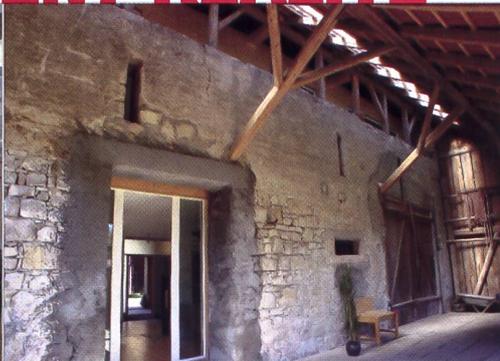
Téléphone _____

A envoyer à: VELUX Suisse SA, Industriestrasse 7, CH-4632 Trimbach

PAN 1

DE LA LUMIÈRE DANS LA VIE

UN RÊVE DEVIENT RÉALITÉ



Photos: Lüd

Partout en Suisse, il y a de belles **MAISONS PAYSANNES** qui ont subi l'outrage des ans. Dans le canton d'Argovie, le cas exemplaire d'une ferme de 200 ans montre comment on peut réaliser un **RÊVE**.

De nombreux villages comptent encore des fermes anciennes qui sont un véritable rêve pour les amateurs d'architecture traditionnelle. Il s'agit le plus souvent de bâtiments de dimensions généreuses bien situés. Ces propriétés rurales sont loin d'être toutes utilisées pour l'agriculture. Dans ce cas, quoi de plus naturel que de rénover une ancienne ferme et de lui redonner une nouvelle vie?

UNE BONNE PRÉPARATION

Avant d'entamer les travaux de rénovation, il faut prendre deux facteurs en considération: d'une part, il convient de procéder à des éclaircissements pour savoir quelles sont les mesures de construction autorisées; il n'est pas rare en effet que les fermes anciennes soient placées sous la protection des monuments ou des sites. D'autre part, il est recommandé de s'adresser à un architecte pour qu'il établisse un avant-projet et fournisse une estimation sérieuse de l'état du bâtiment et un plan des mesures à prendre.

L'exemple suivant illustre la réalisation d'un tel chantier: il s'agit d'une maison de 200 ans, propriété d'une famille de paysans de Villigen, dans le canton d'Argovie. Le fils de

cette famille souhaitait y aménager un appartement de 4 pièces et demie. Il tenait beaucoup à utiliser des énergies renouvelables et à créer une atmosphère confortable dans cet appartement. Comme son métier l'amène à partir souvent à l'étranger, il souhaitait retrouver un air pur et une ambiance agréable dans sa maison même après plusieurs jours d'absence.

Il confia la réalisation des travaux d'aménagement à l'architecte Werner Setz, de Rupperswil, qui lui proposa un projet de «maison dans la maison»: avec des éléments préfabriqués en bois, les anciennes dépendances, où se trouvait autrefois l'étable, ont été transformées en un logis de 4 pièces et demie sur 160 m² de superficie. L'étage supérieur, autrement dit la remise à foin, abrite à présent les chambres à coucher et les pièces de repos.

MAXIMUM DE CONFORT

Cette nouvelle habitation se distingue par son excellente isolation thermique (due à une couche d'isolant en laine minérale de 24 centimètres d'épaisseur) et son système d'aération contrôlée qui assure un apport constant d'air frais même en l'absence du propriétaire. C'est

surtout en hiver que ce système permet de limiter les pertes d'énergie dues à l'aération par ouverture des fenêtres. La maison satisfait même aux très strictes normes Minergie pour les constructions nouvelles. «Dans la partie réaménagée, la consommation d'énergie ne correspond qu'à 40% environ de celle qui, selon les prescriptions légales, est autorisée pour les constructions nouvelles», souligne Werner Setz.

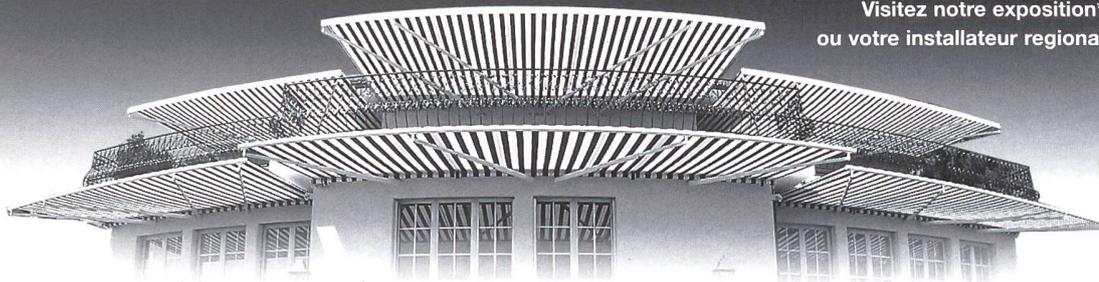
L'énergie nécessaire au chauffage et à l'eau chaude est générée par une thermopompe et par des collecteurs solaires; en outre, une cheminée suédoise alimentée au bois se trouve dans la salle de séjour. Sur le plan architectural, la rénovation est originale et satisfait à tous les souhaits de confort et de surface habitable. Enfin, le concept de «maison dans la maison» a aussi respecté les prescriptions de protection du site: hormis l'intégration d'une grande baie vitrée dans la façade sud, l'aspect extérieur de la ferme est demeuré inchangé et son caractère historique a été conservé dans toute son authenticité.

Les dimensions généreuses des anciennes dépendances ont permis de réaliser une hauteur sous plafond de 2,70 mètres. Cet exemple montre aussi que la restauration et la modernisation d'une ferme traditionnelle exige de gros moyens: à elle seule, la rénovation (installation des échafaudages, assainissement et renforcement des murs en pierres brutes et des poutres vermoulues de la galerie, etc.) a coûté près de 180 000 francs. Quant à la facture globale, elle s'élève à quelque 600 000 francs.

■ JÜRIG ZULLIGER

Les zones d'ombre...

...ont aussi leur bon côté.
Visitez notre exposition*
ou votre installateur régional



Protection solaire Protection contre le cambriolage Automatismes

* ouverte lu - ve
merci de s'annoncer

www.stobag.com

STOBAG
en Budron H/18
1052 Le Mont-sur-Lausanne
Tel. 021 651 42 90
Fax 021 651 42 99

STOBAG
Produits de qualité suisse

L'eau de jouvence.

Douches et baignoires Koralle.

Visitez notre Centre d'information Koralle...
(Prière de prendre rendez-vous pour un bain d'essai.)
...ou visitez www.koralle.ch

Koralle

KORALLE-CORETTA augmente le plaisir du bain et de la douche.

Commandez encore aujourd'hui la documentation détaillée ou visitez l'exposition du commerce sanitaire spécialisé près de chez vous. BEKON-KORALLE SA, 6252 Dagmersellen, tél. 062/748 60 60, fax 062/748 60 90 e-mail: info@koralle.ch www.koralle.ch

Quant aux frais d'entretien...

La façade-rideau «Eternit» est techniquement parfaite. Si elle ignore tous les problèmes de la physique du bâtiment, c'est grâce à une structure par couches bien élaborée et à une application du matériau conforme à la fonction.

Les façades-rideau «Eternit» sont garantes d'une utilisation confortable des décennies durant sans frais d'entretien onéreux à répétitions périodiques.

et bien néant!

Eternit SA, 1530 Payerne
Téléphone 026 662 91 11
Fax 026 662 92 02

Eternit AG, 8867 Niederurnen
Telefon 055 617 11 11
Fax 055 617 12 71



Oui, je suis intéressé et veux en savoir davantage:

- Sur le plan technique
- Sur le plan des frais

Nom, prénom _____

Rue _____

NPA, localité _____

www.eternit.ch

Eternit

En avoir pour son argent!

DES STARS DANS L'OMBRE

*Avec leur feuillage magnifique dont la couleur va du bleu vert au jaune avec une bordure blanche ou ondulée, les **HOSTAS** s'épanouissent dans les coins ombragés du jardin, mais ils sont aussi très beaux en pots.*

Il y a à peine 25 ans que les Américains et les Britanniques ont commencé à cultiver des hybrides d'hostas, raison pour laquelle ces plantes faciles à vivre sont encore peu connues chez nous. Mais la couleur et la forme inhabituelles de leurs feuilles font d'elles des objets de collection très recherchés.

L'ÉCLAT DANS LA PÉNOMBRE

Les feuillages blancs bordés de vert comme ceux de «White Christmas» – ou les ors éclatants de «Dauergold» – éclairent les coins sombres sous les arbres. Plus leurs feuilles sont claires, plus les hostas ont besoin d'être à l'ombre. Si l'emplacement est suffisamment humide – au bord d'un étang, par exemple, les espèces à feuilles vertes ou bleu-vert peuvent aussi supporter le soleil.

Hormis les limaces qui, au printemps, s'attaquent avec joie aux jeunes bourgeons de feuilles, les hostas ne se connaissent pas d'ennemis. Elles se développent en somptueux buissons et peuvent atteindre cent ans d'âge. L'entretien se limite à des arrosages occasionnels pendant les périodes de sécheresse prolongée et l'apport d'humus au printemps et en été.

Lexique

Ces liliacées, qui sont des plantes persistantes d'entretien facile ont été baptisées hostas en l'honneur du botaniste Nikolaus Host (1761–1834), qui fut aussi médecin à la cour impériale d'Autriche au début du XX^e siècle: quelque 40 formes originelles nous viennent de l'Extrême-Orient et elles sont aujourd'hui encore très appréciées au Japon. Host a été l'élève du grand botaniste Jacquin l'Ancien et a aménagé un jardin à la demande de la maison impériale de Habsbourg.

ORNEMENTS DE GRAND STYLE

A moins de choisir une variété naine, il faudra compter un mètre carré de jardin pour chacune de ces beautés solitaires. Les hostas sont des couvre-sol fiables: là où se déploie leur feuillage, les herbes indésirables n'ont aucune chance de s'installer. On les plante au printemps ou en automne après la floraison, dans un sol argileux et riche en humus. Les plantes cultivées en pots peuvent être installées à tout moment du cycle de végétation.

De juin à octobre selon les espèces, ces liliacées s'ornent de floraisons blanches, roses ou mauves, ce qui en facilite le choix pendant cette période. Ces fleurs en clochettes dominent avec élégance l'abondant feuillage. Blanches, les clochettes éclairent les endroits ombragés, alors que les variétés bleues ou mauves sont moins gaies et plus discrètes.

DE BONNE COMPAGNIE

Les hostas s'entendent bien avec les plantes en buisson sauvages tels que la verveine (*Aconitum*), la digitale et l'ancolie, les fougères, les herbes ornementales et les polygonatums. Les espèces à feuillage glauques savent se faire une place entre les rhododendrons et les plantes à fleurs roses tels que les géraniums ou les rogersias.

Avec ses feuilles en forme de cœur nervurées et finement ondulées, l'hosta sieboldiana est une des variétés les plus attrayantes. Le feuillage d'un bleu-gris intense de l'hosta sieboldiana «Elegans» qui tourne au jaune en automne est du plus bel effet.

Pour qu'elle puisse s'épanouir dans toute sa beauté, mieux vaut laisser l'hosta tranquille. Les spécimens d'un certain âge dont la végétation est devenue trop dense peuvent être divisés sans problème en automne ou au printemps: il suffit de déterrer la masse de racines avec précaution et d'en détacher une partie avec une bêche, de la replanter ailleurs

Chaque printemps, les hostas retrouvent leur splendeur et leurs feuilles aux formes originales.

Les hampes florales de l'hosta dominant avec élégance un abondant feuillage.

L'hosta à feuilles bordées de blanc offre un aspect attrayant pendant tout son temps de végétation.

Avec leur feuillage coloré, les hostas sont un ornement idéal pour les endroits ombragés.

En pot, l'hosta est facilement transportable et à l'abri des limaces.



et de l'arroser abondamment. En pots de dimensions respectables, l'hosta est également du plus bel effet sur les balcons, les terrasses et les vérandas où, dès le printemps, son feuillage est spectaculaire. En hiver, on peut l'abandonner sans remords à son sort si elle n'est pas exposée à des températures négatives pendant des semaines. Il suffira enfin de l'arroser parcimonieusement pendant la période de repos afin que ses racines ne se dessèchent pas.

■ EDITH BECKMANN

Action pour les lecteurs de PANORAMA: 42% de réduction

Cette marque connue dans le monde entier garantit une qualité de pointe

De nombreux sportifs de premier plan s'habillent KAPPA

Kappa original

repousse la saleté

super confortable et moelleux

classique et sportif

design indémodable



Les joueurs de l'AS Roma font aussi confiance à Kappa

Dans le monde entier, Kappa est l'une des marques de vêtements de sport parmi les plus importantes et les plus célèbres. De nombreux sportifs et équipes de pointe se fient depuis des dizaines d'années à la qualité de fabrication et aux matières premières impeccables caractérisant le moindre vêtement de la marque Kappa.



Kappa est le fournisseur officiel des équipes de premier plan suivantes

- Équipe nationale italienne de football
- AS Roma
- SV Werder Brême
- FC St-Pauli

Infos sur le produit

Set comprennent:

- Veste avec deux poches extérieures invisibles
- Bande élastique à la taille à l'extrémité des manches
- Coupe «Raglan»
- Pantalons avec deux poches latérales, bande élastique et cordon à la taille
- 100 % polyester
- Couleur: bleu foncé
- Tailles: S-XXL
- Entretien:



au lieu de Fr. 169,-
Rabais -42%
PRIX LECTEUR
98,-
 Art.-No. 34025
 N'oubliez pas d'indiquer taille et numéro d'article sur votre commande

Bulletin de commande préférentiel PANORAMA

Oui, je commande:

Nombre	Taille		à Fr.	Art.-No.
<input type="text"/>	<input type="text"/>	Training-Kappa	98-	Art.-No. 34025
<input type="text"/>	<input type="text"/>	Training-Kappa	98-	Art.-No. 34025
<input type="text"/>	<input type="text"/>	Training-Kappa	98-	Art.-No. 34025
<input type="text"/>	<input type="text"/>	Training-Kappa	98-	Art.-No. 34025

Les prix se comprennent ICHA inclus, frais d'envoi non compris. Sous réserve de modifications dans les prix et les modèles.

Nom/prénom:

Rue, n°:

NPA, localité: Tél.:

Signature: Date:

Remplir en caractères d'imprimerie et renvoyer à:

Action estivale pour les lecteurs de PANORAMA:
 p/a l'hôpital municipal de Bâle, casier postal, 4025 Bâle

Nous sommes personnellement à votre disposition 24 heures sur 24:

tél. 0848 80 77 60 - fax 0848 80 77 90 - www.personalshop.ch

Lors d'une commande par téléphone, veuillez indiquer le code suivant: ➔

Code No. **L 62**

Vous recevrez les articles commandés par colis postal avec facture directement de l'atelier logistique de l'hôpital municipal de Bâle, une institution destinée à la réhabilitation économique et sociale.

Visitez notre magasin: Lautengartenstr. 23, 4052 Bâle

Les professionnels ne jurent que par Kappa. La surface extérieure du tissu en polyester sportif et fonctionnel a des légers reflets soyeux. La surface intérieure douce au contact a été renforcée d'un moelleux de velours au moyen d'un procédé de tissage spécial.

Vous vous sentirez tout de suite à l'aise dans

cet ensemble de training

Que vous soyez à la maison, au club de fitness ou en train de pratiquer la gymnastique, vous vous sentirez toujours parfaitement à l'aise dans cet ensemble de training. Sa couleur bleu foncé va bien à chacun et est absolument indémodable. Ce training est exactement celui qu'il vous faut pour vos prochaines vacances. C'est qu'avec Kappa, vous êtes toujours en bonne compagnie. Commandez-le dès aujourd'hui.

«Training-Kappa»
bleu foncé

Art.No. 34

		Votre taille				
Elle	36	38/40	42/44	46	48	
Lui	42/44	46	48/50	52/54	56	
		Taille à commander				
		S	M	L	XL	XXL

RECHERCHE D'HARMONIE

La MÉDECINE TRADITIONNELLE CHINOISE dont les méthodes ne sont pas une panacée constitue néanmoins un complément idéal de la médecine occidentale. Sa force réside dans la combinaison de plusieurs philosophies.



Illustration: B&S

La Médecine Traditionnelle Chinoise (MTC) a conquis la Suisse: au cours des cinq dernières années, au moins 30 centres consacrés à cette science ont ouvert leurs portes dans notre pays, sous l'impulsion de Chinois immigrés mais aussi de médecins occidentaux qui la pratiquent à titre complémentaire. Car si aucun système de traitement des maladies n'est efficace à 100%, la combinaison de différentes méthodes produit des résultats étonnants.

APPROCHE DIFFÉRENTE

La MTC, sur laquelle nous reviendrons plus en détail dans le Panorama 9/2002, soigne et soulage un grand nombre de maux, des dérangements fonctionnels aux affections internes en

passant par la douleur, les allergies et les problèmes gynécologiques. Elle offre aussi un accompagnement thérapeutique de la perte de poids et du sevrage tabagique. En revanche, elle ne remplace pas la médecine occidentale dans les cas urgents, notamment lorsqu'une intervention chirurgicale s'impose.

L'Orient et l'Occident, c'est bien connu, ont une conception du monde très différente, notamment en matière de santé. La barrière des langues ne facilite pas leur compréhension mutuelle. La médecine chinoise, dont les formes théorique et pratique évoluent depuis plus de 3000 ans, utilise d'autres points de repère que la nôtre et néglige parfois des indices capitaux aux yeux de nos médecins.

LE POIDS DES DÉSÉQUILIBRES

Contrairement aux médecins occidentaux, qui cherchent à cerner et à comprendre les origines de la maladie, les Chinois envisagent l'individu dans sa totalité. Ils rassemblent toutes les informations utiles et s'appuient sur des cercles de fonctions issus des cinq organes vitaux – foie, cœur, reins, poumons et rate – pour décrire un déséquilibre à l'intérieur du corps. Ce déséquilibre dicte lui-même la voie vers le retour de l'harmonie et, donc, de la guérison.

Pour nous Occidentaux, le diagnostic d'un médecin chinois a des allures de bulletin météorologique. Le vent, le froid, le feu ou la chaleur, l'humidité, la sécheresse et la canicule exercent sur le corps des influences négatives. Face à des symptômes de «vent et de froid», par exemple, on cherchera à provoquer un phénomène contraire: la transpiration, en recourant à l'acupuncture et à des mélanges d'herbes, alors que notre médecin de famille diagnostiquerait probablement une inflammation des voies respiratoires supérieures contre laquelle il prescrirait un médicament approprié.

YIN, YANG ET QI

La médecine chinoise distingue huit modèles disharmoniques qui traduisent le rapport entre Yin et Yang, éléments complémentaires présents dans toute chose en proportions variables. Le premier, qui «commande» cinq organes, correspond aux notions de passivité, de calme, d'obscurité et d'intériorité alors que le second, lié à six organes, est associé à l'activité, à la chaleur, à la lumière et à l'extériorité. Toute disharmonie résulte d'un déséquilibre entre le Yin et le Yang.

La plupart des maladies proviennent d'un dérèglement du Qi, fluide régulateur des organes qui traverse tout le corps; elles peuvent aussi être provoquées par d'autres substances fondamentales telles que le sang.

■ JÜRIG SALVISBERG

LA VOIX DU CŒUR

Voilà des années que le **RWANDA**, l'un des plus pauvres pays d'Afrique, est au bord de la faillite économique, et trente ans que l'Union Suisse des Banques Raiffeisen lui apporte son soutien, avec ses partenaires de coopération, dont «**BLEU CIEL**».

«Bleu Ciel» aide les plus faibles:
des enfants à qui il manque tout.



Le Rwanda, dont le territoire représente deux tiers de la Suisse pour une population aussi nombreuse, est un pays cher aux Banques Raiffeisen. La vie foisonne d'exemples où, s'intéressant à une cause, on fait de son mieux sans savoir où on va réellement et, un beau jour, on est totalement engagé dans la situation.

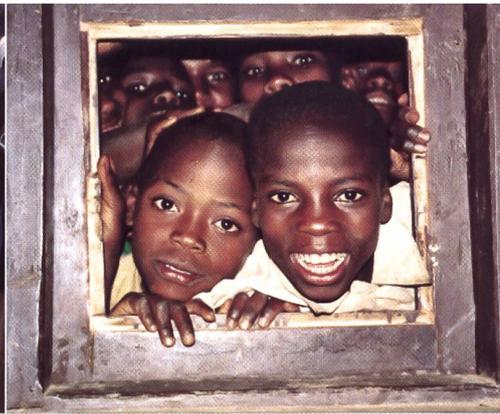
Tout commence au milieu des années soixante. Le président rwandais de l'époque, Grégoire Kayibanda, se rend en Suisse et s'intéresse de près aux Banques Raiffeisen qui lui semblent faites pour promouvoir le développement de son pays. Alors que l'Administration fédérale ne compte pas encore de spécialistes versés dans le crédit rural, on en trouve dans l'économie privée. C'est ainsi que l'Union Suisse des Banques Raiffeisen est chargée de mettre sur pied un réseau de banques Raiffeisen au Rwanda.

Cette tâche est entreprise en 1972 avec le soutien financier de la Confédération. Les «Banques Populaires du Rwanda» entrent en

Photos: Lcd



Les commerçants ne font pas de grandes affaires.



Un rien suffit à faire briller les yeux des enfants.

Et qu'est-il advenu des banques Raiffeisen du Rwanda? Elles fonctionnent remarquablement bien compte tenu des circonstances, estime Piergiorgio Ambrosini, directeur au siège de Raiffeisen à Bellinzona, interrogé par téléphone. Il a été conseiller du directoire de l'Union Raiffeisen rwandaise pendant la mise en œuvre du projet, de 1981 à 1986. La situation est toutefois loin d'être simple: comment déterminer par exemple qui est habilité à disposer du compte d'un disparu? L'Union Raiffeisen suisse ne s'engage pas financièrement dans ce domaine.

service en 1975 et s'épanouissent rapidement. Au 1.1.2001, elles étaient 145 réparties à travers tout le pays et fortes de 230 000 membres. En 1984, le supplément magazine du «Tages-Anzeiger» commente ainsi ce mode de coopération: «L'assistance à l'auto-développement et le soutien des couches de population les plus démunies, deux des piliers de la philosophie Raiffeisen, recouvrent exactement les principes directeurs de la coopération suisse au développement».

DEUX PAR LIT D'HÔPITAL

Puis vient la chute, l'atroce génocide d'avril 1994 suscité par la haine mutuelle que se vouent deux ethnies nationales: en 100 jours, quelque 800 000 personnes, soit un habitant sur neuf, sont massacrées. Le pays ne s'en est toujours pas remis. Trop violent, le traumatisme paraît insurmontable. La désolation est générale, on manque de tout. A l'hôpital de la capitale Kigali, par exemple, les malades se partagent un lit – et les mêmes draps – par

Pour faire un don

Vous aussi, laissez parler votre cœur! Envoyez un bulletin de versement avec votre don à: Banque Raiffeisen Haute-Broye-Jorat, Association Bleu Ciel, compte 49974.99 (clearing 80451-4, CCP 10-860-7) ou Association Bleu Ciel, rue de la Paix 11, 1020 Renens (CCP 17-565741-3).



roulement. Ce sont leurs proches qui sont chargés de les nourrir.

Face à cette misère insupportable, des Suisses se mobilisent. Réunis au sein de l'association humanitaire «Bleu Ciel» d'aide aux enfants du Rwanda, ils se consacrent avec tout leur cœur aux membres les plus vulnérables de la société. A Kirambo, une ville du nord privée d'eau courante et d'électricité où l'on s'éclaire à la lampe à pétrole, un programme de parrainage permet aux enfants de se rendre à l'école. Ce qui est chez nous un droit fondamental est là-bas un luxe largement inaccessible. En effet, l'ensemble des frais de scolarité – les fournitures et l'uniforme obligatoire – est à la charge des familles.

L'ÉCOLE POUR 60 FRANCS

60 francs suffisent pour envoyer un enfant à l'école pendant une année entière. Chaque donateur devient le parrain ou la marraine d'un petit Africain. Bleu Ciel met également en place des ateliers de couture où les jeunes trop âgés pour aller à l'école apprennent à travailler, principalement en réalisant les uniformes scolaires (chaque écolier doit en posséder deux). Le premier de ces ateliers, qui compte 40 postes de travail, a ouvert le 11 mars dernier.

Des terrains de jeu doivent aussi être créés pour réapprendre à ces enfants à se défouler en jouant au foot ou au baseball. Ces trois projets, conçus dans une perspective délibérément sobre, nécessitent un financement de 100 000 francs seulement. L'Union Raiffeisen y participe de façon spontanée à hauteur de 20 000 francs sous la forme de deux verse-

ments de 10 000 CHF pour les années 2001 et 2002, comme l'explique son secrétaire général Walo Bauer. D'autres fonds proviennent de partenaires de Raiffeisen: 10 000 CHF de la Banque Vontobel (gestionnaire des fonds de placement) et 5000 CHF de Helvetia Patria (produits d'assurance). Un tiers de la somme est ainsi réuni. On compte sur des dons privés pour boucler le budget.

LAISSER PARLER SON CŒUR

Le bon usage de cet argent ne fait aucun doute. Car dans l'ombre de «Bleu Ciel» œuvre une femme de cœur, une «funambule de la solidarité» capable de «déplacer les montagnes», comme l'a écrit une journaliste romande. Cette femme, c'est la Lausannoise Suzanne Vuille. Mère de deux enfants aujourd'hui adultes, cette femme d'affaires qui menait une brillante carrière dans la mode a découvert la misère de la pauvreté en 1992 à Calcutta. Bouleversée, elle a revendu son entreprise et s'est fait verser son avoir par la caisse de pension pour ouvrir «l'Arc-en-ciel», un refuge pour les mères séropositives et leurs enfants, pour les cancéreux et les dépressifs.

Son engagement en faveur des orphelins rwandais est le fruit du hasard: l'année dernière, on lui a demandé si elle connaissait une personne susceptible de parrainer trois de ces enfants. La réponse était toute trouvée. Aujourd'hui, elle espère trouver un maximum de parrains et de marraines pour «ses» petits Rwandais. Contre un don de 60 francs, on leur envoie un courrier de présentation et une photo de leur filleul.

■ WERNER KAMBER

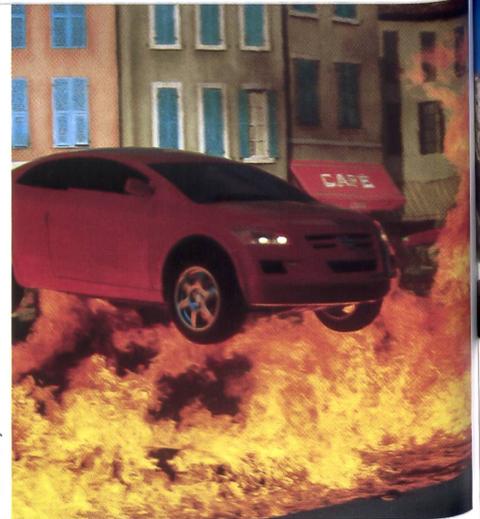
AU ROYAUME DU CINÉMA

A l'occasion de son dixième anniversaire, Disneyland Resort Paris, première destination touristique d'Europe, s'est offert le **PARC WALT DISNEY STUDIOS**, dédié au cinéma, à l'animation et à la télévision.

Entre le Château de la Belle au bois dormant et les cascades automobiles, le rêve et l'action sont au rendez-vous du nouveau parc ouvert cette année à Disneyland Paris.



Photos: Disney



Pratique

Pour les Romands, un déplacement à Disneyland Paris s'apparente à une sinécure. Grâce à Lyria, le TGV partant de Lausanne et Neuchâtel, ils arrivent en quatre heures environ dans la Ville lumière d'où il leur suffit de prendre un autre train, le RER, pour rejoindre Marne-la-Vallée. C'est encore plus simple pour les Genevois qui peuvent embarquer à bord du train à grande vitesse Thalys, qui dessert directement Marne-la-Vallée (sans passer par Paris). Les Valaisans disposent aussi depuis cet été d'une liaison TGV (voir page 29). L'avion est une autre solution. A l'arrivée à l'aéroport de Roissy Charles-de-Gaulle, les visiteurs bénéficient d'un service de navettes qui les emmènent directement sur le site de Disneyland Paris. Pour celles et ceux souhaitant rester quelques jours sur place, il existe plusieurs hôtels appartenant à Disneyland Paris, dont trois nouveaux vont ouvrir au printemps 2003, ainsi que diverses formules de passeports pour les parcs. C'est la France qui fournit le plus grand nombre de visiteurs à Disneyland Paris (40%), suivie du Royaume-Uni (18%), du Benelux (16%), de l'Allemagne (8%), de l'Espagne et de l'Italie (8%). Quant à la Suisse, elle génère 190 000 clients par an, un chiffre en augmentation. (dw.)

Comme son aîné, le nouveau parc ouvert depuis mars dernier invite les familles à passer une ou plusieurs journées inoubliables dans un pays consacré au rêve. Là, les visiteurs découvrent l'envers du décor, la manière dont se font les longs métrages. Ainsi, dans Disney Studio 1, ils assistent à «Lights, Camera, Hollywood!», un hypothétique film dont l'action se déroule dans une version stylisée de la mecque du cinéma. Ses décors inachevés révèlent les artifices du 7^e art: en entrant, l'alignement des façades donne l'impression que l'on se trouve dans une rue, sentiment qui disparaît dès que l'on jette un œil en coulisse où l'on comprend alors comment les décors sont fabriqués.

SENSATIONS FORTES

Pour les amateurs de sensations fortes, on recommande vivement Armageddon, l'attraction inspirée du film éponyme avec Bruce Willis où les visiteurs se retrouvent coincés dans une station spatiale victime d'une pluie de météorites. Bonjour les secousses!

Au rayon spectacles, notons une impressionnante série de cascades signées du Fran-

çais Rémy Julienne, orfèvre en la matière. On lui doit en effet la plupart des cascades les plus impressionnantes du cinéma hexagonal – mais pas seulement – de ces trente dernières années.

Jusqu'à 3000 personnes peuvent assister à chacune des représentations de ce spectacle singulier qui permet de comprendre les secrets de fabrication des plus grands films d'action. Si neuf attractions sont aujourd'hui disponibles, les concepteurs du Parc Walt Disney Studios ont bien sûr fait le nécessaire pour que le parc puisse être agrandi dans le but de proposer l'offre la plus en phase possible avec l'actualité cinématographique.

GIGANTISME

La superficie du Parc Walt Disney Studios, situé à Marne-la-Vallée (32 km à l'Est de Paris), dans le département de la Seine-et-Marne, est de 25 hectares. Il a fallu moins de trois ans de travaux pour le construire. En outre, quatre mille cinq cents emplois ont été créés grâce au parc, qui est le premier du genre à être construit hors des Etats-Unis. D'où son caractère unique sur l'Ancien Continent.

■ DIDIER WALZER

MUVERANS, FUTUR PARC NATIONAL?



Parmi les cinq régions candidates pour décrocher le statut de parc national, le projet des Muverans, à cheval sur les cantons de Vaud et du Valais, joue seul ses atouts entre les **DIABLERETS ET DERBORENCE**.



Photos: L&D

Trois facettes du futur parc des Muverans: le Miroir de l'Argentine, le massif des Diablerets et les hauts d'Anzeindaz.

L'idée de créer un second parc national en Suisse est dans l'air. Pro Natura a d'ailleurs lancé le concours il y a deux ans, doté d'un million de francs. La somme sera remise à la région qui parviendra à concrétiser son projet. Actuellement, quatre candidats sont encore en lice: Locarnese (Tessin), Cervin (Valais), Maderantal (Uri) et Adula (Grisons). Quant à la région des Muverans, elle a décidé récemment de se retirer du concours Pro Natura et de faire cavalier seul en présentant son propre projet à la Confédération dès que les modalités de la loi auront été fixées. A priori, la création d'un second parc national ne semble pas poser de problèmes, pourtant la faisabilité d'un tel projet s'avère plus complexe qu'il n'y paraît. Marcel Burri, géologue, membre du comité de direction de l'association qui soutient la région des Muverans, cartes au 25 millièmes déployées devant lui, s'en explique: «Aujourd'hui, il n'est plus possible de créer une copie du parc national de l'Engadine, tel un sanctuaire naturel. A l'époque, la Suisse comptait trois millions d'habitants. Aujourd'hui, les zones se sont densifiées, la Suisse est forte d'une population de sept millions de personnes, alors que va-t-on tolérer

dans cet espace protégé, quelles interactivités entre l'homme et la faune?» Agir dans le sens du développement durable paraît devoir s'imposer.

UN CONDENSÉ D'EUROPE

Les quinze communes vaudoises et valaisannes qui se sont regroupées dans l'association Parc Naturel des Muverans entendent mener leur projet en toute indépendance. «Notre objectif est de dépasser le simple concours, précise Marcel Burri, si nous n'obtenons pas le label national, nous avons déjà de quoi créer un parc régional, car la richesse des biotopes et la diversité de la faune représentent un atout incontestable». Comprise entre le coude du Rhône et le glacier des Diablerets, la région des Muverans s'étale entre 450 et 3200 mètres d'altitude. Véritable condensé d'un voyage à travers l'Europe, équivalent à une randonnée de Nice au cercle polaire, on y trouve des coins aux allures méditerranéennes autant que des parois aux neiges éternelles. Le travail de l'association Parc Naturel des Muverans consiste dès lors à délimiter les périmètres des différentes zones du futur parc, en accord avec les communes, soit un ensemble de négociations qui concernent une surface de 300 kilomètres carrés.

LENTEUR DÉMOCRATIQUE

Lorsque la carte et les contraintes du parc auront été établies, la population des quinze

communes concernées sera invitée à se prononcer lors d'une votation. Le dossier sera ensuite défendu à Berne, mais une grosse incertitude réside dans le vide juridique actuel, car la Loi fédérale sur la protection de la nature et des sites est encore en consultation. Le temps que les Chambres en débattent, de nouvelles contraintes pourraient voir le jour, surtout si l'on s'achemine vers une conception fondamentaliste de la protection des sites. Cela signifie aussi que le second parc national de Suisse ne s'ouvrira pas avant 2009.

■ CORINNE MOESCHING

Balades choisies

Dans la région des Muverans, l'itinéraire préféré du géologue Marcel Burri emmène le marcheur d'Anzeindaz (VD) à Derborence (VS): «Mieux vaut le faire en deux jours et dormir à Derborence, recommande-t-il, et garder la descente à pied jusqu'à Ardon (VS) pour le lendemain, car la rive droite de la vallée révèle un panorama géologique d'une grande valeur». Aux marcheurs avertis, Marcel Burri recommande l'itinéraire qui mène d'Ovronnaz à Derborence. Pour observer la faune (chamois, bouquetins), le géologue choisit le col des Essets, au-dessus d'Anzeindaz. Bref, de quoi avoir l'embarras du choix!

(cm.)

L'ÉCOLE SUR LA SELLETTE

La question se pose depuis longtemps: les **ENSEIGNANTS** doivent-ils rattraper l'éducation laxiste des parents? L'école a-t-elle encore le temps d'assumer des **TÂCHES ÉDUCATIONNELLES**?



de la société, les problèmes de la vie en communauté y étant particulièrement sensibles. Aujourd'hui encore, la mission éducative de l'école est incontestée même si son pôle de compétence – la transmission de connaissances intellectuelles – se fait de plus en plus vaste et complexe. Pour Isabella Stäheli, institutrice, conseillère cantonale et mère de quatre enfants, la socialisation est la tâche prioritaire de l'école. Dans les cellules familiales réduites d'aujourd'hui, les enfants n'ont plus les mêmes possibilités d'apprendre à respecter les autres et de tenir compte de leurs besoins: les parents leur accordent beaucoup plus d'attention qu'autrefois, quand les familles comptaient six enfants ou plus, et cela influe sur leur comportement à l'école. Les enseignants sont fortement mis sous pression car ils doivent à la fois traiter un programme scolaire énorme et répondre à des exigences d'encouragement personnel sur le plan intellectuel et éducatif.

APPRENDRE LE RESPECT

Les méthodes pédagogiques ont beaucoup changé. Au-delà de la transmission de connaissances, l'enseignement en ateliers, les projets interclasses et le travail en équipe font une place plus large aux objectifs d'éducation. Le mixage d'élèves d'âges différents est propice à la vie en communauté car il enseigne le respect mutuel et la prise en considération des autres. «C'est là un effet très positif qui me réjouit en tant qu'institutrice et mère de famille, commente Isabella Stäheli. Les nouveaux modèles pédagogiques nous demandent beaucoup de temps et je souhaite que les parents, les autorités et le corps enseignant participent davantage à cet effort, pour le bien des enfants.»



Les habitudes de consommation ont également subi d'énormes modifications, et cela se ressent à l'école. Les enseignants ont du mal à imposer des limites. Les enfants sont agités, ils exigent constamment des changements. «Le travail acharné n'est plus du tout de mise, alors qu'il est une excellente méthode pour apprendre l'endurance», souligne Isabella Stäheli.

LE SENS DE LA COMMUNAUTÉ

L'époque des rivalités entre enseignants est fort heureusement révolue. Le fait de travailler en équipe leur apporte un soutien précieux dans la réalisation de leur difficile mission. La modification des structures est également essentielle, qu'elle concerne l'accompagnement et le conseil scolaire ou les systèmes d'assurance de la qualité tels qu'ils sont appliqués ou prévus par tous les cantons. Ces nouvelles structures permettent la réalisation optimale de la mission didactique et remplissent un objectif de formation complète, qui inclut l'acquisition de compétences sociales et personnelles. Isabella Stäheli le confirme: «Il faut que les élèves, intégrés dans une communauté, bénéficient d'une bonne stimulation de leurs facultés intellectuelles, qu'ils acquièrent des compétences qui leur permettront d'évoluer dans la vie et dans la société et qu'ils apprennent à respecter leur environnement et à aimer la vie.»

■ RUTH RECHSTEINER

INFO

www.formation-des-parents.ch
www.revue-educateur.ch, Educateur (organe du Syndicat des enseignants romands), avenue de la Gare 40, 1920 Martigny, tél. 027/723 58 80.

Illustrations: B&S

Aux termes de la loi cantonale sur l'enseignement, la formation scolaire comprend, outre la transmission de connaissances et de savoir-faire, l'éducation des enfants dans le but d'en faire des personnes autonomes, aptes à la vie en société et assumant leurs responsabilités par rapport à autrui dans le sens de la morale chrétienne. C'est là une réponse on ne peut plus affirmative à la question de savoir si l'éducation des enfants fait aussi partie de la mission de l'école. Bernhard Koch, directeur de l'éducation du canton de Thurgovie, explique: «Nous associons à l'éducation les notions d'obéissance et de civilité, mais elle consiste aussi à transmettre des capacités sociales et personnelles.»

MISSION ÉDUCATIVE

Depuis 30 ans, le paysage scolaire s'est considérablement modifié et reflète l'évolution

DÉCOUVERTE ET DÉTENTE

Croisières d'automne de 8 jours à bord des plus récents navires de 4**** de Festival Croisières « Mistral » et « European Vision »

50% de réduction pour la seconde personne en cabine à 2 lits !



Offre spéciale pour les lecteurs de Panorama



Profitez pleinement de la détente et de la vie à bord. Et laissez-vous choir pour vivre des vacances hors du stress.

A bord de European Vision 4****

BRT : 58600, construction 2000/2001, longueur 251m, largeur 28.8m. Passagers 1650, équipage 600, 9 ponts passagers, 6 ascenseurs, piscines, whirlpool, fitness, salon de beauté, théâtre, casino, disco., restaurants, bars.

Découvrez la magnifique ville de Croatie, Dubrovnik, l'île verdoyante de Corfou, la ville blanche de Fira sur Santorin, Rhodes, la destination de vacances tant appréciée et bien entendu Le Pirée/Athènes.

Dates de voyages :

Septembre: 1., 8., 15., 22. / Novembre: 3., 10., 17.

Programme de voyage : Dubrovnik, îles grecques : de/à Venise

1. jour : Trajet en bus Suisse-Venise. Embarquement. 16.00 départ. 2. Jour : Dubrovnik 08.00-13.00. 3. jour : Corfou 08.00-16.00. 4. jour : Santorin 12.00-22.30. 5. jour : Rhodes 08.00-16.00. 6. jour : Le Pirée / Athènes 07.00-13.00. 7. jour : en mer. 8. jour : arrivée à Venise, débarquement et trajet de retour par autocar en Suisse.



Prix et prestations (valables pour les 2 navires)

	1. personne	2. personne	1. personne	2. personne
	Septembre		Novembre	
Cat. C Cabine Intérieure	1860.-	930.-	1700.-	850.-
Cat. D Cabine Intérieure	2000.-	1000.-	1810.-	905.-
Cat. E Cabine Extérieure	2160.-	1080.-	1940.-	970.-
Cat. F Cabine Extérieure	2320.-	1160.-	2100.-	1050.-
Cat. H Cabine Extérieure	2420.-	1210.-	2190.-	1095.-
Cat. J Suite avec balcon	3000.-	1500.-	2720.-	1360.-
3./4. adulte dans la même cabine	1090.-		1090.-	

Supplément cabine double à usage individuel sur demande

A bord de Mistral 4****

BRT : 47300, Longueur 216m, largeur 28.8m. Passagers 1200, équipage 470, stabilisateurs : 2, ponts passagers : 8, ascenseurs : 6, piscines, casino, disco., centre de sport, clubs pour les enfants, théâtre, centre de fitness et de beauté, restaurants, bars, boutique hors-taxes.

Découvrez les superbes beautés des pays méditerranéens, la ville cosmopolite de Marseille, la métropole culturelle de Valence, la Valette sur l'île de Malte à la magnifique végétation, Palerme, porte d'accès à la grande île méditerranéenne qu'est la Sicile, et sans oublier Civitavecchia, le port d'accès à Rome.

Dates de voyages :

Septembre: 7., 14., 21. / Novembre: 2., 9., 16., 23.

Programme de voyage : Méditerranée Occidentale, de/à Gênes

1. jour : trajet en bus Suisse-Gênes. Embarquement, départ 18.00. 2. jour : Marseille 08.00-17.00. 3. jour : Valence 12.00-21.00. 4. jour : en mer. 5. jour : Malte 12.00-18.00. 6. jour : Palerme 08.00-17.00. 7. jour : Civitavecchia (Rome) 08.00-20.00. 8. jour : Gênes arrivée 08.00 débarquement et retour par autocar en Suisse.

Comprenant : Transferts par autocars Suisse-Venise/Gênes-Suisse, croisière en pension complète (7 nuits) et toutes les animations du bord, taxes portuaires.

Non-compris : Boissons, pourboires de bord, excursions, taxe de sécurité CHF 80.- par personne, assurance annulation obligatoire CHF 45.- par passager (sauf si vous êtes déjà assurés)



Rue Le Corbusier 22a
Case postale 2364, CH-1211 Genève 2
tél. +41 (022) 839 43 61
E-mail: infogva@cruiseline.ch

FESTIVAL
CROISIÈRES



THE CRUISE LINE
LES CROISIÈRES AUX MEILLEURS PRIX
Miami London Genève Zurich Istanbul

www.cruiseline.ch – la clé de vos vacances

**Notre cadeau à
1 million de sociétaires:
entrer à 1/2 prix
à Expo.02**



Ouvrons la voie

Déjà plus de 1 million de sociétaires apprécient les avantages de la Banque Raiffeisen. Nous souhaitons les remercier de cette fidélité. Tous les sociétaires Raiffeisen reçoivent **une carte journalière Expo.02 à moitié prix** (Fr. 24.- au lieu de Fr. 48.-). Une raison supplémentaire pour devenir, dès à présent, sociétaire Raiffeisen.



Tout ce qui fait la plus-value du sociétariat.

E P O . 0 2
Partenaire exposition

RAIFFEISEN
