Zeitschrift: Panorama / Raiffeisen
Herausgeber: Raiffeisen Suisse société coopérative
Band: - (2005)
Heft: 6

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

MAGAZINE CLIENTS DES BANQUES RAIFFEISEN

PANORAMA

RAIFFEISEN

N° 6 / Septembre 2005

Pour votre bien-être et celui de votre linge: SECOMAT – la méthode de séchage la plus naturelle et la plus douce!

Avec Secomat, laissez sécher votre linge au sous-sol de votre habitation aussi naturellement qu'au soleil et au vent: Un flux d'air sec agite doucement le linge et lui retire son humidité. Le linge sèche naturellement et en douceur. Même les textiles délicats retrouvent leur aspect moelleux et lisse, diffusent une agréable fraîcheur et restent longtemps comme neufs. Fonctionnant sans apport thermique, le Secomat permet d'économiser jusqu'à 50% d'énergie par rapport aux méthodes de séchage conventionnelles. Grâce à la grande puissance de déshumidification, les dégâts dus à l'humidité tant redoutés comme la rouille, la moisissure et la pourriture sont efficacement comb attus. Et pour faciliter le séchage du linge, nous proposons une gamme complète d'accessoires fort utiles et pratiques comme par exemple la corde à linge Sunline et la table de séchage Alu-Dryer. Pour en savoir davantage, contactez-nous.

>Climatisation
>Epuration d'air
>Humidification d'air
>Déshumidification d'air
>Séchage du linge
>Assèchement de la construction
>Chauffage de chantier
>Assainissement après dégâts d'eau
>Chauffage et climatisation des tentes de fête

KRÜGER

Krüger + Cie SA, 1072 Forel VD
Téléphone 021 781 07 81, fax 021 781 07 82
Dépôt Genève Tél. 022 738 03 38
>Münsingen BE >Brig VS >Grellingen BL >Gordola TI
>Bedano TI >Dielsdorf ZH >Mägenwil AG >Weggis LU
>Luzern LU >Zizers GR >Samedan GR >Wangen SZ
>Frauenfeld TG >Degersheim SG **www.krueger.ch**

Photo: Ldd

TOUT EST DANS L'ESPRIT

«Les maisons se construisent sur du bon rocher» ou «la maison va s'affaisser tôt ou tard sans un solide fondement», tels sont les slogans, les formules choc que l'on ressort à de nombreuses occasions et qui accompagnent également les discussions sur le ski alpin.

Lorsque nous parlons aujourd'hui de promotion du sport, la volonté doit être solide comme le roc, alors que le professionnalisme tient lieu de fondement. Il me semble parfois, à cet égard, que nous sommes en mesure de programmer les athlètes sur la voie du succès. Pour preuve d'ailleurs les expressions du genre «Quel talent!» ou «Quelle facilité!».

Cependant, nous ne prononçons que rarement le mot «esprit».

Pour moi, l'esprit constitue le fondement à l'heure actuelle. En effet, pour promouvoir avec succès le sport ou être sportif de haut niveau, il faut l'esprit. Il est le début de l'enthousiasme, l'étincelle – petite mais combien importante – de la confiance en l'avenir, le reflet que l'on doit porter avec persévérance sur de longues distances.

Aussi, la notion de sportif de premier plan est à mes yeux souvent interprétée de manière erronée. La tolérance doit pouvoir s'exprimer dans la hiérarchie des sportifs et du sport qui, eux, ne doivent pas toujours être parfaits et d'une solidité inébranlable. Toujours sur la corde raide au risque de perdre pied, nous jugeons trop vite en termes de succès ou d'insuccès.

L'admiration et l'enthousiasme voués à un athlète s'obtiennent le plus facilement par l'expérience vécue avec lui. Assister donc personnellement à l'évolution d'un talent et, partant, connaître de bout en bout ses émotions et ses compétences jusque dans ses moindres recoins pour, un jour, les maîtriser de manière optimale.

Le succès ne s'achète pas, ni ne peut-il être garanti ou assuré! Le succès croît et se développe à partir de l'esprit, la compréhension, la tolérance, la diversité et la joie du mouvement. Mais combien est-il difficile d'expliquer tout cela, à une époque mue par le management, axée sur les objectifs et le succès...

PIRMIN ZURBRIGGEN, CHAMPION DU MONDE ET OLYMPIQUE DE SKI ALPIN, HÔTELIER À ZERMATT ET SAAS-ALMAGELL, PRÉSIDENT DE SKI VALAIS

CARE SHOP

TOP QUALITY
TOP PRICES

PAR ÉGARD POUR VOTRE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE

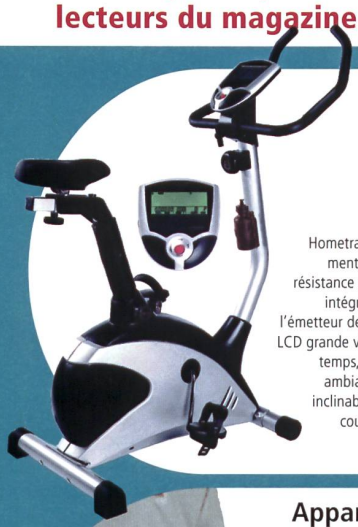
Offres spécial pour les lectrices et les lecteurs du magazine PANORAMA

Veste d'extérieur/de loisirs 3 EN 1

au lieu de 498.– **198.–**

Veste d'extérieur haut de gamme, testée en conditions himalayennes, répondant à toutes les exigences avec veste intérieure amovible en tissu polaire (4 saisons) et offrant toute une panoplie de détails techniques fabriquée en SherpaTex deux couches, une fibre respirante, 100% résistante au vent et à l'humidité, doté de renforts en ripstop; 1 poche de poitrine avec fermeture-éclair, 4 poches extérieures avec fermeture-éclair, 2 poches en tissu polaire; système de refroidissement: aération par des ouvertures (avec fermeture éclair ou bandes Velcro) sous les aisselles, capuchon réglable et démontable, camouflable dans le col; bas de manche réglable avec des bandes Velcro; coutures soudées résistantes à l'eau; cordes à l'ourlet et à la taille; fabriqué au Népal par SHERPA OUTDOOR.

Disponible en 6 couleurs: jaune, orange, rouge, bleu, marine, gris. Tailles: S, M, L, XL, XXL



Magnetic-Bike CARDIO

au lieu de 598.– **398.–**

Hometrainer magnétique doté d'un système de freinage parfaitement silencieux et sans entretien. Modification manuelle de la résistance par molette indexée 8 positions. Pulsomètre par capteurs intégrés au guidon muni d'un récepteur indépendant adapté à l'émetteur de fréquence cardiaque. Ordinateur avec manette et écran LCD grande vision (fréquence cardiaque, FC en phase de récupération, temps, vitesse, distance, calories dépensées, heure, température ambiante, etc.) Selle réglable à l'horizontale et à la verticale et inclinable, spécialement équipée pour accueillir une selle de vélo courante. Masse du volant 8 kg. Charge admissible: 150 kg. Instructions d'utilisation en d. Garantie de 2 ans.

Pantalon fonctionnel/extérieur SHERPA

au lieu de 248.– **129.–**

Pantalon fonctionnel léger fabriqué en SherpaTex deux couches, une fibre respirante, 100% résistante au vent et à l'humidité, doté de renforts en ripstop au niveau des genoux et des fesses. Une fermeture-éclair latérale sur toute la longueur, bas de jambe réglable avec une bande velcro. 2 poches avec fermeture-éclair. Assorti à la veste 3 en 1. Fabriqué au Népal par SHERPA OUTDOOR. Couleur: noir. Tailles: S, M, L, XL, XXL.

Appareil de massage par pulsation intensif ITM

au lieu de 149.– **119.–**

Avec lumière infrarouge activable. Pour assouplir, détendre et stimuler la circulation sanguine dans les muscles, un massage par pulsation intensif, en profondeur et bienfaisant, (régulation linéaire). Efficace pour détendre les tensions musculaires et les crampes et échauffer les tissus. Les épaules, le dos, les jambes et même les plantes des pieds peuvent être massés sans effort. Instructions d'utilisation en f, i, d, e. 3 ans de garantie.

Chaussures de trekking/ d'extérieur HI-TEC

au lieu de 149.– **98.–**

Chaussures aventure d'extérieur légères pour la randonnée, le trekking et le temps libre offrant un bon maintien grâce à leur tige haute. Cuir supérieur raffiné et imperméable en nubuk, avec une semelle respirante en nylonmesh. La chaussure se ferme rapidement et a été spécialement conçue pour envelopper et maintenir le pied de façon orthopédique. Semelle intérieure amovible et changeable de forme anatomique. Semelle intermédiaire EVA avec de formidables propriétés d'amortissement, même en terrain accidenté, pour une démarche légère et souple. Semelle en carbone caoutchouc ultra-antidérapante profilée. Tailles: 42, 42½, 43, 43½, 44, 44½, 45, 46, 47.

Cardiofréquencemètre OMNI

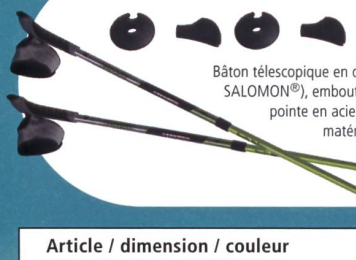
au lieu de 169.– **129.–**

Pulsomètre avec émetteur aussi précis qu'un ECG, ceinture thoracique, support potence. Modèle haut de gamme doté de 21 fonctions: pouls, heure, date, réveil, chronomètre, fréquence cardiaque, compteur de calories dépensées/graisses brûlées, temps de récupération, alarme sonore et visuelle en cas d'écart des valeurs seuils, éclairage, étanche, etc. Piles faciles à changer. Instructions d'utilisation en f, d, i, e. Garantie de 2 ans.

Bâtons de trekking/randonnée ANTISHOCK

au lieu de 149.– **98.–**

Bâton de randonnée et de trekking «Carbotec Antishock» en trois parties en alliage alu et acier spécial F 63 avec un système antichoc et des pointes en carbure, poignées ergonomiques avec des dragonnes «Comfort» larges réglables, bâton très solide et résistant, réglable de 69 à 140 cm, couleur: noir/bleu/alu. Made in Italy. 2 ans de garantie.



Bâtons de marche nordique CARBOTEC® SUPER LITE

au lieu de 149.– **89.–**

Bâton télescopique en deux parties (87 à 140 cm), dragonnes réglables (Licence SALOMON®), embout plastique pour la marche nordique pouvant être enlevé, pointe en acier trempé, partie inférieure avec système de blocage à vis, matériel: alliage d'alu Dural F 63, poignée: 2 composantes PE, poids: env. 180 gr par bâton, couleur: jaune/rouge/alu. Garantie de 2 ans.

RAZOR – l'original

au lieu de 129.– **69.–**

Excellente qualité! Type: Razor Classic MS 130-A. Poids: 2.7 kg. Charge admissible: 199 kg. Cadre: aluminium poli de qualité supérieure. Roues: 100 mm PU Inline Skates. Entrepôt: ABEC-5. Maniabilité: se ferme d'un tour de main. 2 ans de garantie.

Article / dimension / couleur	Quantité	Prix	Adresse Panorama 9/05
			Nom et prénom
			Rue
			NPA/localité
			Téléphone
			Date/signature

Commandes: CARESHOP GmbH, c/o Bürgerspital Basel, Flughafenstrasse 235, Case postale, 4025 Bâle.

Téléphone 0848 900 200, Fax 0848 900 222, www.careshop.ch

Sous réserve de changements de modèles et de prix. Prix TVA incl., frais de port en sus, livraison jusqu'à épuisement du stock.

Venez visiter notres magasins «Careshop»:

- **4052 Basel, Lautengartenstr. 23, Tel. 061 227 92 75**
- **3380 Wangen a.A., Vorstadt 4, Tel. 032 621 92 91**
- **3920 Zermatt, Oberdorfstr. 5, Tel. 027 967 42 33**

N° 6 / Septembre 2005

Page de couverture
Coup d'œil au chantier de la future Banque Raiffeisen de Wittenbach dans l'agglomération saint-galloise avec le maître de l'ouvrage Max Leu (deuxième depuis la gauche), des collaborateurs de la banque et les conseillers en architecture. Ici se dressera un bâtiment transparent avec beaucoup de verre, moderne, mais sans luxe inutile. La fin des travaux est prévue pour l'automne 2006.

Photo: Marc Wetli

DOSSIER

6 Une culture architecturale
Les spécialistes s'accordent à dire que les Banques Raiffeisen soignent leur image architecturale. L'investissement annuel atteint 100 millions de francs.

ARGENT

12 Vieux jours sans souci
Confortable rente viagère à la retraite.

15 Le rôle de l'agent immobilier
Choisir le bon spécialiste s'avère payant.

RAIFFEISEN

19 Bons rendements, peu de risques
Nouveau fonds de fonds sur le marché.

20 Course dans la tête
A quoi pense le coureur avant le départ.

22 L'attrait du sociétariat
Des avantages matériels et immatériels.

27 Magazine plébiscité
Enquête lecteurs: «Panorama» est très apprécié.

30 Bien dans sa peau
Président de BR et directeur d'entreprise.

32 Du nouveau en Valais
Modernisation des points bancaires.

ÉCONOMIE

36 Crise des agences de voyage?
Internet, terrorisme, les pros du voyage font face.

GENS

40 Maladies d'altitude
Expérience vécue dans la montagne chinoise.

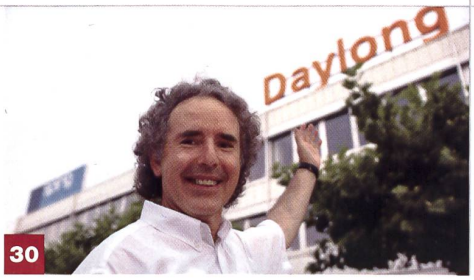
POINT FINAL

46 Albert Nicod architecte malgré lui.

6

20

22



30

40

Rendez-vous de chantier sur le futur site du siège de la BR Wittenbach-Kronbühl avec la commission de construction de la banque et les différents spécialistes.

CULTURE ARCHITECTURALE

Depuis la publication par des magazines d'architecture d'articles élogieux sur la Banque Raiffeisen d'Intragna (TI), la volonté de favoriser la qualité architecturale s'est encore renforcée pour la dizaine de nouvelles constructions qui voient le jour chaque année dans le pays.

Les milieux architecturaux sont unanimes: lorsque des banques et des entreprises publiques construisent, l'architecture de qualité est rarement au rendez-vous. Jakob Gantenbein, rédacteur en chef de «Hochparterre», magazine d'architecture et de design, émet ainsi un jugement sans appel: «Les CFF et Raiffeisen sont des précurseurs, ils considèrent l'architecture comme une image de marque», ce qui est loin d'être le cas pour La Poste et nombre d'autres banques. Du reste, les efforts des CFF ont été couronnés cet été par le prix Wakker décerné par Patrimoine suisse, non seulement pour la manière dont l'entreprise traite les bâtiments anciens, mais aussi pour la qualité des constructions contemporaines.

Raiffeisen avait déjà été mis à l'honneur en 2002: la Banque Raiffeisen d'Intragna avait alors reçu pour son architecture l'un des prix décernés par la télévision suisse et «Hochparterre». Un bâtiment menaçant de tomber en ruines avait été remplacé par une nouvelle construction. C'est l'architecte Michele Arnaboldi de Locarno qui avait remporté le concours organisé. Il a imaginé un cube de béton de trois étages qui, comme il le disait lui même, «n'a rien de nostalgique». Et pourtant la nouvelle construction s'intègre, par sa taille et son organisation, dans la topographie locale tout en créant une nouvelle configuration des passages publics. Les gigantesques surfaces vitrées reflètent l'environnement, une allusion de l'architecte aux anciennes peintures de la façade.

BIJOUX ARCHITECTURAUX

«Le fait que cette nouvelle construction dans le Tessin soit parue dans un si grand nombre de publications spécialisées, a renforcé la volonté du groupe Raiffeisen de s'engager en faveur de l'architecture de qualité», précise Andreas Hüttenmoser, l'un des cinq consultants officiant à l'Union Suisse des Banques Raiffeisen à St-Gall et Lausanne. «Bien sûr», concède-t-il, «sur plus de 1200 banques Raiffeisen, on dénombre seulement quelques bijoux architecturaux et la majorité des nouvelles constructions sont de solides bâtiments dans la moyenne suisse.» Pourtant, la liste des réalisations intéressantes sur le plan architectural ne cesse de s'allonger.

Intragna est certes une référence, mais les conseillers en architecture de l'Union se sont engagés dans cette voie bien avant déjà «avec des exemples significatifs à Winterthour (architecture de Verena Huber), Gossau SG (Östereich et Schmid), Mörschwil (Marcel Ferrier) ou Neukirch (Bollhalder + Eberle)», comme le souligne Jack Egli, responsable du conseil en construction. >

Depuis Intragna, la liste s'est enrichie d'une bonne douzaine de nouvelles superbes constructions ou rénovations. Citons notamment deux exemples dans le Valais: à Gampel-Steg, une réalisation des architectes Steinmann et Schmid basés à Bâle (à qui l'on doit également le bâtiment de Gelterkinden), et à Bitsch dont les plans ont été dessinés par le bureau Graber et Steiger de Lucerne. Ces deux banques constituent déjà des buts d'excursion pour les classes d'architecture et les spécialistes s'étonnent que des coopératives Raiffeisen de cette taille aient osé s'aventurer aussi loin dans l'architecture contemporaine.

Citons également l'exemple de Brienz, dans l'Oberland bernois. Les architectes bernois Aebi & Vincent ont ici reconverti un ancien grand chalet. Ce bâtiment en bois, vieux de 350 ans et plusieurs fois modifié, repose à présent sur un socle moderne, qui peut sembler bizarre au premier regard, tant le contraste est saisissant. Un effet qui concerne aussi le chalet, dont la façade a abandonné le style romantique au profit d'une grande sobriété.

CHANGEMENTS RADICAUX PARFOIS

Dans certains endroits, la Banque Raiffeisen a même radicalement transformé le profil du village: ainsi, la place de Domat-Ems a-t-elle été totalement transformée fin 2003 par le nouveau bâtiment de la banque conçu par le bureau d'architectes local Rudolf Fontana & Partner et voisinant avec le nouveau centre culturel et cultuel. Et pourtant: «Ces constructions audacieuses sur le plan architectural n'ont pas soulevé de tollé», se souvient Martin Fetz, directeur de la Banque Raiffeisen locale. Sa banque est à présent située au «meilleur endroit du village». C'est en effet sur la place devant ce bâtiment que se tient le marché hebdomadaire et que sont organisées de nombreuses fêtes. Rien d'étonnant donc à ce que pour la journée portes ouvertes, l'ensemble de la population se soit déplacé pour découvrir la réalisation.

Et comment Raiffeisen parvient-elle à convaincre les banques locales, autonomes en ce qui concerne les questions de construction, à développer une culture de l'architecture? «Notre banque a aujourd'hui la réputation de favoriser l'architecture de qualité», se félicite Andreas Hüttenmoser qui, avec ses collègues, réalise un travail de soutien et de persuasion. Lorsqu'un projet ne rencontre pas l'adhésion au sein de la centrale de l'Union, nous n'hésitons pas à discuter de la qualité architecturale. On aboutit alors à l'organisation d'un concours avec les responsables locaux. Non pas un concours ouvert, trop coûteux pour des projets de construction souvent de petite taille, mais un concours avec des architectes invités.

Et souvent, les architectes locaux invités comptent au nombre des gagnants. Le jury est composé d'une majorité de profanes, associés à des spécialistes. A Domat-Ems, non moins de cinq collaborateurs locaux de la banque en faisaient partie et «la décision fut unanime», se souvient le directeur de la banque Martin Fetz. Cet exemple n'est du reste pas un cas isolé. Le consultant en construction Andreas Hüttenmoser a constaté que les néophytes détectaient eux aussi rapidement les qualités architecturales d'un projet: «L'examen des résultats montre que cette procédure est absolument concluante».

L'ASPECT FINANCIER

Bien entendu, dans tout projet de construction ou de rénovation, la dimension économique joue un rôle déterminant: Max Leu, directeur de la Banque Raiffeisen de Wittenbach-Kronbühl, une commune de l'agglomération de St-Gall, étudie les plans d'une nouvelle construction bien centrée depuis plusieurs

Quelques exemples

Photos: Raiffeisen

BR Uetendorf-Thoune

BR Signau-Trub

BR Zurich

BR Domat-Ems

BR Degersheim

BR Meiringen

Le maître de l'ouvrage Max Leu: «Notre nouvelle construction n'est pas un monument d'architecture, mais un bâtiment fonctionnel, aménagé de façon optimale dans le respect des dernières normes de sécurité de l'UE.»

années déjà. En 1989, un concours d'idées a été lancé, mais le projet a avorté pour des raisons économiques. Une dizaine d'années plus tard, on a remanié le projet du bureau d'architectes de St-Gall Clerici et Müller, qui a dessiné les plans des nouveaux bâtiments de l'Union.

Le permis de construire a été attribué en mai et la Banque Raiffeisen de Wittenbach-Kronbühl, qui gérait jusqu'il y a peu encore deux établissements distants de deux kilomètres seulement, emménagera à l'automne 2006 dans le nouveau bâtiment – «un bâtiment transparent avec beaucoup de verre», se réjouit d'ores et déjà Max Leu, «moderne, mais pas ‹fou› comme ceux des collègues tessinois». Avec 900 mètres carrés de surfaces de bureaux, le personnel aura enfin suffisamment de place pour travailler. Et la banque cherche encore des locataires, car étant donné la longueur de la procédure, les partenaires initiaux ont déclaré forfait. Le directeur en est convaincu: «Idéalement situés – notre adresse est ‹Zentrum 1› – nous avons de bonnes chances de louer des surfaces.»

Les consultants en construction le savent, les réussites architecturales ne sont ni plus chères ni plus compliquées à concevoir, si on lance correctement la procédure. Max Leu en a

BR de Lausanne

BR Monte Carasso

BR Gelterkinden

BR Aletsch

BR Biberist

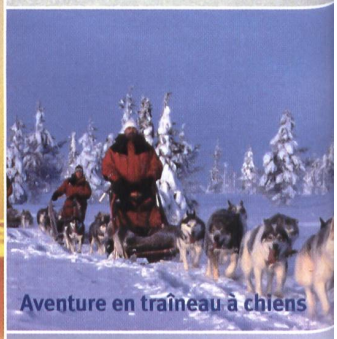
BR du Val Terbi

MAGIE HIVERNALE DU GRAND NORD

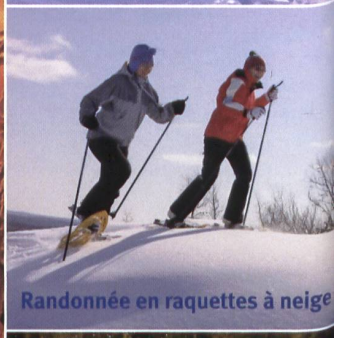
Top Line Marketing

Semaine hivernale en Laponie dès Fr. 990.–*

Magie des chalets



Aventure en traîneau à chiens



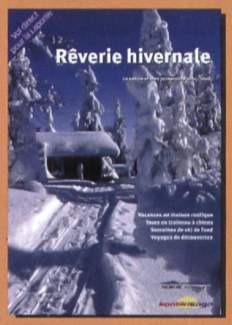
Randonnée en raquettes à neige

Safari en motoneige

Offrez-vous un hiver de rêve

Une maison rustique romantique avec un feu de cheminée crépitant, des aventures en traîneau à chiens ou en motoneige, des randonnées en ski de fond: des vacances d'exception! Repos et détente sous les aurores boréales en Laponie. Vivez un hiver digne de conte de fées... Bienvenue en Laponie finlandaise!

Vol direct pour le paradis hivernal de Laponie Finlandaise. Chaque samedi du 17 décembre 2005 au 11 mars 2006.



Commandez dès aujourd'hui votre catalogue Scandinav Hiver 05/06 par tél phone, via Internet ou dans votre agen de voyage.

* Prix par pers. (base 4 pers.), avec vol direct pour la Laponie finlandaise et 7 nuitées à la Villa Armas et billet CFF 2ème cl. inclus, pour un voyage avec départs 7/14.1.06 hors taxes d'aéroport et de sécurité (Fr. 82.–)

NORDIC VOYAGES

022 717 89 35 **www.kontiki.ch**

kontikisaga
Le numéro 1 pour le Nord.

également fait l'expérience: «Grâce à la coopération avec un entrepreneur général et avec le conseil en construction de l'Union, nous avons obtenu des informations sur les nouvelles tendances de la construction, mais aussi des recommandations sur les erreurs à éviter». Précisons que la Banque Raiffeisen de Wittenbach a – comme d'autres – opté pour une construction durable: le chauffage et la climatisation ne recourent absolument pas à des combustibles fossiles, mais à des pompes à chaleur géothermiques. Et les clients se voient proposer des technologies ultramodernes: une zone libre-service accessible 24 heures sur 24 leur permet – comme dans les grandes villes – d'accéder en permanence à des informations économiques à jour et de consulter les conditions des services Raiffeisen.

BUDGETS ANNUELS DE 100 MILLIONS

Raiffeisen construit beaucoup. Le Groupe compte plus de 1216 points de vente. Chaque année, 80 à 100 sont rénovés ou construits, les nouvelles constructions représentant un dixième de l'ensemble. Le budget annuel pour toute la Suisse se monte à quelque 100 millions de francs, dont une grande partie profite à l'artisanat local. Et c'est le cas pour la construction du nouveau siège de l'Union à St-Gall, qui a duré près de dix ans et dont le budget atteint 250 millions de francs: quatre bâtiments d'inspirations architecturales diverses, conçus par le même architecte Bruno Clerici, qui a sciemment renoncé à l'uniformité pour le quartier Bleicheli.

Le couronnement de l'activité de construction de l'Union sera sans conteste l'inauguration cet automne de l'aménagement de l'environnement. Pipilotti Rist et Carlos Martinez ont remporté le concours pour l'aménagement de l'espace extérieur: le «quartier Raiffeisen» est transformé en «salon de rue» avec un revêtement de granulé de caoutchouc rouge. Et à l'intérieur du bâtiment récemment inauguré, l'espace d'accueil menant aux salles de formation abrite une fresque de l'artiste américain d'art conceptuel Sol Lewitt.

Raiffeisen se distingue non seulement par ses nouvelles constructions, mais aussi par ses rénovations et ses nouveaux espaces guichets. L'ancienne «salle des guichets» fait en effet partie du passé. Les exemples de nouveaux espaces de réception ne se rencontrent pas uniquement dans les villes comme Genève, Zurich ou St-Gall, mais aussi à Bitsch, dans le Valais. Des réalisations rendues possibles grâce aux nouvelles techniques de sécurité. L'argent est en effet stocké dans des coffres entièrement automatiques: en cas de retrait, la somme demandée sort par la fente et, pour les versements, les espèces disparaissent immédiatement dans le compartiment de sécurité. Les Banques Raiffeisen redeviennent ainsi des centres de conseil comme à l'époque où les activités de la banque se déroulaient encore au domicile du directeur. ■ **RENÉ HORNUNG**

Entretien avec Daniel von May, consultant en construction au siège romand de l'Union à Lausanne

Photo: Ldd

«Panorama»: Dans tout le pays, les Banques Raiffeisen représentent des styles architecturaux très divers: depuis le chalet typique jusqu'à la construction ultramoderne. Quelles directives l'Union Suisse des Banques Raiffeisen donne-t-elle?

Daniel von May: Elle donne uniquement des directives contraignantes sur le plan de la sécurité et des indications figurant sur le bâtiment. Les directives en matière d'architecture sont fournies par la direction concernée et par le consultant en construction; elles se fondent sur des normes de qualité spécifiques. Cette définition écrite n'existe pas encore, mais est en cours d'élaboration. Cette philosophie est cependant vécue dès à présent. Il est également clair que la Banque Raiffeisen d'une vallée alpine ne peut être identique à celle d'une grande agglomération comme Genève. Elles ont cependant en commun le concept de base, la forme d'organisation et les exigences de qualité.

Quels peuvent être les domaines d'influence de l'USBR?

La méthode et la conception sont définies avec les décideurs de la Banque Raiffeisen concernée. Le conseil en construction garantit l'exploitation du savoir-faire existant au sein du Groupe et joue le rôle de coordinateur professionnel tout au long du processus de construction.

Existe-t-il une «doctrine», une philosophie de la construction chez Raiffeisen?

Oui. La philosophie intègre l'histoire, les valeurs et l'identité de Raiffeisen. Une Banque Raiffeisen fait partie d'un lieu, au même titre que les collaborateurs font partie de la commune. Concrètement: pour construire, Raiffeisen fait essentiellement appel à des architectes et des entreprises de la région. Le concept de «banque à domicile» subsiste, ce qui signifie que les collaborateurs peuvent aussi être des hôtes. Tout le défi consiste à concevoir la plateforme de communication requise. En vue de garantir la qualité du bâtiment et une conception adaptée à l'entreprise, il est essentiel d'appliquer une procédure respectant les directives définies.

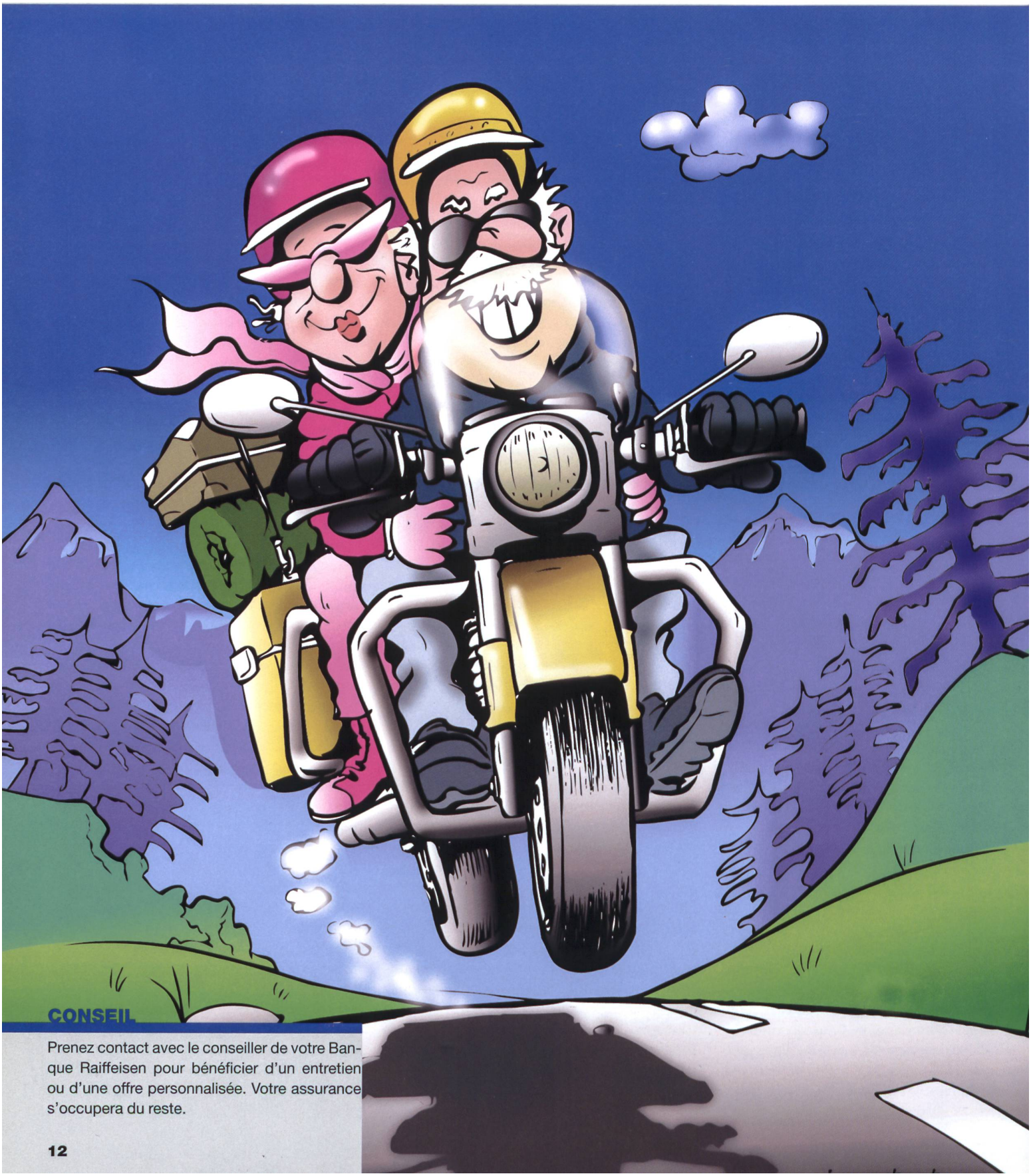
Selon vous, quelles sont les caractéristiques d'une bonne banque sur le plan architectural?

Une bonne Banque Raiffeisen est une construction fonctionnelle, présentant une grande qualité architecturale sans ostentation, permettant une visualisation appropriée de l'entreprise et fournissant une plate-forme de sécurité adéquate. Une banque doit donc répondre à de multiples exigences. Il faut impérativement une position centrale, nous voulons être vus, nous faisons partie du lieu. Etant donné notre positionnement sur le marché hypothécaire, nous voulons agir de manière professionnelle avec l'architecture. En outre, chaque architecture d'entreprise véhicule un message, est elle-même communication. C'est la visibilité de Raiffeisen qui est en jeu.

L'USBR fait-elle toujours appel à la même équipe d'architectes?

Nous sommes ouverts à tous les bureaux d'architecture. Dans l'idéal, nous organisons des missions d'étude sur invitation. Les bureaux d'architectes invités se mesurent ainsi dans le cadre d'un concours dont l'issue est décidée sur la base de l'anonymat par un jury compétent. On obtient ainsi la meilleure qualité possible région par région, pour les sociétaires et clients comme pour l'entreprise.

Interview: Philippe Thévoz



CONSEIL

Prenez contact avec le conseiller de votre Banque Raiffeisen pour bénéficier d'un entretien ou d'une offre personnalisée. Votre assurance s'occupera du reste.

VIEUX JOURS SANS SOUCIS

A l'âge de la retraite, c'est une nouvelle vie qui commence! Avec, on l'espère, plus de loisirs, de liberté, de distractions et de joie de vivre. Autant de plaisirs que l'on pourra savourer pleinement si l'on a déjà planifié sa situation financière.

La solution la plus simple pour toucher un revenu régulier après la retraite est de contracter une assurance rente de vieillesse (aussi appelée rente viagère). Une fois le contrat signé, vous aurez le sentiment rassurant de bénéficier d'une sécurité financière. Sans oublier que vous ne devrez plus vous préoccuper de vos investissements. Bref, c'est un placement sans souci!

Après la conclusion de l'assurance, une rente vous sera versée régulièrement selon la fréquence que vous aurez choisie. Vous ne risquerez pas de voir votre fortune fondre comme neige au soleil, car c'est une compagnie d'assurance qui s'occupera de gérer votre capital. Pour vous garantir cette sécurité financière, Raiffeisen s'est associée à Helvetia Patria Assurances, un partenaire de longue date.

Du point de vue fiscal, l'assurance rente de vieillesse s'avère aussi intéressante. 40% seulement des montants versés sont en effet soumis à l'impôt sur le revenu, alors qu'une rente LPP est imposée dans son intégralité. Au final, cela fait vite une différence.

AUCUN EXAMEN DE SANTÉ

Tout le monde peut profiter du confort et de la sécurité qu'offre une assurance rente de vieillesse. En outre, la compagnie d'assurance renonce à tout examen médical. La signature du contrat n'est donc pas liée à votre état de santé. Selon vos besoins, vous pouvez choisir d'être assuré(e) seul(e) ou avec votre conjoint/partenaire au sein d'un même contrat. En cas de décès de la personne assurée, le solde du capital est versé aux bénéficiaires ou, si le contrat porte sur deux têtes, la rente continue d'être payée au partenaire coassuré. Une couverture sur mesure peut ainsi être obtenue.

C'est un avantage certain par rapport à une rente de caisse de pension. Car, dans ce dernier cas, seuls le conjoint et les enfants ont droit à une rente de survivants. Les concubins ne peuvent bénéficier de cette prestation qu'au terme de cinq ans de vie commune. Il convient à cet égard de bien lire le règlement de sa caisse de pension. A cela il faut ajouter que la rente de survivants versée par la caisse de pension est réduite et qu'elle n'est donc plus octroyée dans les mêmes proportions. Dans le cadre de la prévoyance privée, c'est vous qui fixez le montant de la rente que touchera le partenaire survivant. Vous pouvez aussi décider de maintenir cette somme inchangée. Il est rassurant de savoir qu'en cas de décès la sécurité financière de vos proches sera ainsi garantie.

Plusieurs variantes s'offrent à vous avec une assurance rente de vieillesse. Selon votre âge, un versement immédiat de la rente peut être envisagé. Si vous souhaitez planifier à l'avance votre retraite, le début de la rente peut être reporté à votre convenance. S'agissant de la durée du versement, vous avez le choix: la rente ne doit pas forcément être viagère et peut, le cas échéant, être limitée dans le temps.

Le plus souvent, les assurés optent toutefois pour une rente viagère, ce qui souligne le confort de cette solution. Si vous le souhaitez, vous pouvez renoncer à la couverture de risque intégrée. Il faut alors savoir qu'en cas de décès, le solde du capital ne sera pas versé. Pour choisir l'option qui vous convient, n'hésitez pas à faire appel au savoir-faire de votre Banque Raiffeisen. L'assurance rente de vieillesse est un produit souple qui pourra de toute façon être adapté ultérieurement.

DES ALTERNATIVES POSSIBLES

La Banque Raiffeisen propose toute une palette de produits aux personnes qui ne souhaitent pas profiter de la sécurité d'une telle solution et préfèrent gérer activement leur patrimoine. Votre conseiller Raiffeisen vous présentera volontiers d'autres possibilités dans le cadre de la planification de la retraite.

Pour bien préparer votre retraite, nous devons considérer votre portefeuille dans son ensemble. L'assurance rente de vieillesse peut répondre à un besoin concret, mais peut aussi être seulement un instrument parmi d'autres au sein de votre planification financière. Toutes les alternatives méritent d'être étudiées. A votre conseiller de sélectionner ensuite la solution la mieux adaptée. ■ **CORINNE MEIER**

Bénéficiez d'une rente garantie plus élevée!

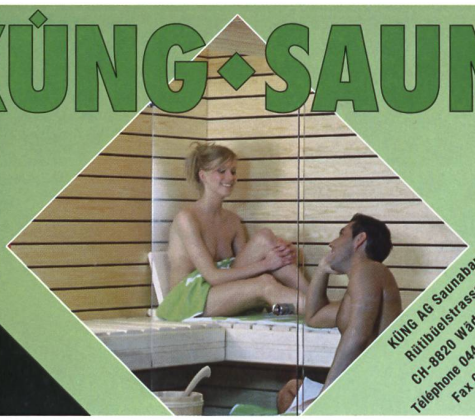
Le 1er octobre, Helvetia Patria introduira une nouvelle génération de tarifs tenant compte de l'allongement de l'espérance de vie et de l'évolution des chiffres de mortalité. Les nouveaux clients bénéficieront ainsi d'une rente garantie plus élevée à compter du 1.10.2005.

Exemple de calcul avec le nouveau tarif: prime unique de CHF 100 000 (y compris timbre). Selon l'âge d'entrée, la rente annuelle garantie connaîtra en moyenne une augmentation allant de 5,56% à 8,28% environ pour les hommes et de 1,76% à 2,61% pour les femmes.

Il vaut donc la peine de demander une offre personnalisée auprès de votre Banque Raiffeisen!

KÜNG SAUNA

Visitez notre exposition à Wädenswil: une multitude d'idées uniques de sauna et de wellness sur plus de 600 m²! (Prière de prendre contact)



KÜNG AG Saunabau
Rütibüelstrasse 17
CH-8820 Wädenswil
Téléphone 044 780 67 55
Fax 044 780 13 79

Nous vous offrons des conseils approfondis pour la conception, la construction et l'économie d'énergie. Notre propre fabrication de sauna privé - jusqu'à de grandes installations - permet un design individuel et des possibilités de montage quasi illimitées. Grâce à nos 30 années d'expérience et au rapport prix/qualité convaincant, nous sommes votre interlocuteur compétent pour le bien-être et un plaisir inaltéré pour le sauna. E-Mail: info@kueng-sauna.ch
www.kueng-sauna.ch

Design individuel.
Fabrication maison.
Service dans toute la Suisse.

Coupon pour documentation

- ☐ Sauna finlandais
- ☐ Sauna bio/BIOSA
- ☐ Sauna en bois massif
- ☐ Bain de vapeur
- ☐ Whirl-Pool
- ☐ Solariums
- ☐ Appareils fitness
- ☐ Thermes
- ☐ Equipements wellness

Nom
Rue
NPA/Localité
Téléphone

Pan

Sans l'ombre d'un doute!

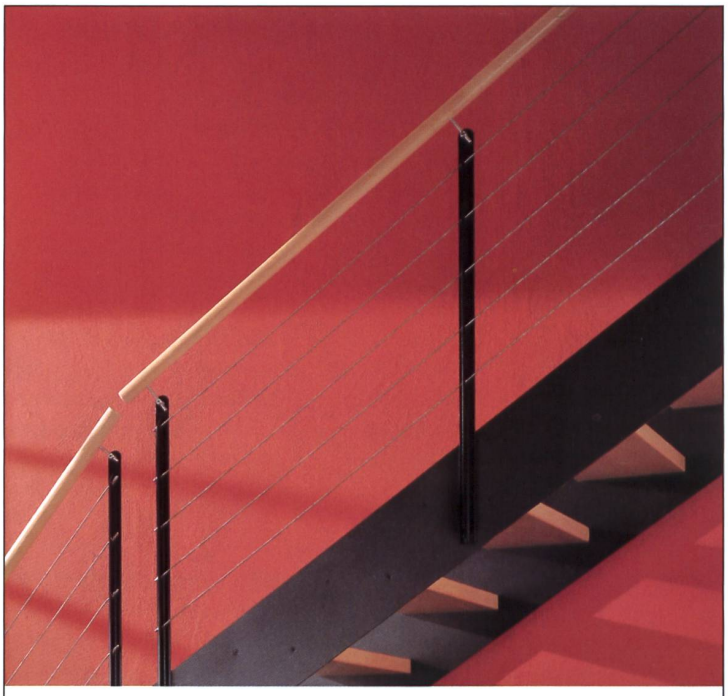
Une atmosphère agréable ...

... facilite la vie. STOBAG offre des systèmes de protection solaires de toute sorte. La gamme de produits va du store pour balcons, store à cassette, store à projection ou encore store pour jardins d'hiver jusqu'à l'installation de protection solaire avec automatisme, commandes et capteurs. – Soyez les bienvenue chez STOBAG!

STOBAG, en Budron H/18
1052 Le Mont-sur-Lausanne

Tel. 021 651 42 90
www.stobag.com

STOBAG
Schweizer Qualität - Swiss quality



TREPPEN MEISTER®
Keller
Das Original

Keller Treppenbau AG
3322 Schönbühl, Téléphone 031 858 10 10
8953 Dietikon, Téléphone 044 741 50 52
1202 Genève, Téléphone 022 731 19 10
treppenbau@keller-treppen.ch
www.keller-treppen.ch

Panneaux en émail

Panneaux en émail véritable, faits à la main

Un cadeau personalisé, pour anniversaire, départ en retraite, pendaison de crémaillère, etc.
8 formats, 4 types d'écriture, 5 couleurs

dès **Fr. 66.-**

www.exklusivgeschenk.ch
EMA-Handel AG, Hauptstrasse 56, 4411 Seltisberg
Tél. 061 911 95 94 · Fax 061 911 95 83

Des règles particulières doivent être respectées pour l'achat ou la vente d'un appartement ou d'une maison. Les conseils d'un expert ou d'un agent immobilier sont appréciables, en particulier si l'objet sort de l'ordinaire ou si le cas est complexe.

L'immobilier étant un domaine complexe, il est judicieux d'avoir recours à des spécialistes en la matière.

Photo: Archives USBR

BIEN ESTIMÉ, C'EST PRESQUE GAGNÉ!

Les experts s'étonnent encore et toujours de la façon dont certaines personnes investissent du jour au lendemain ces milliers de francs économisés durant de si longues années dans un bien immobilier et ce, sans même s'être posé auparavant certaines questions essentielles: le prix d'achat est-il conforme au marché? Puis-je me permettre d'acheter cet objet? Ai-je de bonnes chances de le revendre? Dans quel état se trouve la maison? Qu'en est-il de l'environnement (voisins, bruit, proximité des transports publics)? Et la liste est encore longue...

ERREUR D'ESTIMATION FATALE

L'expérience montre, en outre, que de nombreux objets ont été évalués de manière erronée. Cela proviendrait-il du fait que d'habiles experts du domaine privé ou bancaire n'étaient pas directement impliqués dans la vente? Le fait est que bien des experts professionnels et expérimentés perçoivent souvent un bien immobilier d'une façon différente de celle du vendeur. En plus de cela, maints d'entre eux ne voient pas l'intérêt de se perfectionner et se trouvent parfois «dépasser» par les événements, ce qui peut être néfaste dans un marché en constante évolution. Ueli R. Wintsch, architecte ETS spécialisé dans la vente de biens immobiliers à Winterthour, explique: «On surévalue presque toujours les maisons familiales, celles-ci étant considérées comme des objets de luxe. Les immeubles locatifs sont, quant à eux, trop souvent sous-évalués comme l'on tient compte de la situation effective et non pas du potentiel de l'immeuble.»

Ueli R. Wintsch critique l'absence d'intérêt pour la formation continue dans sa profession. C'est avec stupéfaction qu'il constate souvent que ses collègues de travail ne savent pas faire la différence entre la maçonnerie ordinaire et renforcée. Pourtant, les agents immobiliers disposent de plus d'une corde à leur arc et proposent toute une gamme de prestations intéressantes à leurs clients. Ils leur expliquent comment calculer le prix en se basant sur des estimations courantes internes ou externes, dans quelles conditions se trouve la maison et quels travaux d'assainissement doivent encore être exécutés.

La transformation, le changement d'affectation ou l'agrandissement des immeubles font aussi partie des spécialités de l'agent immobilier. Il lui incombe de préparer une étude d'utilisation, pour un terrain situé hors d'une zone à bâtir, sur laquelle on découvre divers exemples de construction, les coûts qui en découleraient, le rendement brut, etc. L'acquéreur n'est donc pas censé acheter les yeux fermés.

TOUT N'EST PAS POSSIBLE

A ces prestations, il convient d'ajouter une assistance dans l'élaboration du contrat de vente, dans le financement et lors de l'établissement du décompte de l'impôt sur les gains immobiliers pour le Service cantonal des contributions. Si cela s'avère nécessaire, il organise également le déblaiement et le nettoyage du bâtiment. «Il va de soi que tout agent immobi-

Montez à bord!

8 jours à bord en pension complète à partir de CHF 1190.–

CROISIÈRES – REPOSANTES ET SÛRES
MS SWISS DIAMANT – SUR LE RHIN DORÉ

- Amsterdam, une ville et ses canaux
- Loreley et le Rhin bucolique
- Cologne, la métropole rhénane
- Guides suisses

MS Swiss Diamant **** navigue sous le pavillon suisse

Au fleuve en autocar

Un car moderne vient vous chercher à votre lieu de départ et vous ramène à cet endroit après le voyage. Durant le voyage, vous ferez toutes les excursions avec ce même car confortable. Vous serez encadrés de A à Z par des guides expérimentés de Mittelthurgau.

VOTRE PROGRAMME DE VOYAGE

1er jour: Suisse–Amsterdam. Trajet jusqu'à Amsterdam en car confortable. Embarquement sur le «MS Swiss Diamant».

2e jour: Amsterdam. Le matin, traversée des canaux romantiques (*). L'après-midi, visite de la ville colorée avec ses innombrables bâtiments historiques tels que l'ancienne mairie, la maison de Rembrandt ou celles des patriciens. Finalement, voyage interurbain à travers la Hollande jusqu'à Utrecht (*).

3e jour: Nijmegen–Düsseldorf. Savourez cette journée à bord et admirez les paysages bordant le Rhin.

4e jour: Cologne–Coblence. Tôt le matin, départ de Düsseldorf en remontant le Rhin vers Cologne. Découvrez la métropole rhénane, ville d'art, ville universitaire et médiatique par une visite guidée (*). A voir absolument: la cathédrale, un chef-d'œuvre gothique rayonnant, ainsi que la vieille ville animée.

5e jour: Coblence–Rhin romantique–Rüdesheim. Au cours d'une excursion guidée avec visite de l'imposante forteresse d'Ehrenbreitstein, vous en apprendrez d'avantage sur l'intéressante ville de Coblence (*). A voir également: le Deutsches Eck au confluent de la Moselle et du Rhin. L'après-midi, savourez le trajet sur un tronçon bucolique du Rhin, bordé de ses innombrables châteaux, châteaux forts et ruines et passant à proximité du légendaire rocher de la Loreley, pour aboutir à Rüdesheim. La ville viticole du Rheingau est célèbre grâce à la Drosselgasse et ses bars à vin. Visite du très célèbre cabinet musical et de sa vaste collection d'instruments (*)

6e jour: Rüdesheim–Nierstein–Mannheim. Le matin, poursuite du voyage. A partir de Nierstein, il est possible de faire une excursion vers Heidelberg et de visiter la ruine bucolique de son château (*). Heidelberg compte parmi les plus belles villes d'Allemagne et recèle une histoire de plus de 800 ans.

7e jour: Spire–Strasbourg. Le matin, voyage de Mannheim à Spire. Découvrez Spire lors d'une visite guidée (*). Le bâtiment le plus élevé est la cathédrale romantique, déclarée héritage culturel mondial par l'UNESCO. A midi, poursuite du voyage et arrivée à Strasbourg tard le soir.

8e jour: Strasbourg–Suisse. Débarquement après le petit-déjeuner, suivi d'une visite de la ville de Strasbourg (comprise dans le prix). La capitale alsacienne avec ses maisons en colombage est particulièrement charmante et célèbre pour sa cathédrale «Notre Dame». L'après-midi, retour vers vos lieux de départ en Suisse dans un car confortable.

(*) Excursions faisant partie du paquet.
Toutes les excursions marquées par un (*) sont comprises dans le paquet d'excursions qui doit impérativement être réservé à l'avance. Vous économisez au moins 10%. Réservation d'excursions à bord possible.

Date de voyage 2005

Du 16.10.– 23.10.

Prix par personne	CHF
Cabine à 3 lits, pont principal	1190.–
Cabine à 2 lits, pont principal (arr.)	1390.–
Cabine à 2 lits, pont principal	1490.–
Cabine à 2 lits, pont supérieur	1690.–
Mini-suite, pont principal	1690.–
Suppléments	
Paquet avec 7 excursions	171.–
Supplément pour vol Genève–Amsterdam y compris taxes/transfert (au lieu du trajet en car)	295.–

Nos prestations comprennent

- Voyage en car moderne et confortable
- Voyage en bateau dans une cabine réservée
- Pension complète à bord
- Frais, taxes portuaires
- Cocktail de bienvenue, dîner avec le capitaine
- Visite guidée de Strasbourg comprise dans le prix
- Des guides expérimentés de Mittelthurgau vous accompagnent de A à Z

Nos prestations ne comprennent pas

- Forfait de commande par personne 15.–
- Dépenses personnelles et boissons
- Pourboires
- Excursions
- Assurance d'annulation et de retour spécial (obligatoire)
- Réservation d'une place entre la 1ère et la 3e rangée dans le car

Formalités de voyage

Les ressortissants suisses ont besoin d'une carte d'identité valable ou un passeport qui n'est pas révolu depuis plus de 5 ans.

Vos lieux de départ

5h30 Lausanne
5h45 Wil P
6h10 Winterthur-Forrenberg
6h30 Zurich aéroport/gare des autocars P
6h45 Berne
7h00 Baden-Rütihof P
8h00 Bâle

Rhin romantique

VOTRE ITINERAIRE DE VOYAGE

VOTRE BATEAU FLUVIAL

Le **«MS Swiss Diamant****»** est un bateau de standing sous pavillon suisse, doté à son bord d'une ambiance agréable. Hall d'entrée avec réception, restaurant, grand salon panoramique avec piste de danse et bar séparé, bibliothèque. Le bateau est pourvu exclusivement de cabines extérieures réparties sur deux ponts. Les cabines aménagées avec goût disposent de grandes fenêtres panoramiques, 2 lits attenants, radio, TV (couleurs), mini-bar, tension d'alimentation 220 V, coffre-fort, sèche-cheveux, climatisation réglable, ainsi que douche/WC, restaurant, bar, salon et bibliothèque.
Bienvenue à bord!

GARANTIE DU VOYAGE

Appel téléphonique gratuit:
0800 86 26 85

Réservations aussi dans votre agence CFF

Reisebüro Mittelthurgau Fluss- und Kreuzfahrten AG
Amriswilerstrasse 155, 8570 Weinfelden
Tél. 071 626 85 85, Fax 071 626 85 95
www.mittelthurgau.ch, info@mittelthurgau.ch

reisebüro mittelthurgau
Une Entreprise de Twerenbold

lier averti recherche habituellement le rapport «gagnant-gagnant» tant pour l'acquéreur que pour le vendeur. Si je décèle quelques problèmes d'ordre financier chez mon client, je le dissuade d'acheter. C'est dans cet état d'esprit que toute vente devrait être réalisée, à savoir de façon responsable et selon les règles morales qui s'imposent», précise encore Ueli Wintsch.

Tout conseil de qualité a son prix. Un agent immobilier averti travaille sur la base d'honoraires fixés en fonction du résultat: en principe il n'est rémunéré que lorsqu'il a réellement vendu un objet. Il perçoit ainsi un pourcentage déterminé sur le prix de vente définitif. La préparation des annonces, la publication sur Internet, la réalisation de brochures de vente, la visite des immeubles, l'élaboration du contrat de vente chez un notaire sont comprises dans le montant de cette commission. En investissant dans un agent immobilier compétent, impartial, spécialiste de la vente, vous avez tout à y gagner. Ueli Wintsch en est persuadé: «Nous déclarons souvent être capables de vendre l'objet à un prix plus attractif que ne pourrait le faire son propriétaire, prix duquel dépendent nos honoraires.» Quiconque, dès lors, fait appel aux services d'un agent immobilier, est pratiquement certain de pouvoir signer le contrat sans mauvaises surprises.

PREMIER PAS DE LA BANQUE

Mais que pensent donc les banques à ce propos? Les agents immobiliers n'empiètent-ils pas sur un domaine qui leur est réservé? «Non, car ils remplissent la fonction d'intermédiaire, garantissant ainsi un marché transparent et liquide», explique Titus Lenz, responsable des produits de bilan auprès de l'Union Suisse des Banques Raiffeisen. Ils jouent un rôle important dans les domaines spécialisés ou en cas de situation incertaine du marché même à l'époque d'Internet. En principe, les Banques Raiffeisen ne recommandent pas à leurs clients de recourir à un agent immobilier. «Cependant, il nous arrive d'établir la première prise de contact avec nos clients.», dit encore Titus Lenz.

Vous trouverez, outre les spécialistes, d'intéressants portails sur Internet concernant la vente et l'achat de biens immobiliers. En voici quelques exemples: www.immoscout24.ch, www.immostreet.ch, www.immoclick.ch, www.homegate.ch, www.remax.ch. Ils vous permettront d'avoir une vue d'ensemble du marché et vous inciteront à rêver. N'hésitez pas à demander conseil à votre Banque Raiffeisen ou à un agent immobilier! ■ **PIUS SCHÄRLI**

Entretien avec Ueli Wintsch, agent immobilier et architecte à Winterthour

«Panorama»: Les agents immobiliers ne jouissent pas toujours d'une bonne réputation, pourquoi?

Ueli Wintsch: Je ne peux malheureusement que confirmer votre affirmation. Les agents immobiliers se situent en effet au bas de l'échelle de popularité. Un collègue de la région du lac de Zurich m'expliquait que les agents immobiliers avaient perdu leur notoriété durant les bonnes années, car ayant vendu des maisons sans trop d'efforts et sans connaissances spéciales dans le domaine, comme l'on vend à la chaîne de la marchandise à bas prix. Ils ont, par la même occasion, encaissé beaucoup d'argent et conduisent aujourd'hui des voitures coûteuses! Notre entreprise regrette amèrement cette situation. Nous constatons trop souvent que la responsabilité des agents immobiliers n'est pas appréciée à sa juste valeur. Par conséquent, il nous tient à cœur de redorer leur blason et nous pensons que seules de très bonnes connaissances de la profession sans cesse élargies par le suivi d'une formation continue, de la sincérité et de la loyauté permettront d'améliorer la situation actuelle.

D'où l'intérêt de trouver un bon agent immobilier. Mais comment Monsieur Tout-le-monde le reconnaîtra-t-il?

Un agent immobilier avisé connaît le marché local. Il est spécialisé dans le domaine de la construction ou est architecte, et possède un certain flair pour classer et évaluer la valeur d'une maison ou d'un terrain. C'est à cette seule condition qu'il pourra exercer son métier de façon judicieuse et gagner ainsi la confiance de ses clients. Les honoraires d'un agent immobilier avisé sont fixés en fonction du résultat, c'est-à-dire qu'il ne les percevra qu'après avoir effectivement vendu l'objet; il est sincère et veille à ce que l'acquéreur et le vendeur sortent tous les deux gagnants de ce marché. Un agent immobilier avisé prend en considération l'objet et établit un dossier détaillé à ce sujet. Il doit posséder les qualités d'un vendeur. Il doit être conscient des enjeux financiers en cause lors de la vente ou de l'achat d'une maison ou d'un terrain.

L'agent immobilier ne se trouve-t-il pas dans une zone conflictuelle entre tous les milieux intéressés (spécialiste en construction, architecte, expert, acheteur, vendeur, banque, etc.)?

Il est absolument nécessaire de connaître tous ces domaines si je veux pouvoir travailler de manière compétente et durable et prendre au sérieux, d'une part le métier d'agent immobilier et d'autre part, l'acquéreur et le vendeur. Tout comme le vendeur d'ordinateurs, de voitures ou de chaussures est supposé connaître son produit, l'agent immobilier doit démontrer un minimum de connaissances sur l'immobilier, la tarification, le potentiel d'une maison familiale, d'un immeuble locatif ou d'un terrain, sans oublier qu'il s'agit souvent d'affaires impliquant des milliers de francs ainsi que sa propre survie.

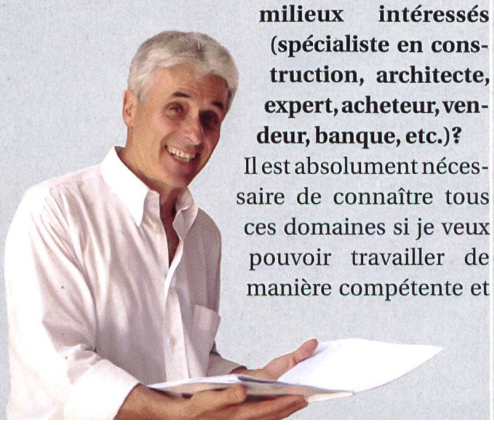


Photo: Ldd

Dans quel cas la présence d'un agent immobilier s'avère inutile?

J'ai un bon exemple à ce propos. Monsieur Widmer souhaitait vendre la maison familiale qu'il possédait. Il connaissait l'intérêt de l'un de ses locataires. La situation était donc claire car le prix de vente était déterminé par l'estimation et connu de l'acheteur potentiel. Le surplus de terrain ne permettait pas d'envisager de futures constructions. Il n'existait pas non plus de possibilités d'agrandir ou de surélever la maison. Quant à un changement d'affection, par exemple, en propriété par étage, il n'avait pas lieu d'être. En résumé, il NE restait PLUS à Monsieur Widmer qu'à vendre la maison. Il est aussi important de préciser qu'il exerce la profession de formateur (dans le domaine de la vente).

Interview: Pius Schärli

HANS ERNI

Tableau en verre «Le Jeu de neuf chevaux» dans un format spécifique de 95 x 45 cm

Tirage limité pour le monde entier:
990 exemplaires seulement

Bon de commande exclusif
Date limite: 7 novembre 2005

47690

Oui, je voudrais réserver l'un des quelques exemplaires du tableau en verre «Le Jeu de neuf chevaux» d'Hans Erni

☐ Je réglerai le montant selon votre facture

☐ Je réglerai le montant en 5 mensualités

Garantie de reprise de 365 jours

À compléter en caractères d'imprimerie

Nom/Prénom

Nº/Rue

CP/Localité

Téléphone Signature

A retourner à:
The Bradford Group • Jöchlerweg 2 • 6340 Baar
Tél. 041 768 59 59 • Fax 041 768 59 90
e-mail: kundendienst@bradford.ch • Internet: www.bradford.ch

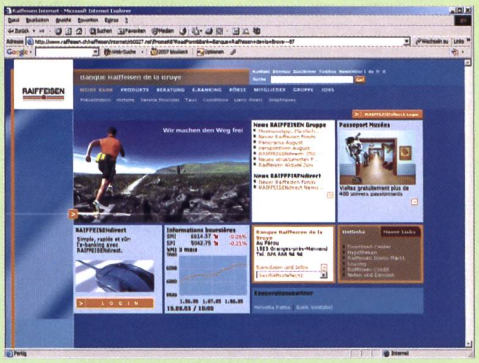
Ce tableau en verre époustouflant est une œuvre de Hans Erni créée en exclusivité pour Bradford Exchange. Le cadre de qualité, qui en fait partie, souligne l'harmonie de cette composition exceptionnelle d'Hans Erni. En raison du tirage strictement limité pour le monde entier à 990 exemplaires seulement, individuellement numérotés à la main, vous allez acquérir un objet unique, qui représente une valeur durable. Etonnez-vous et étonnez vos amis avec ce chef-d'œuvre d'une exécution parfaite.
Prix d'émission: Fr. 795.--
ou 5 mensualités de Fr. 159.-- chacune
(+ Fr. 14.90 Expédition et Service)

The Bradford Group • Jöchlerweg 2 • 6340 Baar
Tél. 041 768 59 59 • Fax 041 768 59 90 • e-mail: kundendienst@bradford.ch • Internet: www.bradford.ch

Bienvenue à votre Banque via Internet!

Internet occupe chaque jour un rôle croissant que ce soit dans les foyers ou sur le lieu de travail. Ce qui était, il y a encore peu de temps, considéré comme un luxe superflu ou une futilité est devenu aujourd'hui un facteur de succès déterminant et représente donc une partie non négligeable de la stratégie d'une entreprise. Pour preuve: plus de 70% des Suisses possèdent un voire plusieurs ordinateurs à la maison, la plupart étant connectés à Internet. Des chiffres largement supérieurs aux 50% de la moyenne européenne, où seuls les Suédois (avec 82%) et les Danois (76%) nous devancent dans ce domaine.

Une évolution que le groupe Raiffeisen n'a pu ignorer. Sous l'adresse www.raiffeisen.ch ou www.raiffeisen.ch/nom de la banque, vous pouvez en tant que client Raiffeisen accéder à des informations utiles et découvrir votre banque principale. Volontiers consulté par les internautes, le site Raiffeisen reçoit en moyenne 45000 visites par jour, d'une durée de près de quatre minutes. Le Call Center connaît lui aussi un franc succès auprès des clients RAIFFEISENdirect. Le centre reçoit jusqu'à 260 appels par jour. 403 des 420 Banques Raiffeisen disposent de leur propre site. Les heures d'ouverture, mais également l'adresse d'autres agences et bancomats y sont indiqués. Sur les pages d'accueil, on trouve également des informations sur les collaborateurs, l'histoire de la Banque, des rapports de gestion, des communications destinées à la clientèle et bien entendu la gamme complète de produits. *(psi)*



Raiffeisen, une marque qui incarne la Suisse

Les représentants de Raiffeisen lors de la remise des prix: Pierin Vincenz, CEO, (à gauche) et Franz Würth (à droite), responsable des Relations publiques, en compagnie de Christian Pflugshaupt, directeur de Spirig Pharma AG.

Raiffeisen cultive clairement les valeurs helvétiques et incarne durablement l'image de notre pays avec des visions et des valeurs. Ce que confirme la nomination de Raiffeisen au prix des marques d'excellence suisses: le Brand Excellence Swiss Trophy (B.E.S.T), décerné sous le patronage de l'ancien conseiller fédéral Adolf Ogi.

Le Trophée suisse des marques d'excellence récompense des marques suisses qui véhiculent une image positive de notre pays. Il s'agit de marques réputées qui incarnent la Suisse. Un jury composé de personnalités en vue du monde de la politique et de l'économie (Franz Steinegger, Thomas Held, Christian Belz entre autres) choisit les lauréats parmi les propositions faites par le comité de sélection, et désigne les nominés dans les quatre catégories Reputation, Evolution, Innovation et Behaviour. Raiffeisen s'est présentée dans la dernière catégorie créée cette année et a été nominée aux côtés de la Garde Aérienne Suisse de Sauvetage REGA et de la marque de vêtements de sport Alprausch. Une reconnaissance commentée en ces termes par le magazine économique CASH: «En tant que banque à échelle humaine, Raiffeisen incarne la compétence en matière d'opérations financières alliée à des valeurs suisses fortement ancrées.» *(psi)*

Rendements attrayants à moindre risque

L'importante correction des années 2001 à 2003 sur les marchés mondiaux des actions a également affecté les fonds de placement. Les fortes moins-values et l'évolution latérale des marchés ont modifié les besoins des clients. Peu pris en compte dans les années 90, le risque de perte est désormais connu de la plupart des investisseurs, qui en ont déjà fait les frais à leurs dépens. En effet, on attachera davantage d'importance aux pertes qu'aux gains. Fort de ce constat, le secteur des fonds cherche actuellement à réagir et à lancer sur le marché de nouveaux produits.

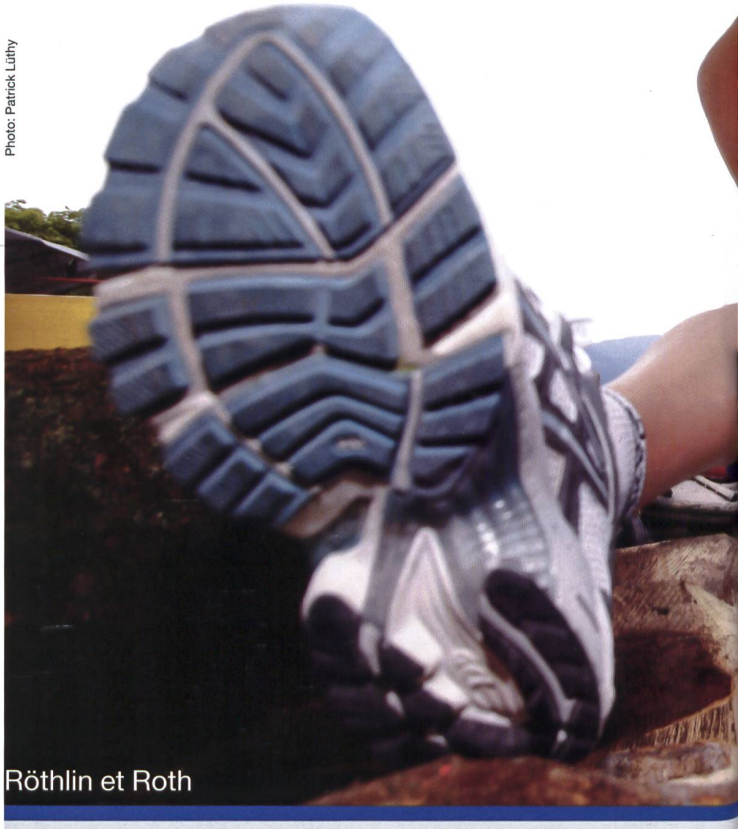
Dans ce contexte, la diversification est le maître mot. Sur la base de données historiques, on peut évaluer le lien entre différentes catégories de placement, pays, secteurs voire différents titres. Plus les rendements divergent, plus le risque diminue, on parle dans ce cas de faible corrélation. De la sorte, il est possible de réduire le risque global du portefeuille et de réaliser un rendement positif attrayant.

Le nouveau Raiffeisen Fund of Funds Multi Asset Class, lancé début septembre, exploite précisément cet aspect. Contrairement à un fonds de placement classique, il n'investit pas exclusivement en actions, en obligations et en titres du marché monétaire. Il inclut également des placements immobiliers, des matières premières et des fonds de hedge funds. Le fonds est conçu de manière à permettre au client de bénéficier du potentiel de rendement offert par ces catégories de placement supplémentaires. Il vise à préserver votre capital même en période de morosité du marché, étant donné que le portefeuille combine des catégories de placement peu dépendantes les unes des autres. N'hésitez pas à demander conseil à votre Banque Raiffeisen!

Daniel Funk, Vontobel Asset Management SA

A CHACUN SA COURSE

Photo: Patrick Lüthy



Röthlin et Roth

Deux coureurs très différents s'apprêtent à prendre le départ de la 7e édition de la course du Aegerisee. Leur objectif est pourtant identique: franchir en bon état la ligne d'arrivée à Oberägeri et parcourir aussi vite que possible les 14,5 kilomètres de l'épreuve. Nous avons recueilli les impressions du recordman du marathon Viktor Röthlin (30 ans) et du coureur amateur Peter Roth (59 ans) juste avant le départ. Roth et Röthlin entretiennent une relation spéciale avec Raiffeisen: Röthlin avant son départ à la retraite. Il savait si bien nous conter les grands événements de l'histoire qu'on avait l'impression d'être au beau milieu des combats. Quand je pense à la bataille de Morgarten, je ne peux m'empêcher de sourire en l'imaginant avec une hallebarde et un fléau d'armes!

Juste avant le début de la course, je suis heureux qu'il se passe enfin quelque chose. Je me demande si j'ai bien tout, si mes chaussures sont correctement attachées ou encore si le chronomètre est bien réglé. Je vérifie chaque détail, tel un pilote avant le départ. Il n'y a rien de pire qu'un lacet qui se défait au bout de 500 mètres. Par chance, cela ne m'est jamais arrivé. Plus la compétition est importante, plus la tension est forte. Heureusement, elle s'envole après le départ.

Cette année, j'ai parcouru près de 4600 kilomètres et c'est ma cinquième course. La semaine prochaine, je commence une préparation de 15 jours en vue du marathon de New York. Outre plusieurs autres entraînements, je cours sur une période de trois semaines 30, 35 puis 38 kilomètres. La semaine suivante est consacrée au repos. J'ai ainsi pris quelques jours pour souffler avant la course du Aegerisee. Je devrais donc être en forme! De toute façon, j'aborde chaque compétition avec le même esprit. Par respect pour le public, les autres coureurs, mais aussi pour moi-même. Cette course sera un test important.

Lors de ma première participation en 2002, j'étais en excellente condition physique, car la course précédait de peu les championnats d'Europe de marathon à Munich. Il m'est donc difficile d'établir des pronostics. Je serais satisfait de pouvoir m'approcher de mon record personnel. On verra si je franchis avec plus ou moins de bonheur la ligne d'arrivée. Ma tactique n'est pas axée sur mes concurrents. J'essaie de suivre des cadences différentes: les 5 premiers kilomètres, je cours dans un état de bien-être et profite encore du paysage; jusqu'au dixième kilomètre, je progresse à un rythme soutenu tout en restant dans mes limites et c'est lors des derniers 4,5 kilomètres que tout se joue.

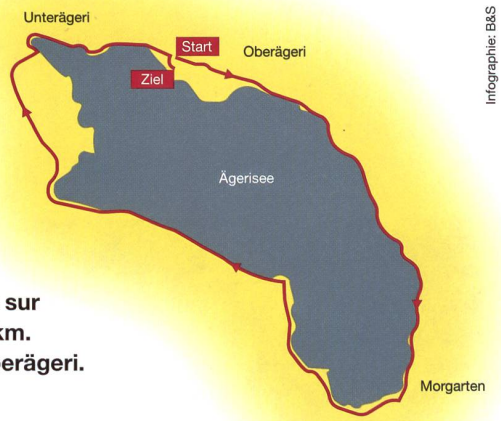
Ma première participation ici remonte à trois ans et je suis tout de suite tombé amoureux de la région. Depuis, je viens régulièrement m'entraîner ici. Les suites de la course m'ont laissé un moins bon souvenir. Sur le chemin du retour, j'ai été surpris par un radar. Le montant de l'amende a largement dépassé celui du prix de la course, et mon permis de conduire m'a été provisoirement retiré, pour la première et dernière fois de ma vie je l'espère.

Lorsque je passe devant le monument de Morgarten, je revois Hans Andermatt, mon professeur de cinquième. C'était une vraie légende. Mon père l'avait déjà eu comme instituteur. Et j'ai été son dernier élève

Qu'est-ce qui différencie une course à pied de 14,5 kilomètres comme celle-ci d'un marathon? En fait, la première ne demande pas un entraînement intense. Par contre, un marathon requiert une préparation spécifique. Pour moi, en tant qu'athlète, il est intéressant de constater que je franchis en général la ligne d'arrivée d'une course populaire sans avoir connu de véritable crise, même si je suis au bout du rouleau. Lors d'un marathon, il y a des moments où l'on se remet en question, où l'on se demande à quoi cela rime et où l'esprit dit non. J'espère ne pas connaître aujourd'hui de tels moments de doute.

Viktor Röthlin, interviewé par Pius Schärli

bénéficie du soutien de Raiffeisen en tant que sponsor principal, et Roth travaille au siège du Groupe à St-Gall dans le domaine de la gestion de la qualité. Viktor Röthlin a parcouru la distance avec un temps record de 41:29,3 tandis que Peter Roth, malgré de violentes douleurs au genou, terminait la course avec un chrono respectable de 1:00:34,2. Sans ce handicap, Peter Roth aurait pu courir la distance en moins de 57 minutes. *(psi)*



Infographie: B&S

La course longe le lac sur une distance de 14,5 km. Départ et arrivée à Oberägeri.

Au départ d'une course à pied ou d'un marathon, ce sont presque toujours les mêmes questions qui me traversent l'esprit: dois-je aborder la course avec retenue ou tout donner dès le début? Quels sont les concurrents de la même tranche d'âge que moi? Dois-je aller aux toilettes ou pourrais-je tenir jusqu'au bout? J'essaie aussi autant que possible de visualiser le parcours et ses principales difficultés afin de doser au mieux mon effort. Je cours ainsi avec plus de facilité et sans me crisper.

C'est ma quatrième course de l'année et j'ai déjà 2000 km dans les jambes. Je suis ici en terrain relativement inconnu et la course du Aegerisee est une bonne occasion de tester ma forme physique. En outre, Raiffeisen est le principal sponsor de la manifestation. En tant qu'organisateur de l'événement in-line one eleven à St-Gall (où Raiffeisen est aussi sponsor principal), je pourrais peut-être tirer quelques enseignements!

Je me suis préparé normalement pour cette course: quatre à six entraînements par semaine avec quelques séances plus intenses. Avant le départ, je me fixe comme objectif de parcourir un kilomètre en moins de quatre minutes, ce qui devrait être difficile! Ma femme tient aussi le pari: si mon temps est inférieur à 58:20, elle m'offre un restaurant, sinon c'est moi qui invite!

Ma tactique est de partir dans le peloton de tête pour me détacher plus facilement des autres. Mais je ne dois pas m'imposer un rythme trop rapide. Je cours trois à cinq épreuves comme celle-ci par an. Tout dépend du nombre de marathons que j'ai au programme. J'aime bien m'aligner au départ d'autres courses (comme ici à Aegerisee) et je n'ai pas d'épreuve de prédilection, à part peut-être le Grand-Prix de Berne ou les marathons de Berlin ou de Vienne, où je suis arrivé vainqueur dans la catégorie M55 avec un temps de 3:12:38.

A quoi je pense devant le monument de Morgarten? Que diraient ces vaillants guerriers s'ils nous voyaient? Avaient-ils l'occasion de se livrer à de telles compétitions ou bien seul l'art de la guerre occupait-il leurs esprits?

Pour un marathon, nous nous entraînons sur une période de dix semaines. La préparation pour de longues distances est bien entendu beaucoup plus intense. Dans une course comme celle d'aujourd'hui, je franchis déjà la ligne d'arrivée, alors que lors d'un marathon, mes jambes commenceraient à peine à me faire souffrir! Il est clair aussi que l'on aborde une telle course de manière très différente. Dès le départ, la cadence est plus rapide et l'on court avec une fréquence cardiaque plus élevée: à l'arrivée, je suis vraiment à bout de forces! Mais cela dure moins longtemps que pour un marathon. Et ça, c'est appréciable!

Peter Roth, interviewé par Pius Schärli

La coopérative, forme d'entreprise désuète et poussiéreuse? En aucun cas! Chaque année, des milliers de Suisses décident de devenir sociétaires d'une Banque Raiffeisen. Le choix est pourtant vaste entre les établissements financiers, qui s'efforcent tous de se distinguer les uns des autres.

DE L'INTÉRÊT D'ÊTRE SOCIÉTAIRE

«Raiffeisen doit rester différente»

Je suis sociétaire de la Banque Raiffeisen Mischabel-Matterhorn depuis sept ans. C'est à l'époque le conseil compétent et expert du directeur Josef Fux qui m'avait décidé. Je me sentais totalement accepté comme «nouveau» sociétaire de la Banque Raiffeisen. Ce que j'apprécie le plus chez Raiffeisen, c'est la proximité avec la clientèle, le fait que mes problèmes et soucis soient pris au sérieux et fassent l'objet de propositions de solutions.

A mes yeux, les Banques Raiffeisen sont différentes parce que, dans les petites zones résidentielles, le client en connaît les collaborateurs et le directeur. Je m'y sens quelqu'un, plutôt qu'un simple «numéro». Il est important pour moi de n'être pas que client, mais aussi sociétaire et donc copropriétaire de la banque. Cela suppose une certaine responsabilité, et il est aujourd'hui capital que les jeunes réapprennent à prendre des responsabilités.

A ce jour, je n'ai jamais pu participer à l'assemblée générale. Mais je connais parfaitement les avantages non financiers des sociétaires, comme par exemple l'entretien d'un réseau de relations personnelles, la proximité avec la clientèle, le contact avec mon «banquier» personnel. En outre, ma banque Raiffeisen réinvestit dans la région l'argent qu'elle y gagne, et elle favorise le maintien des emplois dans les régions périphériques. Si j'avais un souhait à l'égard de la Banque Raiffeisen, ce serait qu'elle reste différente des autres banques à l'avenir.

Jean-Paul Brigger, St-Nicolas

Photo: Archives Keystone

Jean-Paul Brigger à l'occasion de sa présentation comme responsable sportif du Grashopper Zurich en décembre 2003.

Jean-Paul Brigger (48 ans) est un ancien international de football (33 sélections). Ce Valaisan, qui jouait avant-centre, a remporté deux fois le championnat suisse avec Servette et Sion, ainsi que cinq fois la Coupe de Suisse. Aujourd'hui, après avoir été élu «Entraîneur suisse de l'année en 1995», il officie au sein de la Fédération internationale de football (FIFA) dans la commission Développement du jeu, où ses fonctions lui valent de fréquents séjours à l'étranger.

Les 100 ans d'activité Raiffeisen en Gruyère ont été l'occasion pour la BR du Moléson d'organiser une assemblée générale festive qui a réuni plus de mille personnes à Bulle.

Raiffeisen offre cependant quelque chose de spécial. Depuis la création de sa première banque en 1899, le groupe Raiffeisen est organisé en coopérative, ce qui le rend unique sur le marché suisse. Le statut de sociétaire permet à ses clients de devenir copropriétaires de leur Banque Raiffeisen. Chaque établissement constitue une entreprise autonome, réinvestissant dans sa région de l'argent provenant de cette même région. Son autonomie et son enracinement local lui permet de connaître la situation économique et personnelle des habitants de la circonscription. Il est beaucoup demandé aux sociétaires, qui ont des droits très variés à faire valoir. Conformément à la nature de la coopérative, ces droits dépassent les seuls avantages financiers en matière de frais ou de taux d'intérêt.

LA BANQUE DES SOCIÉTAIRES

Etre sociétaire Raiffeisen ne signifie pas seulement bénéficier d'avantages financiers. Chaque sociétaire souscrit une part sociale de sa Banque Raiffeisen, dont il devient ainsi copropriétaire. La somme de toutes les parts sociales constitue une grande partie du capital propre de la banque. Ainsi, chaque sociétaire détient une partie de sa Banque Raiffeisen. Une part sociale n'est pas comparable à une action, puisqu'elle conserve la valeur nominale de l'apport et n'est pas transmissible.

Il est ainsi garanti que la Banque Raiffeisen reste la propriété des sociétaires de sa circonscription. Par ailleurs, chaque sociétaire reçoit tous les ans une part des bénéfices qui s'élève à quelque 5–6%, soit nettement au-dessus du niveau des taux du marché. Un placement sûr, dont le remboursement intégral de la valeur nominale est garanti et qui offre en outre une rémunération attrayante par le biais de la distribution des bénéfices. De plus, tous les sociétaires disposent d'une voix de même valeur, quel que soit le nombre de parts sociales qu'ils détiennent.

STATUT PORTEUR D'AVANTAGES...

Les avantages des sociétaires ont évolué ces dernières années, pour constituer aujourd'hui un forfait complet et intéressant. Raiffeisen accordant une grande importance à la qualité, tous les avantages font l'objet d'une sélection exclusive et d'une application à long terme. Des sondages ont établi qu'environ un tiers des sociétaires considéraient à juste titre l'organisation en coopérative comme le principal avantage de leur statut. Ce qui ne les empêche pas d'apprécier également la proximité avec la clientèle, les avantages financiers et les offres spéciales à l'intention des sociétaires.

L'assemblée générale annuelle constitue un moment important pour beaucoup de sociétaires. Ceux-ci y obtiennent un aperçu direct des résultats de la banque, y approuvent le rapport annuel, y prennent des décisions et y élisent le conseil d'administration et le conseil de surveillance, issus du cercle régional des sociétaires. Il ne s'agit pourtant pas là que de réflexions: on y rencontre également des personnes du même environnement local, avec qui on passe une soirée agréable au programme attrayant.

...MAIS AUSSI D'OBLIGATIONS

Pour Raiffeisen, le statut de sociétaire n'est pas un simple programme de collection de points ou d'offres spéciales à l'intention de la clientèle. Car la banque comme les sociétaires bénéficient de droits, mais ont également des obligations, ce qui garantit entre l'établissement et ses membres une relation reposant sur la réciprocité. Les banques Raiffeisen s'engagent à promouvoir les intérêts économiques de

Sei Sogni – Six Vins merveilleux de l'Italie

Un lot de dégustation à un prix exceptionnel, composé de six vins de production biologique avec des étiquettes réalisées par Regula Büsser, dans un carton créé par la même artiste.

Prix spécial Fr. 50.—

Il Sogno Bianco
Inzolia, IGT Sicilia
2004 – 7,5 dl – Fr. 10.—

Il Sogno Rosato
IGT Terre di Chieti
2004 – 7,5 dl – Fr. 10.—

Primo Sogno
Sangiovese, IGT Marche
2003 – 7,5 dl – Fr. 10.—

Secondo Sogno
Montepulciano d'Abruzzo DOC
2003 – 7,5 dl – Fr. 10.—

Terzo Sogno
Nero d'Avola, IGT Sicilia
2004 – 7,5 dl – Fr. 10.—

Ultimo Sogno
Primitivo, IGT Salento
2003 – 7,5 dl – Fr. 10.—

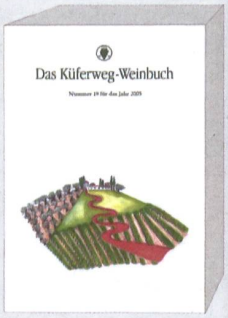
Carlo Volpi, le propriétaire des »Cantine Volpi«, de Tortona, rêvait de compléter son offre avec une série de vins bio. Il a trouvé son bonheur dans les Marches, les Abruzzes et en Sicile.

Il a garanti aux groupes de vignerons locaux de leur acheter leur vin de culture biologique contrôlée et, avec son équipe, a accompagné la naissance du vin, de la vendange à la vinification. Ainsi sont nés six vins bio qui enthousiasment immédiatement par leur spécificité et la pureté de leur ton.

Contrôle Bio: ICEA

Gratuit

Nous vous ferons volontiers parvenir le **Küferweg-Weinbuch** (disponible en allemand uniquement). Sur 304 pages richement illustrées, il présente des informations utiles et divertissantes sur nos vins, leurs producteurs ainsi que sur la culture biologique.



Assortiment de dégustation »Sei Sogni«

Nous vous offrons une bouteille de chaque des six vins dans un carton créé par Regula Büsser au prix spécial de Fr. 50.— plus port Fr. 14.—

www.kueferweg.ch

☐ Veuillez m'envoyer votre assortiment de dégustation **»Sei Sogni«**

☐ Veuillez m'envoyer gratuitement le **Küferweg-Weinbuch**

Nom

Rue

NPA, localité

PANO F

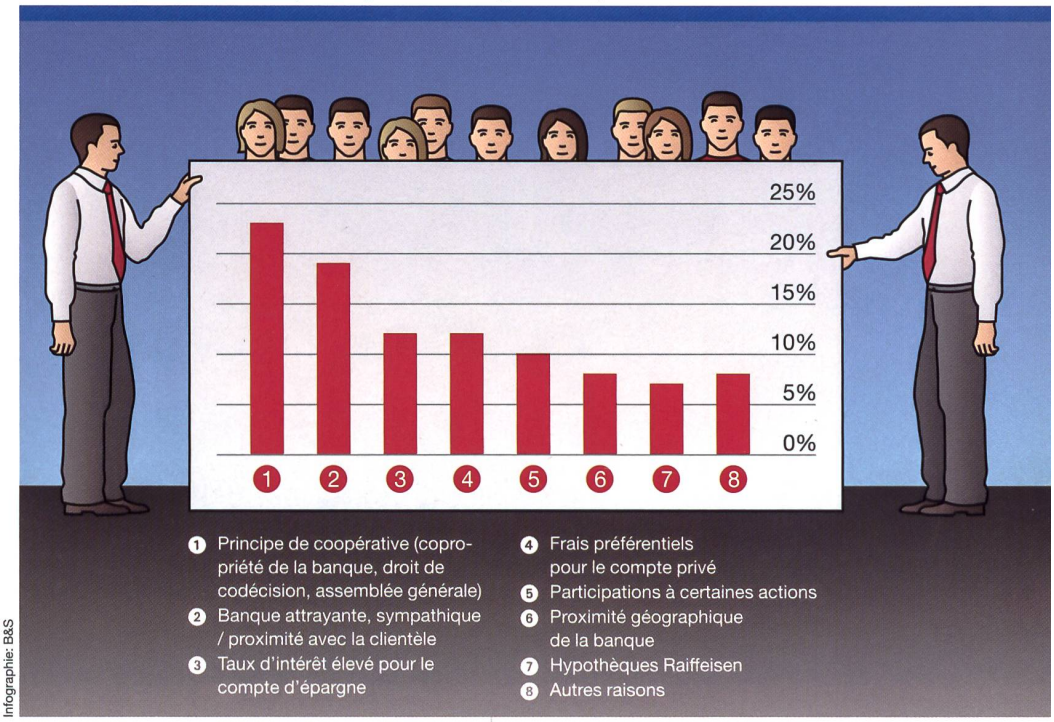
Weinhandlung am Küferweg

Küferweg 3 – 8912 Obfelden – Tel. 043 322 6000 – Fax 043 322 6001

leurs sociétaires, ce qu'elles font par le biais des avantages évoqués précédemment. De leur côté, les sociétaires s'engagent à souscrire une part sociale, à défendre les intérêts de la banque et à assumer une obligation limitée d'effectuer des versements supplémentaires. Ce dernier point implique qu'en cas de faillite d'une banque Raiffeisen, chacun de ses sociétaires engage son patrimoine personnel à hauteur de 8000 CHF maximum.

Afin d'éviter cette situation, Raiffeisen recourt à un système de sécurité à quatre niveaux: le premier correspond aux fonds propres de chaque Banque Raiffeisen. A ce sujet, celles-ci disposent d'une situation confortable puisqu'elles possèdent généralement beaucoup plus de fonds propres que ne le requiert la loi. Ensuite vient le fonds de solidarité de toutes les Banques Raiffeisen, auquel chaque établissement contribue, et qui affiche actuellement un montant de plus de 200 millions de francs. Au troisième niveau, l'Union Suisse des Banques Raiffeisen garantit les engagements à l'égard des Banques Raiffeisen. Enfin intervient en dernier recours l'obligation pour les sociétaires d'effectuer des versements supplémentaires. Depuis la création des premières Banques Raiffeisen, il y a plus d'un siècle, cette obligation n'a encore jamais dû être mise en œuvre, et le groupe Raiffeisen fait tout pour que ce ne soit jamais le cas.

Quel est pour vous le principal avantage? – réponse des sociétaires



Infographie: B&S

53% des sociétaires Raiffeisen possèdent ce statut depuis plus de 10 ans déjà. Nous considérons cette confiance à long terme comme un signe de satisfaction. A la fois copropriétaires, clients fidèles et groupe cible des produits de la banque qui leur sont spécialement destinés, les sociétaires occupent une position particulière. Ils peuvent donc être certains qu'ils continueront à bénéficier d'avantages spécifiques. L'organisation en coopérative a contribué au succès de Raiffeisen, dont elle restera à l'avenir le signe distinctif. ■ **TANJA WEISZ**

Entretien avec Tanja Weisz, conseillère Conception de la marque à l'Union Suisse des Banques Raiffeisen

«Panorama»: Les avantages des sociétaires Raiffeisen ne sont pas que financiers. Quels autres attraits ce statut offre-t-il?

Tanja Weisz: Lors de l'assemblée générale, les sociétaires reçoivent des informations sur la banque, élisent le conseil d'administration et le conseil de surveillance, et votent des décisions fondamentales de leur banque. C'est précisément là que s'exprime l'importance accordée à la dimension personnelle. En outre, le statut de sociétaire comporte également des avantages liés au thème «Expériences Suisse», par exemple des offres spéciales régulières à l'intention des membres, comme par le passé avec le tarif préférentiel pour le Jungfraujoch, pour Expo.02 ou encore pour le Cervin. Il en va de même pour le «Passeport musées» lié à une carte Maestro ou de crédit, et offrant l'entrée libre dans plus de 400 musées et expositions.

Photo: Ldd

Et quels sont les avantages préférés des sociétaires?

Les Banques Raiffeisen et leurs sociétaires sont souvent unis par une relation forte. Les membres considèrent leurs banques comme des établissements compétents, sympathiques, qui se caractérisent par une grande proximité avec la clientèle. Naturellement, les avantages financiers jouent un rôle à cet égard, mais de nombreux sociétaires soutiennent sciemment le principe coopératif. Ils apprécient le droit de codécision qu'implique la voix unique par membre, et qui est plus marqué que dans les sociétés anonymes. Nos offres spéciales à leur intention suscitent également un très grand intérêt, comme le montrent les taux de participation et les commentaires positifs.

Les sociétaires connaissent-ils vraiment leurs avantages?

Plus de 80% d'entre eux peuvent en citer un ou plusieurs spontanément. Et on constate avec plaisir que cela ne se limite pas aux avantages financiers, mais que les atouts de la coopérative, pas toujours évidents de l'extérieur, sont également cités.

Projetons-nous dans l'avenir: à quoi ressemblera le statut de sociétaire dans dix ans?

Bien sûr, Raiffeisen conservera son organisation en coopérative. Nous allons développer les avantages aux sociétaires là où ils sont les plus judicieux. Ce seront toujours des avantages de qualité, concernant soit les prestations de la banque, soit les «Expériences Suisse». Les avantages de l'organisation en coopérative resteront les mêmes.

Interview: Pius Schärli

haleine fraîche

- ✓ aux herbes fraîches
- ✓ prévient les inflammations
- ✓ gencives saines
- ✓ pour une haleine fraîche
- ✓ goût frais
- ✓ bon pour l'enrouement
- ✓ depuis 100 ans
- ✓ très efficace contre les aphtes
- ✓ rechargeable

Produit Suisse, en vente dans les drogueries et pharmacies

Une nouvelle opportunité

Prema Twin Cashpro

Système de réception et de distribution de billets en circulation interne

- Réduction de la quantité d'argent comptant par un recyclage
- Accepte 24 sortes de billets au maximum
- Les billets accceptés sont stockés sur 6 ou 8 rouleaux
- Appareil «Hightech» à dimension réduite avec toutes les options
- Opération hors ligne ou en ligne par Dialba

prema
Le spécialiste de la monétique

PREMA GmbH
Tychbodenstrasse 9
CH-4665 Oftringen

Téléphone 062 797 59 59
Télécopie 062 797 62 00

Il y a des cuisines et la cuisine en acier de Forster – si facile de faire la différence.

La cuisine en acier de Forster. Pour plus d'informations adressez-vous au numéro de téléphone 0800 447 414, forster.kuechen@afg.ch, www.forster-kuechen.ch

Expositions de cuisines Forster: Arbon, Baar, Bâle, Berne, Genève, Lausanne, Locarno, Lucerne, Stans, Unterägeri, Winterthur, Zurich

AFG
Arbonia-Forster-Holding AG

forster

PLACE DE CHOIX POUR «PANORAMA»

Un sondage auprès des lectrices et lecteurs de «Panorama» le prouve: le magazine client est fréquemment lu et apprécié. L'enquête dévoile aussi l'orientation à suivre pour que «Panorama» réponde encore mieux aux besoins des lecteurs.

Les producteurs alimentaires ne connaissent pas leur chance! Si le goût d'un produit ne correspond pas à celui de la population suisse, les chiffres des ventes chutent de façon inéluctable ou l'objectif du chiffre d'affaires n'est pas atteint. Il est donc facile et rapide pour eux de voir si un produit est bien accueilli ou non.

Ce contexte privilégié est loin de ressembler à celui des éditeurs de magazines clients. Certes, les commentaires réguliers des lecteurs confortent les auteurs de «Panorama» dans l'idée qu'ils sont sur la bonne voie, mais des résultats détaillés et surtout actuels quant à la satisfaction du lectorat ne nous parvenaient jusqu'à présent que par bribes.

TROIS QUARTS SATISFAITS

C'est pour cette raison que l'éditeur a commandé au printemps dernier une étude complète, réalisée dans le cadre d'un travail de diplôme à l'Université de Saint-Gall. Voici le résultat très encourageant de l'enquête menée auprès des lecteurs: près des trois quarts des personnes qui reçoivent «Panorama» s'avouent satisfaites et 12% d'entre elles sont même très satisfaites (voir graphique 1). «Ce résultat est particulièrement réjouissant», déclare l'éditeur Franz Würth. «Cela prouve que ‹Panorama› intéresse nos clientes et nos clients.»

A noter ici que l'indice de satisfaction était pratiquement identique chez les personnes interrogées en Suisse alémanique, en Suisse romande et au Tessin, ce qui est très positif. Cela signifie que les lecteurs des différentes régions linguistiques se sentent touchés de la même manière par «Panorama», ce qui ne va pas forcément de soi. En effet, il ne faut pas sous-estimer le travail qui consiste à sélectionner les sujets pour chaque édition en veillant à toucher le public suisse dans son ensemble, sans perdre pour autant la proximité nécessaire avec la clientèle. >

60% de réduction pour les lecteurs PANORAMA

Primflex
Les systèmes-sommeil

- Convient également aux personnes allergiques aux micro-organismes dans la poussière
- Idéal pour l'été comme pour l'hiver
- Équilibre naturellement la température
- Sommeil sain
- Douceur tendre et câline

Attention: Prix exceptionnel!

Duvet en plumes d'oie

au lieu de Fr. 249.–
Rabais –60%
PRIX LECTEUR 99,–
Art.No. 43038

2 ans de garantie

Infos sur le produit

- Fourre: 100% coton étanche (pas de fuites de plumes)
- Contenu: 30% pure plume d'oie neuve d'Europe de l'Est. 70% fin duvet d'oie neuf d'Europe de l'Est (pas de prélèvement cruel sur des animaux vivants)
- Aspect: alignements de 5 x 7 carreaux piqués
- Poids de remplissage: 1550 g
- Dimensions: 160 x 210 cm
- 2 ans de garantie

Nous effectuons aussi le transport des matelas et sommiers à lattes (livraison gratuite à domicile). Demandez-nous donc!

Saisissez vite l'occasio

Ainsi, un duvet fourré de véritables plumes d'oie garantit tout au long de l'année un sommeil d'une agréable do cur. Naturellement, et c'est prouvé, Primflex n'utilise que la meilleure qua lité de plumes en provenance d'Europe Pendant votre sommeil, vous perdez environ un demi-litre de liquide. Si celui-ci ne peut être évacué de manièr uniforme, c'est le refroidissement et vous commencez à frissonner. Les plumes d'oie agissent contre ce désagrément. Elles absorbent l'humidité et éva cuent celle-ci très vite vers l'extérieur.

«Duvet en plumes d'oie»
160 x 210 cm Art.-No.430

«Garniture Sylvia»

Set de 2 pièc

au lieu de Fr. 98.–
Rabais –50%
PRIX LECTEUR 49,–
Art.-No. 45797

«Garniture Sylvia»
1x 160 x 210 cm et
1x 65 x 100 cm
Art.-No. 45797

2 ans garan

À commander en même temps de préférence:

Coussin en duvet

au lieu de Fr. 79.–
Rabais –51%
PRIX LECTEUR 39,–
Art.-No. 43049

«Coussin en duvet»
65 x 100 cm
Art.-No. 43049

Bulletin de commande préférentiel PANORAMA

Oui, je commande:

Nombre		Art. No.
	Duvet en plumes d'oie, 160x210 cm, à Fr. 99,–	Art.-No. 43083
	Garniture Sylvia, 160x210 cm et 65x100 cm, à Fr. 49,–	Art.-No. 45797
	Coussin en duvet, 65x100 cm, à Fr. 39,–	Art.-No. 43049

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 pour les lecteurs de PANORAMA: c/o PERSONALSHOP, casier postal, 4019 Bâle

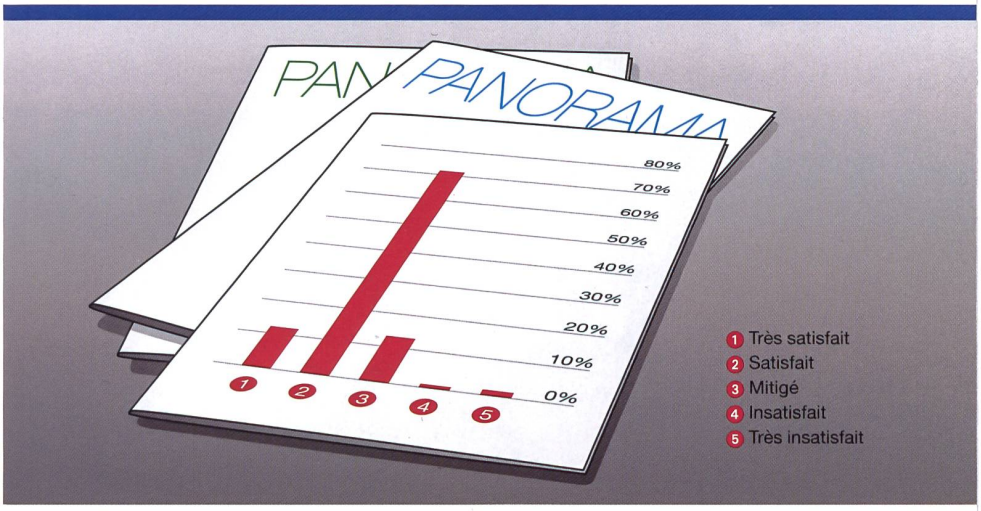
Lors d'une commande par téléphone, veuillez indiquer le code suivant: → Code No. T2

Nous sommes personnellement à votre disposition 24 heures sur 24: tél. 0848 80 77 60 ou fax 0848 80 77 90

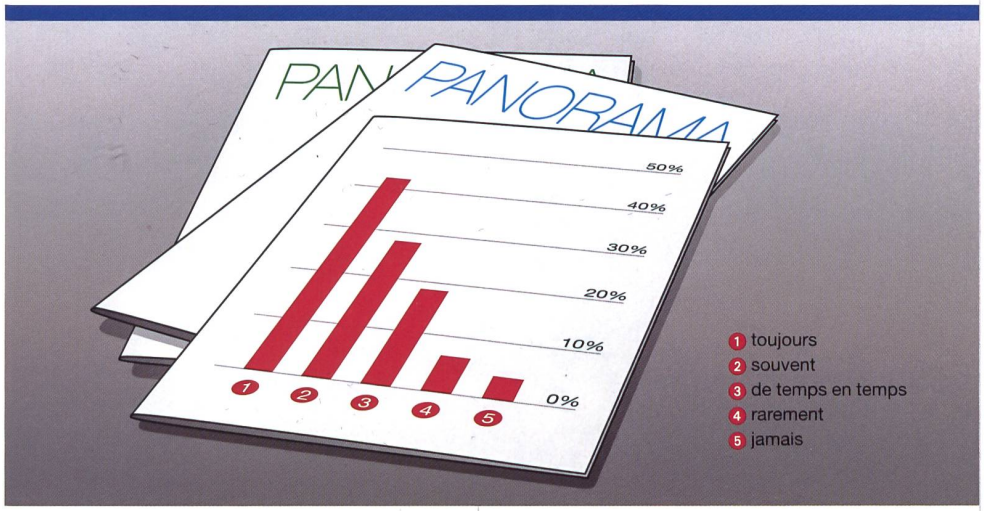
Visitez les magasins: Lautengartenstr. 23, 4052 Bâle et c/o AVUS,

www.personalshop.ch

A quel point êtes-vous satisfait du magazine client «Panorama»?



A quelle fréquence lisez-vous «Panorama»?



PLUS D'AVANTAGES

Les lecteurs réguliers de «Panorama» le savent: le magazine clients ne contient pas seulement des informations sur Raiffeisen, il regorge également d'articles sans lien direct avec la Banque. Cet éventail de sujets est apprécié: près de la moitié des sondés lisent «Panorama» car, parallèlement aux articles bancaires, ils s'intéressent aux voyages, à la société, aux loisirs ou à la santé. Toutefois, les lecteurs aimeraient manifestement lire davantage d'articles sur Raiffeisen. Les personnes interrogées souhaiteraient notamment être mieux informées sur les avantages des membres Raiffeisen.

Les réponses à la question sur la fréquence de lecture du magazine sont édifiantes. 71% lisent toujours ou fréquemment «Panorama», 25% le lisent de temps en temps ou rarement et dans 4% seulement des cas, le magazine atterrit directement dans la corbeille à papier (voir graphique 2). Si on analyse ces chiffres de plus près, il est manifeste qu'une personne sur quatre lit «Panorama» du début à la fin. Or, pour un magazine distribué gratuitement, ces chiffres sont particulièrement élevés.

Il reste toutefois à savoir pourquoi une partie de la clientèle Raiffeisen ne lit pas ou que très rarement «Panorama». Le phénomène général de surinformation est en partie responsable, ce qui n'a rien d'étonnant. «Je n'ai pas le temps» ou «Je reçois déjà trop d'informations d'entreprises» ont été les réponses les plus fréquemment cochées, tandis que celles évoquant un contenu lacunaire n'ont été que peu plébiscitées.

FIABLE ET INFORMATIF

Le lecteur type du magazine client Raiffeisen est âgé de 52 ans, vit en milieu rural et son niveau de formation est relativement élevé. Un peu plus de la moitié des lecteurs sont des hommes. Le magazine est décrit comme un magazine fiable, informatif, compréhensible, professionnel et intéressant à plusieurs égards.

Même si l'appréciation des lecteurs est largement favorable, les éditeurs de «Panorama» décèlent un potentiel d'amélioration. «Le magazine doit rester divertissant grâce à sa vaste palette de sujets et offrir parallèlement au lecteur un soutien pour les questions financières. Il faudrait encore ajouter ici et là une dose de créativité et d'audace pour atteindre nos propres objectifs», indique le rédacteur en chef Pius Schärli. Mais pas question de déroger à la règle des 48 pages et au rythme de 8 éditions par an, largement plébiscités par les lecteurs.

830 000 LECTEURS

Le nombre des tirages en croissance constante est aussi un indicateur important de la popularité de «Panorama». Il y a six ans, «Panorama» était encore tiré à 220 000 exemplaires. Si, à l'époque, nous avions empilé tous les magazines, nous aurions obtenu une tour de 450 mètres de haut. Avec un tirage à plus de 430 000 exemplaires aujourd'hui, cette pile imaginaire atteindrait presque les 900 mètres... par édition. A titre de comparaison: la tour Eiffel mesure 300,51 mètres avec une antenne de 320,8 mètres.

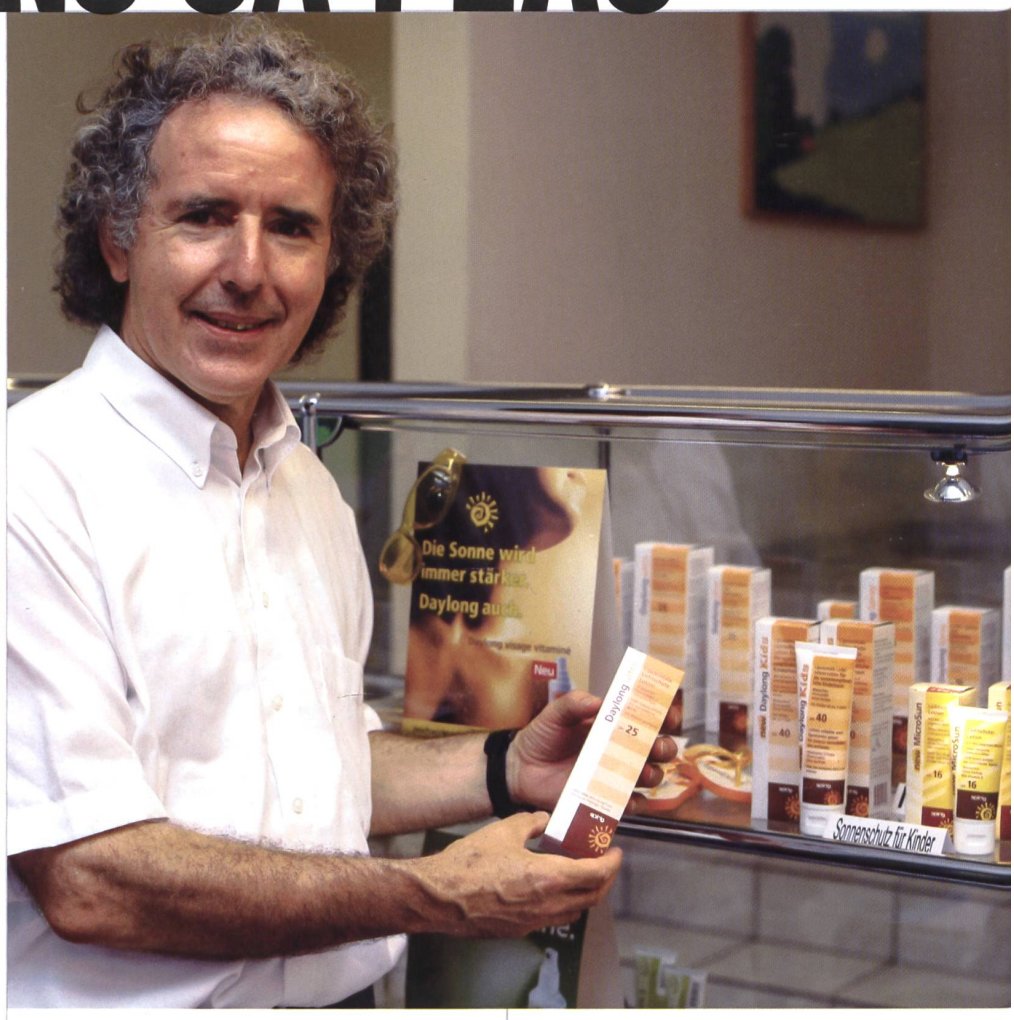
Mais cela n'est pas tout: quiconque reçoit «Panorama» par la Poste le fait lire en moyenne à une autre personne de son foyer, comme l'a révélé l'enquête auprès des lecteurs. Au total près de 830 000 personnes bénéficient du magazine client. L'ascension devrait également se poursuivre au niveau du contenu. «Les conclusions tirées du sondage vont nous permettre de mettre progressivement en place des mesures afin de répondre encore mieux aux souhaits et aux besoins de notre clientèle», promet Pius Schärli. ■ **DANIEL KNUS**

Grand sondage des lecteurs

L'enquête auprès des lecteurs a été menée au printemps dernier. Les questionnaires ont été envoyés à 1000 lectrices et lecteurs sélectionnés au hasard dans toute la Suisse. Nous tenons ici à remercier les 22% qui nous ont retourné le questionnaire de cinq pages dûment complété. Nous recevons toujours avec beaucoup d'intérêt les compliments, les critiques et les suggestions au sujet de «Panorama». Les adresses pour nous contacter figurent en page 46 dans l'impressum.

BIEN DANS SA PEAU

La société Spirig Pharma est spécialisée dans les produits dermatologiques, dont les marques Daylong et Excipial en sont les vedettes. Son patron, Christian Pflugshaupt, est également président du conseil d'administration de la Banque Raiffeisen de Hägendorf-Rickenbach.



Christian Pflugshaupt avec les produits qui ont hissé la société au rang de leader du marché.

«Nous nous consacrons à la peau et à sa santé», explique Christian Pflugsaupt, directeur de Spirig Pharma. Cette société sise à Egerkingen est spécialisée dans les produits dermatologiques. Non sans succès: la simple pharmacie fondée à Olten en 1948 s'est hissée depuis au rang de PME leader réalisant un chiffre d'affaires de 128 millions de francs et employant plus de 200 collaborateurs. La société est également représentée à l'étranger par huit filiales et partenaires, ainsi en Allemagne depuis 1990 et en Hongrie depuis l'an dernier.

Un mot suffit pour définir le secret de ce succès ininterrompu: l'innovation. La société commercialise sans arrêt de nouveaux produits de protection solaire et des spécialités dermatologiques. La crème antisolaire Daylong, par exemple, est devenue la nouvelle référence en matière de résistance à l'eau. Et la toute dernière crème de la gamme, Daylong visage vitaminé, qui retarde le processus de vieillissement de la peau grâce à la vitaminisation, illustre parfaitement cette philosophie de développement constant.

La marque a d'ailleurs récemment reçu la distinction Brand Excellence Swiss Trophy B.E.S.T. dans la catégorie «Evolution». Autre valeur vedette de l'entreprise, la crème de soin de la peau Excipial. «Ce sont des produits de qualité et fiables comme ceux-là qui ont fait de nous le leader du marché de la dermatologie en Suisse», se réjouit Christian Pflugshaupt. Si Spirig Pharma s'est taillé un nom dans le domaine dermatologique, la dermocosmétique et les génériques n'en constituent pas moins les autres piliers de son champ d'activités. «Nos compétences reposent sur un standard technologique élevé et un réseau de spécialistes internes et externes», explique le patron.

DINSTINCTIONS CONVOITÉES

Il n'est donc guère étonnant que cette entreprise soleuroise rafle régulièrement des distinctions convoitées. Ainsi en 1999, elle s'est vue décerner le prix des entreprises soleuroises et cette année, le Prix de l'Entreprise de l'Espace Mittelland. Et dans le domaine de la cos-

Photos: Patrick Lüthy

Christian Pflugshaupt est également l'heureux président de la Banque de Hägendorf-Rickenbach. Ici en compagnie du directeur Urs Spielmann.

métique, Spirig a remporté le Prix de Beauté 2005 décerné par Annabelle pour un produit de soins du visage. Pourtant, Christian Pflugshaupt est surtout fier du 6e rang occupé par son entreprise au «Cash Arbeitgeber Award» (Prix du meilleur employeur) en 2004. Ce prix, pour lequel ont concouru 80 entreprises, est décerné selon des critères qui mesurent la motivation et la satisfaction des collaborateurs.

Les employés deviennent des entrepreneurs conformément à la devise «participation de tous au résultat». «20% des bénéfices sont distribués aux collaborateurs», souligne le patron de l'entreprise, «soit quelque 3 millions de francs l'an dernier.» Le bonus individuel, lui, dépend de la performance, de la fonction et de la fidélité du salarié.

Le succès de l'entreprise tient également à son modèle d'affaires particulier. Fruit d'un management buy-out en 1984, Spirig Pharma continue d'appliquer le concept de «management buy-out par roulement». Explication: les cinq personnes qui dirigent actuellement la société en sont également les propriétaires (80% des actions). Celle qui quitte l'entreprise doit céder la totalité de ses parts aux copropriétaires ou à un successeur. «Les patrons sont propriétaires à terme», explique Christian Pflugshaupt. Un principe, qui selon lui, lie étroitement la responsabilité de l'entrepreneur et la responsabilité financière et préserve l'indépendance: «Nous n'avons pas à nous préoccuper en permanence de la valeur actionnariale, du coup nous pouvons nous consacrer à la planification à long terme.» S'il considère les bénéfices indispensables pour pouvoir investir, il récuse l'idée de maximisation des profits.

La philosophie particulière de Spirig Pharma se reflète également dans son engagement humanitaire, social et culturel. Car loin de pratiquer le saupoudrage, elle octroie des moyens financiers en privilégiant l'engagement personnel. Ainsi lorsqu'un médecin ou un pharmacien de la région participe à des interventions à l'étranger, elle lui fournit gratuitement des médicaments. Ou bien elle soutient financièrement un hôpital dans un pays en voie de développement. «Chaque requête passe par mon bureau», affirme Christian Pflugshaupt, qui tient à ce que les aides aillent à ceux qui en ont vraiment besoin. ■ **RUEDI STUDER**

Les besoins des clients comme ligne directrice

«Je trouve très important d'avoir un contact avec les habitants du village, alors j'ai toujours eu des engagements au niveau local», déclare Christian Pflugshaupt. Voilà pourquoi il préside par exemple l'école de Hägendorf. Ce natif de Thurgovie vit depuis 29 ans dans le village voisin d'Egerkingen, siège de Spirig.

Agé de 60 ans et père de deux enfants adultes, Christian Pflugshaupt siège également au conseil d'administration de la Banque Raiffeisen de Hägendorf-Rickenbach, qu'il préside depuis 1992. «Jamais je ne me suis senti autant à l'aise au sein d'un organe», sourit-il. Selon lui, toute l'équipe agit pour le bien de la banque. «Je ne pourrais pas souhaiter meilleur président», déclare Urs Spielman, 56 ans, défenseur de l'esprit Raiffeisen depuis 33 ans, dont 25 en tant que directeur de la Banque à Hägendorf. La sincérité de cet homme de Niedergösgen n'est pas feinte: «Christian Pflugshaupt me laisse suffisamment de liberté, communique ouvertement et accepte la critique. Les problèmes sont discutés en toute franchise.»

L'engagement de Christian Pflugshaupt auprès de la Banque Raiffeisen n'est pas le fruit du hasard. «Raiffeisen est une banque sympathique», commente-t-il. Pétri de culture chrétienne-sociale, il attache une grande importance aux principes éthiques. Qui, selon lui, constituent un autre point commun entre Spirig et Raiffeisen: «Notre action est guidée par les besoins des clients et donc de la population. Ce faisant, l'objectif premier n'est pas de maximiser les profits, mais d'apporter quelque chose à la société.» Il voit également des similitudes entre l'idée de coopérative et le management buy-out par roulement: «Les deux concepts visent la pérennité de l'entreprise.» Enfin les deux entreprises ont à cœur l'équité de traitement des collaborateurs. *(rus)*

Nouvelle implantation à Aproz

Une nouvelle agence qui a fière allure.

Photos: Ldd

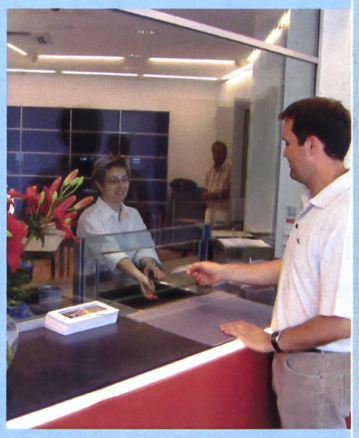
Grâce à une porte coulissante, le guichet peut se faire discret.

Fidèle à sa politique de proximité, Raiffeisen n'hésite pas à ouvrir de nouveaux locaux pour mieux desservir sa clientèle. Au-delà du siège de Basse-Nendaz et de l'agence de Haute-Nendaz, la Banque Raiffeisen de Nendaz inaugure le 1er octobre prochain une toute nouvelle agence à Aproz, village de plaine qui compte un millier d'habitants. Cette importante réalisation répond à une demande de la clientèle sans cesse croissante et elle tient compte du fort potentiel de développement de la région. Située à l'entrée du village, en bordure de la route cantonale, la nouvelle implantation bancaire connaît un succès réjouissant depuis son ouverture, il y a trois mois. Elle dispose de nombreuses places de parc. L'entrée de plain-pied permet un accès aisé aux poussettes et chaises roulantes.

De par le soin apporté aux matériaux et à la lumière, les clients se sentent ici à l'aise. Au-delà du Bancomat accessible 24 h/24, deux guichets – dont un pour handicapé – et un bureau de conseil individuel offrent une structure d'accueil propre à répondre à toutes les demandes. Avec cette nouvelle réalisation, la Banque Raiffeisen de Nendaz dessert au mieux la clientèle dans son rayon d'activité. Par son développement harmonieux, l'établissement présente aujourd'hui une somme de bilan de 120 millions de francs et compte près de 1200 sociétaires. *(ptz)*

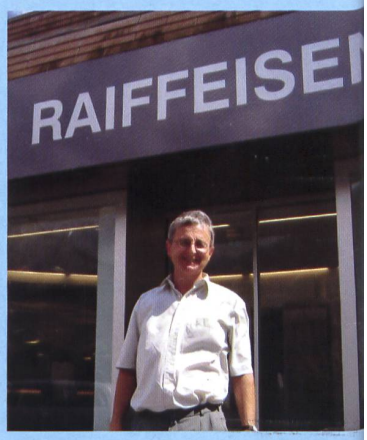
Métamorphose complète de l'agence de Saillon

«Les locaux transformés correspondent au professionnalisme et à la qualité de conseil que nous voulons aujourd'hui offrir à notre clientèle», lance avec détermination Louis Perret, le directeur de la Banque Raiffeisen de Leytron-Saillon. Les locaux de l'agence de Saillon viennent, en effet, d'être refaits de fond en comble. Ces importants travaux, qui ont duré quatre mois, ont permis non seulement de doubler la surface, mais aussi d'améliorer considérablement l'accueil de la clientèle, l'ambiance de travail et la sécurité de la banque. Dans l'élan de la fusion de 1998 et à l'aube de son centième anniversaire – première Banque Raiffeisen fondée dans le Valais romand en 1908 – l'établissement poursuit une croissance harmonieuse. Il affiche aujourd'hui 100 millions de francs de somme de bilan et près de 1300 sociétaires. Idéalement située dans de Centre commercial du Fiacre, l'agence de Saillon offre tout le confort et l'équipement d'une banque moderne. Bancomat, guichet spacieux, salon de réception ne sont pourtant rien sans des produits de qualité et un conseil compétent personnalisé. Les clients se déclarent en tout cas unanimement enchantés de leur nouvelle banque. Cet automne, des travaux plus conséquents encore vont débuter, cette fois au siège de la Banque à Leytron qui va être à son tour agrandi et transformé de fond en comble. *(ptz)*



Ici, agence rime avec transparence et compétence.

Photos: Ldd



Michel Rossier, directeur adjoint et responsable de l'agence de Saillon.

La banque à Morgins fait peau neuve

Les représentants de la Banque Roland Defago et Vincent Dubosson entourent (de g. à dr.) Jacques Nantermod (Télémorgins SA), Bernard Bellon (1er prix), Konrad Zumthurm (2e prix) et Blaise Krummenacher (RS Equipements Sàrl).

Photos: Ldd

La nouvelle agence de Morgins spacieuse, sûre et conviviale.

Connaissant une croissance réjouissante – 125 millions de francs de somme de bilan et plus de 2000 sociétaires – la Banque Raiffeisen de Troistorrents (créée en 1921) a décidé d'investir dans la rénovation complète de son agence de Morgins (ouverte en 1984). Situés au haut de la station, en bordure de la route cantonale menant à Châtel (F), les locaux ont été transformés de fond en comble. La métamorphose est spectaculaire, non pas tant dans l'augmentation des surfaces, mais surtout dans un aménagement intérieur accueillant et fonctionnel. Outre le guichet et le salon d'accueil tout confort, l'équipement ultramoderne, le professionnalisme et la spécialisation des collaborateurs permettent aujourd'hui d'offrir à la clientèle des prestations de qualité et des conseils personnalisés. Lors d'une petite cérémonie dans les locaux de la nouvelle agence, les vainqueurs du concours par tirage au sort ont reçu leurs prix des mains de Roland Defago et Vincent Dubosson, respectivement directeur et président du conseil d'administration de la Banque. Le premier prix, un abonnement de ski des Portes du Soleil pour la saison 2005–2006 (en partenariat avec Télémorgins SA), a été gagné par Bernard Bellon de Monthey alors que le deuxième prix, un bon de 500 francs offert par le magasin de sport RS Equipements Sàrl de Morgins, est revenu à Konrad Zumthurm de Monthey également. *(ptz)*

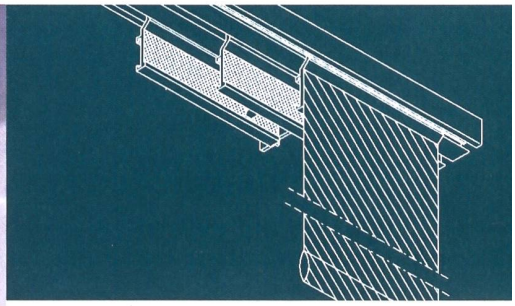
Notre conseil: investir dans des valeurs stables

Investir dans la qualité suisse: cela en vaut toujours la peine. Ainsi, opter pour un lave-linge ou un sèche-linge Schulthess s'avère à long terme toujours rentable.

En maison individuelle ou en immeuble collectif, la durée de vie et l'efficacité énergétique de nos appareils constituent un avantage pour tous. Vous faites un geste pour l'environnement tout en réalisant des économies d'énergie. Ceux qui connaissent ces appareils savent apprécier leur grand confort d'utilisation.

Schulthess Maschinen SA, Case postale, 8633 Wolfhausen, Tél. 0844 880 880, Fax 0844 880 890
info@schulthess.ch, www.schulthess.ch

SCHULTHESS
rapide • écologique • économique



Les **systèmes de parois japonaises** Silent Gliss offrent de fascinantes possibilités de décoration pour chaque pièce. Qu'ils soient simples, ornés de motifs originaux, confectionnés dans des étoffes particulières, peints à la main ou imprimés, leur manipulation est toujours d'une simplicité idéale.

- ☐ J'aimerais recevoir les brochures illustrées «The Home Collection» et «excellence»
- ☐ Contactez-moi pour fixer un rendez-vous au showroom
- ☐ Je souhaite rencontrer votre conseiller technique pour un entretien sans engagement

Nom/prénom _____

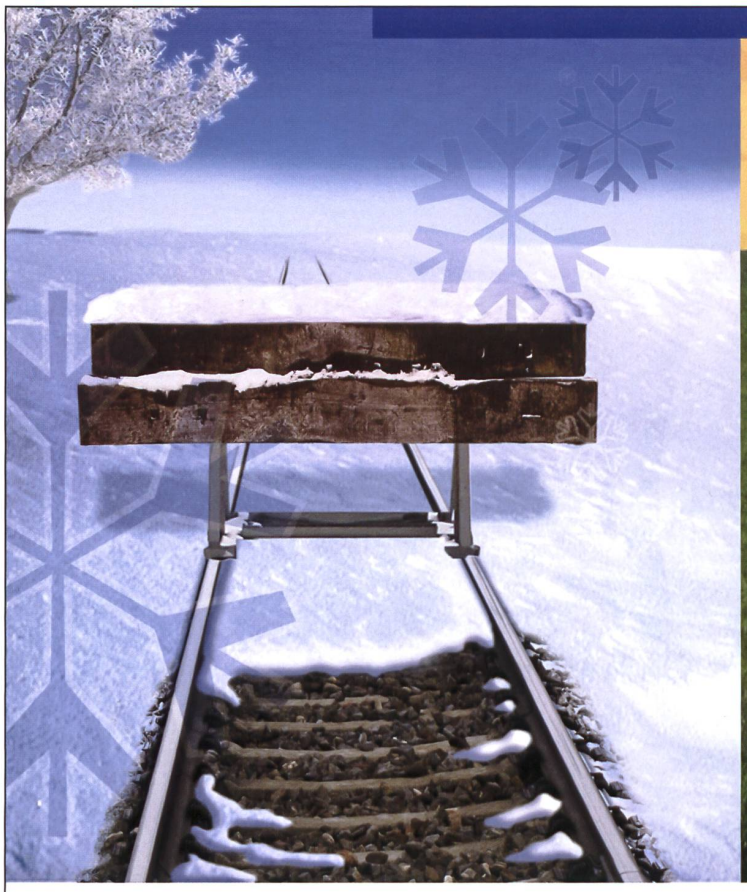
Rue/n° _____

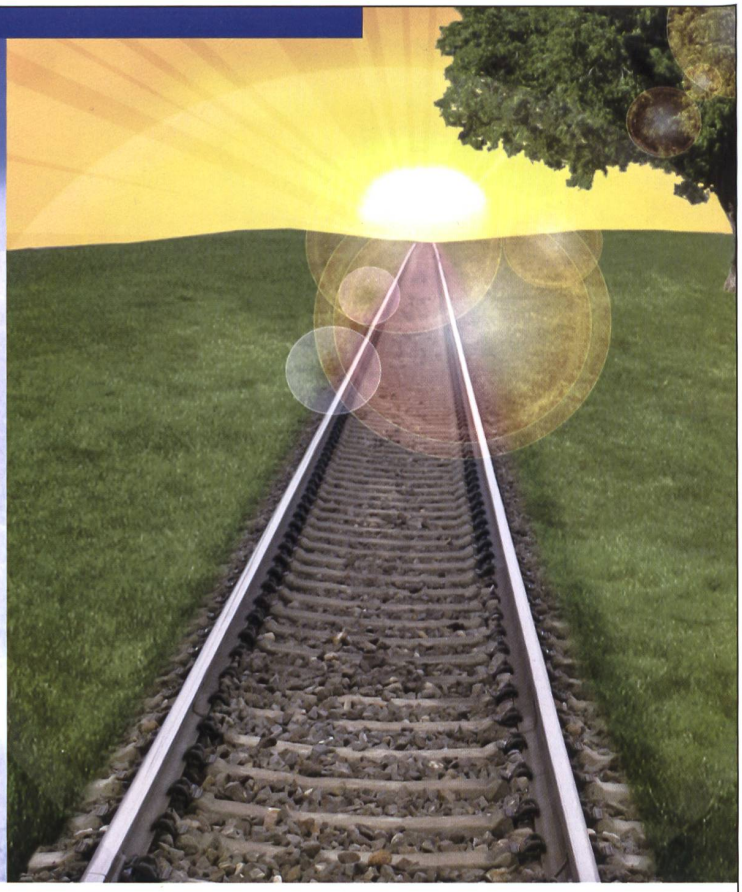
NPA/localité _____

Téléphone _____ PA 6/05 F-W

Vous pouvez nous renvoyer le coupon par courrier ou par fax à Silent Gliss AG, Südstrasse 1, 3250 Lyss
Fax 032 387 11 40, Tél. 032 387 11 11
www.silentgliss.ch, info@silentgliss.ch

SilentGliss®





Voie libre aux économies de chauffage!

Environ 70% du parc immobilier est trop peu ou pas isolé!
La perte d'énergie est énorme, le potentiel d'économies immense!

FLUMROC offre des solutions d'isolation et propose des concepts énergétiques globaux pour les anciens et nouveaux bâtiments. Vous apprendrez comment profiter de ce savoir-faire dans la brochure gratuite "Faire de votre maison une maison économe" ou lors d'un entretien avec l'un de nos conseillers FLUMROC.

Information GRATUITE!

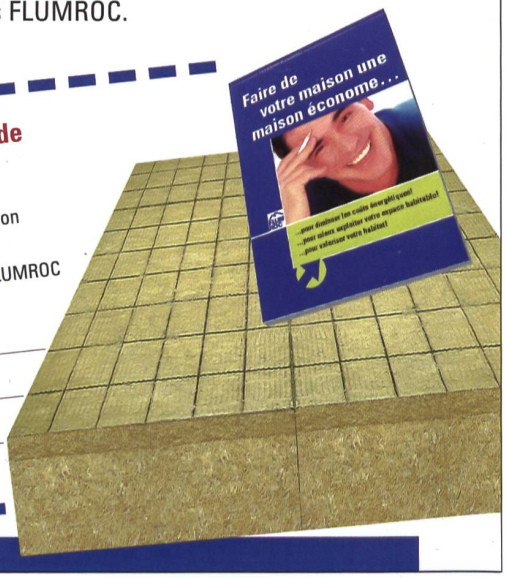
OUI! Je souhaite économiser des frais de chauffage et m'informer gratuitement:

- ☐ Veuillez m'envoyer la brochure "Faire de votre maison une maison économe"
- ☐ J'aimerais avoir un entretien avec un conseiller FLUMROC

Nom: _____

Adresse: _____

Tél: _____



FLUM ROC®

Isoler et bien plus.

FLUMROC AG
8890 Flums
Téléphone 081 734 11 11
Téléfax 081 734 12 13
info@flumroc.ch
www.flumroc.ch

Savièse fête sa nouvelle banque

Pour mieux répondre aux attentes de leurs clients, les Banques Raiffeisen valaisannes ne cessent d'investir dans des locaux modernes, sûrs et accueillants. Après les nouvelles implantations ou transformations à Aproz, Morgins, Saillon et avant celles prévues cette année encore à Conthey, St-Léonard, Vissoie et Crans-Montana, Savièse fête une banque flambant neuve. Connaissant une croissance réjouissante – 290 millions de francs de somme de bilan et près de 5000 sociétaires – la Banque Raiffeisen de Sion-Région a, en effet, décidé d'investir dans de nouveaux murs pour son agence de Savièse. La journée inaugurale a vu la participation de plusieurs centaines de personnes. Outre la possibilité de visiter les locaux, s'informer sur la coopérative bancaire, les produits et prestations, partager le verre de l'amitié et de participer à un grand concours – à gagner: un voyage à Majorque d'une valeur de 4000 francs (en partenariat avec Lathion Voyages) – les visiteurs ont apprécié l'ambiance conviviale de la nouvelle banque. Le déménagement a certes permis de gagner le cœur de l'activité commerciale du village mais surtout de moderniser, sécuriser et améliorer l'accueil de la clientèle. Ainsi, grâce à l'extension du Centre commercial du Stade, les nouveaux locaux offrent sur 100 mètres carrés tout le confort et l'équipement d'une banque moderne. Au-delà du Bancomat accessible 24 h/24, deux guichets et un salon de réception offrent une structure d'accueil propre à répondre à toutes les demandes. A cela s'ajoutent le professionnalisme et la spécialisation d'une équipe de trois collaborateurs. La responsabilité de la nouvelle agence échoit à Raphaël Vuigner, alors que Sébastien Allégroz et Jean-Daniel Antille assument respectivement les fonctions de directeur et de président du conseil d'administration de la Banque. *(ptz)*

Journée inaugurale très réussie à Savièse avec la nouvelle agence en arrière-plan.

Photos: Ldd

Les nouveaux guichets.

Collaborateur au grand cœur

«Je ne suis peut-être qu'un doux rêveur, mais j'espère toujours en un avenir rempli de solidarité et d'amitié. J'ai la chance d'être en bonne santé. Il faut en profiter et essayer de soutenir au mieux les personnes qui doivent lutter chaque jour pour exécuter des gestes même les plus évidents, ou simplement pour vivre.» Conseiller à la clientèle privée au siège de la Banque Bagnes-Vollèges au Châble, Eric Voutaz (21 ans) a réalisé un tour de Suisse cycliste – un périple de quelque 1300 km réparti en huit étapes – au profit de trois associations: Pro Infirmis (8032 Zurich, CCP 80-22222-8), Fondation Moi pour Toit (1920 Martigny, CCP 19-720-6) et Fondation Théodora (1027 Lonay, CCP 10-61645-5). Membre fondateur du Vélo-Club Bike Entremont, il a choisi de réaliser son aventure à VTT. Les seules frayeurs, il les a connues dans le trafic. «Le vélo est un de mes plus fidèles amis. Depuis tout jeune, je suis attiré par l'évasion et le sport», concède-t-il volontiers. Cet idéal, son obstination et un important mailing lui ont permis de récolter quelques milliers de francs pour soutenir ces trois associations. *(ptz)*

Photo: Ldd

Eric Voutaz à son arrivée à Sembrancher où une fête a été organisée en son honneur.

CONTACT

Les vainqueurs des concours

N° 4/Juin 2005

Page 7: **Heinz Ritter** de Zurich (solution: valeur de la liasse 1 000 000 CHF). Point final, page 46: **Sonja Sahli** de Ostermundigen pour son histoire: «Albert Nicod sort le portemonnaie, il veut mettre sur la table la part du budget dévolue aux repas qu'il a soigneusement calculée, quand tout à coup il se rend compte que les billets de Monopoly, avec lesquels les enfants jouaient peu avant dans la chambre d'hôtel, il les a glissés et rangés par erreur dans l'argent des vacances...»

N° 5/Août 2005

Page 27: **Heidi Schmid** de Gossau (solution: 19e rang final au classement général de la Coupe de monde de ski), page 43: **Edwige Elmer** de Froideville, la **famille Zimmermann** de Nebikon et **Caroline Kressibucher** de Berg (solution: 112,4 millions CHF).

Nous félicitons chaleureusement les vainqueurs!

Cheval roi aussi à Frauenfeld

Complément d'information à l'article «Miser sur le bon cheval» («Panorama» N° 5/Août 2005, pages 42–45): en Suisse alémanique, de nombreuses courses hippiques, dont notamment le Swiss Derby, sont aussi organisées chaque année à Frauenfeld, la capitale thurgovienne, et pas seulement à Aarau, Bâle, Dielsdorf, Fehaltorf, Lucerne ou Maienfeld. *La rédaction*

Entre la concurrence d'Internet et des compagnies à bas prix, le terrorisme, les catastrophes aériennes, les pros des vacances sont chahutés. Pourtant, la résistance s'organise. Enquête.

MONDE DU VOYAGE DANS LA TOURMENTE

Walter Kunz, directeur de la FSAV: «Au bout du compte, le client est mieux inspiré de s'adresser à une agence de voyages.»

«Dans 10 ans, le métier d'agent de voyages n'existera plus!», lance, alarmiste, Sylviane Christinat, directrice de la succursale de Carlson Wagonlit Travel à la gare de Lausanne, et active dans le domaine depuis plus de 35 ans. Et de préciser le fond de sa pensée: «Les agences ne disposant pas d'une clientèle fidèle risquent de sombrer, car les tour-opérateurs – ndlr: à l'image de Kuoni, Hotelplan ou Imholz – ne passeront plus par elles pour écouler leurs produits.» Autrement dit, adieu la commission de 10% environ rétrocédée par les fabricants de voyages aux agences sur chaque forfait vendu. «Les tour-opérateurs ont tout intérêt à les vendre en direct, via Internet.»

Très critiquée, la toile abrite, il est vrai, d'innombrables sites consacrés aux voyages et de nouveaux apparaissent régulièrement. De surcroît, les compagnies aériennes s'y sont mises aussi. Certaines, à bas prix, telle Easyjet, offrent leurs prestations uniquement via le réseau. Dès lors, quoi de plus tentant que de concocter soi-même, puis réserver son court séjour ou ses vacances en surfant d'un site à l'autre. Avec l'aspect ludique en plus.

INTERNET, LA JUNGLE

Mais Walter Kunz, directeur de la Fédération Suisse des Agences de Voyages (FSAV) met en garde: «Il y a aujourd'hui une multitude de sites consacrés aux voyages, et pas toujours fiables. Le client perd beaucoup de temps sans forcément trouver l'offre la plus avantageuse. Difficile aussi d'obtenir un prix plancher auprès des compagnies aériennes. D'autres sites recensent les tarifs d'un grand nombre de fournisseurs. Au bout du compte, le client est mieux inspiré de s'adresser à une agence de voyages pour démêler l'écheveau.» D'autant que celle-ci a accès à tous les prix du marché en temps réel, selon Yvan Vasina, directeur et administrateur de Delta Voyages, agence genevoise de 10 employé(e)s. «L'agent gère aussi la liste d'attente, modifie l'horaire du passager au besoin, autant de services dont Internet est incapable. La clientèle d'affaires, qui apprécie la rapidité et l'efficacité au meilleur rapport qualité-prix, est ainsi l'un de nos principaux piliers.»

Dans le cas d'un séjour réservé sur Internet, «où le client peut-il se plaindre que l'hôtel ne ressemble pas à ce que le site laissait entrevoir ou que la visite de Londres est plus courte que prévue?, s'interroge Sylviane Christinat. L'ordinateur ne traite pas de telles réclamations...» Et que faire s'il y a un couac une fois sur place comme une réservation non effectuée, à plus forte raison si on ne parle pas la langue? En considérant le temps investi à la préparation d'un voyage par ses propres soins et les maigres avantages (quelques dizaines de francs économisés sur la commission de l'agence), le jeu en vaut-il la chandelle? Cet argent n'est pas vraiment épargné.

Sylviane Christinat, directrice de Carlson Wagonlit Travel à Lausanne:
«L'ordinateur ne traite pas les réclamations...»

RÉELLE VALEUR AJOUTÉE

Malgré les atouts d'Internet, les agences de voyages ont donc leur carte à jouer. Leur survie passe par la quantité et, surtout, la qualité de leurs conseils et de leurs informations de première main. Outre des données spécifiques, comme le taux de «remplissage» d'un avion qu'elles et les compagnies aériennes sont les seules à posséder, «nous pouvons faire la différence grâce à notre valeur ajoutée, estime Yvan Vasina. Le client est prêt à la payer.» Cette valeur ajoutée comprend un conseil personnalisé sur un pays, une région, un hôtel et le transport le plus approprié pour s'y rendre. Ce service prend toute sa signification dans la réalisation de vacances à la carte, hors brochures, en hausse constante à la bourse du tourisme. «Si le client revient satisfait de son séjour, il y a beaucoup de chance pour qu'il nous sollicite de nouveau, qu'une relation de confiance s'instaure à la longue. Bref, qu'il soit fidélisé», conclut Yvan Vasina.

A l'exception des spécialistes de produits de niche – trekkings dans l'Himalaya, par exemple –, les tour-opérateurs rencontrent des difficultés similaires à celles des agences. «Toujours plus de compagnies aériennes, ferroviaires, de chaînes hôtelières, etc., ciblent directement le client. Pas évident, dans ces conditions, de vendre nos forfaits tout compris, analyse Graziella Mavilia, directrice des ventes pour la Suisse romande de Railtour Suisse, voyagiste actif dans les arrangements intervilles et membre du groupe Kuoni. Il y a quelques années, ces prestataires étaient peu connus du grand public, ce qui nous laissait une plus grande marge de manœuvre.» Pour notre interlocutrice, le créneau intervilles est le plus sensible à la concurrence d'Internet de par la proximité géographique et des standards hôteliers comparables à ceux de la Suisse.

Selon Graziella Mavilia, les tour-opérateurs doivent continuer de mettre en exergue leurs points forts: l'assistance à la clientèle, le suivi des dossiers en cas de problème, la documen-

Stabilité du nombre d'agences

Bien que la branche des voyages vive une révolution, elle n'entraîne pas une recrudescence des faillites. «Où, plus précisément, il y a un équilibre entre la fermeture et l'ouverture d'agences», indique Walter Kunz, directeur de la Fédération Suisse des Agences de Voyages. Les emplois sont toutefois moins nombreux. Sans doute la conséquence d'un recrutement en recul et d'une augmentation des jobs à temps partiel dans une profession frappée de plein fouet par une diminution de ses marges, déjà historiquement faibles. Comme toutes les agences ne sont pas affiliées à la FSAV, on estime qu'il y a actuellement en Suisse quelque 2500 agences de voyages représentant entre 12 000 et 13 000 emplois à plein temps. *(dw.)*

Photo: Ldd

Patch stimulant et revitalisant

BambooVin

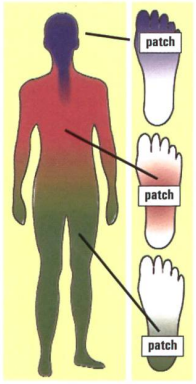
Plus de vitalité et de bien-être grâce:

- à une stimulation efficace et
- à une harmonisation du cycle énergétique

Les substances et liquides inutiles dans l'organisme humain ont une influence négative sur notre bien-être et notre efficacité. Les patchs BambooVin sont une découverte efficace en matière de vitalisation et de stimulation. Coller simplement le patch BambooVin à l'endroit du corps souhaité avant de vous coucher et laisser se diffuser l'effet stimulant et vitalisant durant la nuit. Le lendemain matin, vous pourrez déjà ressentir et voir l'effet incroyable de ces patchs. En plus d'autres ingrédients naturels et précieux, le principe actif du patch BambooVin se compose de vinaigre de bambou dont la qualité remarquable garantit une force d'absorption unique.

BambooVin agit pendant que vous dormez!

Durant la nuit le patch s'imbibe, comme une éponge, des substances et liquides inutiles pour le corps. Cela est visible lorsque les patchs se colorent en gris-brun et deviennent aqueux après les premières nuits. Avec le temps, la quantité absorbée diminue. Cela est visible par le degré de salissure réduit des patchs. Utilisez, selon les besoins, les patchs BambooVin quotidiennement pendant 15 à 25 nuits.



Les patchs BambooVin agissent à travers les zones réflexes des pieds. Décidez vous-même de la région corporelle que vous souhaitez favoriser en collant le patch sur la partie supérieure, centrale ou inférieure de votre plante de pied.

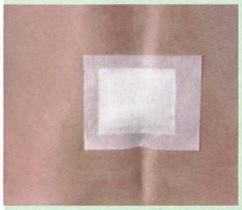
TRENDMAIL SA
Service-Center, Bahnhofstr. 23
8575 Bürglen TG
Tél. 071 634 81 25
Fax 071 634 81 29

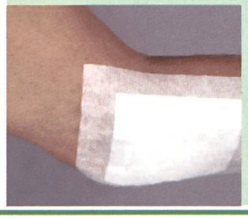
Coller simplement BambooVin pendant la nuit...

...et le retirer le lendemain matin.

L'EFFET EST ÉTONNANT!

La comparaison impressionnante des patchs BambooVin avant et après utilisation démontre leur action sensationnelle et efficace. Le meilleur moyen de vous en convaincre est d'essayer vous même l'action unique de ces patchs stimulant et vitalisant.



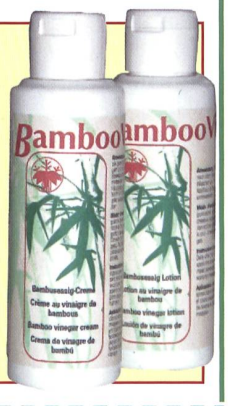


Les patchs stimulant et vitalisant BambooVin sont particulièrement simple à utiliser. Placez les avant le coucher sur les zones réflexes de la plante du pied ou directement sur les endroits du corps souhaités, par exemple le cou, le genou, le dos, le coude etc., pour une action directe.

- **ACTIVE L'ÉNERGIE VITALE (Flux de Chi)**
- **Stimule le PROCESSUS DE VITALISATION**
- **Tonifie le corps**
- **Stimule les POINTS D'ACUPONCTURE sur les plantes de pieds**
- **Favorise le BIEN-ÊTRE général**

COMMANDEZ AUSSI:

Pour un effet encore plus intense, nous vous recommandons la **crème** et la **lotion** BambooVin au vinaigre de bambou.
Ces deux produits ont un effet fortement revitalisant sur la peau. La crème est prévue pour mettre sur le corps et la lotion sur le cuir chevelu.



Bon de commande BambooVin

☐ **OUI, je commande contre facture (10 jours) + frais d'envoi comme suit:**

____ *nombre* **BambooVin, 1 paquet à 10 patchs**
N° d'article 2560

1 paquet ..... seulement Fr. 29.00
2 paquets ..... chaque seulement Fr. 27.00
dès 3 paquets ..... chaque seulement Fr. 25.00

____ *nombre* **Lotion BambooVin, 125 ml**
N° d'article 2565 ..... seulement Fr. 39.00

____ *nombre* **Crème BambooVin, 100 ml**
N° d'article 2566 ..... seulement Fr. 39.00

Adresse ☐ Monsieur ☐ Madame

179-4

Nom: .....

Prénom: .....

Rue / N°: .....

NPA/Lieu: .....

N° téléphone: .....

A envoyer à: Trendmail SA, Service-Center, Bahnhofstr. 23, 8575 Bürglen TG

Introduction de frais de réservation

Depuis le 1er janvier 2004, toutes les compagnies aériennes actives au départ de la Suisse ont progressivement supprimé la commission qu'elles rétrocédaient aux agences de voyages sur chaque billet vendu, qui était de l'ordre de 7%. Pour pallier à ce manque à gagner, les agences ont introduit des frais de réservation. Par ailleurs, l'agence facture la valeur ajoutée de sa prestation en fonction de la complexité du dossier. *(dw.)*

Photos: Ldd

Graziella Mavilia, directrice des ventes en Suisse romande chez Railtour:
«Pendant le voyage, des prestations inédites sont nécessaires pour attirer la clientèle.»

Yvan Vasina, directeur de Delta Voyages à Genève:
«Nous pouvons faire la différence grâce à notre valeur ajoutée.»

tation et la «sécurité» du voyage moyennant divers fonds de garantie pour, entre autres, le rapatriement en cas de faillite soudaine de l'organisateur du séjour. A noter que Railtour Suisse est le premier tour-opérateur à bénéficier de la certification de qualité ISO 9001.

SPÉCIALISATION ET EXCLUSIVITÉS

«En outre, pendant le voyage proprement dit, des prestations inédites sont nécessaires pour attirer la clientèle: excursion originale, soirées à thème, spectacle hors des sentiers battus ou offres spéciales en basse saison», préconise la directrice des ventes pour la Romandie de Railtour Suisse. Elle prêche par l'exemple en proposant des forfaits week-ends en amoureux, d'autres axés sur la gastronomie ou l'actualité qui rencontrent un vif intérêt.

Le concurrent principal, spécialiste de Paris, Frantour façonne également des itinéraires à thème exclusifs dans la Ville lumière par le biais d'un bureau sur place. Dernier en date: «Sur les traces d'Edith Piaf», où les participants découvrent des endroits méconnus de la capitale jadis fréquentés par la chanteuse. Point d'orgue: la visite d'un musée privé dédié à l'inoubliable interprète de La vie en rose, totalement inconnu du grand public.

De son côté, Sylviane Christinat a trouvé un créneau dans l'organisation de croisières fluviales incluant, par exemple, des concerts d'Alain Morisod ou des cours de danse. La dynamique directrice de Carlson Wagonlit Travel prévoit pourtant un avenir moins radieux pour les agences en ce qui concerne les voyages simples, style vacances balnéaires propres au tourisme de masse: «Un jour, j'imagine très bien des écrans géants dans les gares vantant des endroits exotiques. Un clic permettra de visionner un hôtel en trois dimensions et un autre de le réserver.» Dans un monde informatique toujours plus complexe où seule une minorité très jeune de la population en maîtrise toutes les subtilités, les agences de voyages à visage humain et à conseil hautement qualitatif ont leur raison d'être. Mais leur pérennité passe par une adaptation rapide. En sont-elles toutes capables? ■ **DIDIER WALZER**

Le terrorisme ne freine plus les voyageurs

L'attentat de Louxor, en 1997, avait créé un véritable traumatisme. Dans la population suisse surtout, 36 de nos ressortissants (sur un total de 62 visiteurs) y ayant perdu la vie. L'Egypte avait mis beaucoup de temps à s'en remettre. Depuis le 11 septembre, la donne a changé. Le monde s'est progressivement habitué au terrorisme aveugle frappant n'importe où et n'importe quand. Et avec une constance effroyable. Cette «donnée» est désormais intégrée dans l'esprit des voyageurs. Ils ne renoncent plus forcément à s'envoler pour une destination frappée par ce fléau. Après les attentats londoniens du 7 juillet, le voyagiste Falcontravel, spécialiste de la Grande-Bretagne et membre du groupe Travelhouse, a certes ressenti un recul des réservations, «mais, petit à petit, la situation s'est stabilisée, assure Edouard Rutgers, directeur de l'antenne romande, à Genève. Précisons cependant que la capitale britannique n'est pas uniquement une destination touristique, mais également d'affaires.» *(dw.)*

ENTRE CIEL ET NEIGE

La plus grande expédition scientifique suisse de ces dernières années s'est achevée mi-juillet. Pendant cinq semaines, une douzaine de médecins spécialisés dans le mal des montagnes et issus de différents hôpitaux de Suisse ont mené à bien un ambitieux programme de recherche au sommet du Muztagh-Ata, à 7546 m d'altitude.

L'expédition comprenait aussi 36 alpinistes volontaires venus de toute la Suisse et notamment Anton Mettler, 61 ans, membre du conseil d'administration de la Banque Raiffeisen de Kölliken-Entfelden. Deux années auront été nécessaires à la préparation du projet et il faudra bien une année encore pour exploiter les données collectées. Les résultats sont attendus avec impatience par les scientifiques bien sûr, mais aussi par les 36 volontaires qui avaient accepté de jouer les cobayes et s'étaient déclarés partants pour cette aventure extraordinaire.

QUAND L'AIR SE FAIT RARE

C'est notamment parce qu'il s'intéressait aux capacités d'adaptation de son propre corps qu'Anton Mettler a souhaité participer à cette expérience scientifique dans l'Ouest de la Chine. «Je savais qu'à cette altitude la montagne et la nature offraient un spectacle fascinant», ajoute Mettler lorsqu'il évoque ses motivations (cf. entretien). Aucun doute: les spécialistes du mal des montagnes ayant pris part à l'expédition Muztagh-Ata ne vont pas s'arrêter en si bon chemin. Grâce aux données récoltées en juin et en juillet en Chine, les médecins de Zurich, d'Aarau et de Berne comptent bien faire des découvertes sur la façon dont le corps s'adapte à la haute altitude et les conséquences du manque d'oxygène sur l'organisme.

Le programme était chargé: les scientifiques ont passé près de douze heures par jour dans des camps d'altitude ou sous des tentes à photographier les yeux des volontaires, à les faire pédaler sur un ergomètre ou encore à pratiquer des prises de sang. Des tests pulmonaires ont même été effectués au sommet du Muztagh-Ata. «Un travail énorme», résume le professeur Konrad Bloch, médecin en chef à l'Hôpital universitaire de Zurich lorsqu'il se remémore la vie quotidienne au sein de l'expédition. «Nous avions à peine le temps de boire et de manger.»

PROUESSES LOGISTIQUES

L'organisation de cette expédition au pays des glaces fut un véritable casse-tête pour Kari Kobler, responsable de la logistique du projet. Des camions entiers chargés de tonnes de matériel et d'équipements scientifiques ont ainsi emprunté l'autoroute de Karakorum et parcouru près de 1500 km entre Islamabad (Pakistan) et la Chine. Et plus de 200 tentes ont été installées, dont 120 au camp de base à 4500 m d'altitude. Enfin, l'approvisionnement en nourriture de la centaine de participants à l'expédition n'a pas été la moindre des gageures.

Trois équipes de cuisiniers venus du Pakistan, du Népal et de Chine étaient chargées de la préparation des repas au camp de base. Elles étaient secondées par de nombreux porteurs qui œuvraient en coulisse. Parmi les exploits technologiques, citons enfin le difficile approvisionnement en électricité à l'aide de capteurs solaires et de génératrices (surtout pour les appareils scientifiques) et l'organisation de la communication entre les différents groupes répartis sur la montagne (radio et téléphones par satellite).

Outre les nombreux et longs examens auxquels ils étaient soumis, les 36 volontaires avaient fort à faire. «Rester en bonne santé», tel était le mot d'ordre, car tomber malade à plus de 4000 m d'altitude ne facilite guère la guérison. Au début de la phase d'acclimatation au camp de base, il s'agissait avant tout de rester

A ski sur la montagne pour des raisons de sécurité (en haut). Anton Mettler au camp 1 à 5500 m (ci-contre).

le plus tranquille possible, d'éviter tout effort excessif et de boire chaque jour trois à quatre litres d'eau. Malgré les conseils prodigués par les responsables de l'expédition, rares sont ceux qui n'ont pas eu à se plaindre de douleurs.

«MA PLUS LONGUE NUIT»

L'ascension jusqu'au camp de base s'est faite à ski et aussi lentement que possible. Sous la houlette des guides, les volontaires gravissent la montagne six à huit heures par jour avant de rejoindre le camp suivant et d'y subir de nouveaux tests médicaux. Dans son journal, l'alpiniste et participant volontaire Rolf Züger décrit ainsi les effets de la raréfaction de l'air sur l'organisme après la montée du camp 1 (5450 m) au camp 2 (6250 m): «Après avoir

Montez à bord!

CROISIÈRES – AVEC COSTA EUROPA
EN DIRECTION DES ÎLES AU PRINTEMPS

OFFRE EXCEPTIONELLE
12 jours en pension complète à bord
à partir de CHF 1325.–
et avec accompagnement pendant le voyage**

- La beauté des fleurs et des plantes de Madère
- Le paysage féerique des 1001 nuits
- Barcelone – une des plus belles villes du monde
- Des îles pittoresques et ensoleillées

Le MS Costa Europa – votre bateau de croisière

Dates du voyage 2005/2006

Voy. 1: 13.11.–24.11.05 Voy. 4: 12.02.–23.02.06
Voy. 2: 28.11.–09.12.05 Voy. 5: 23.02.–06.03.06
Voy. 3: 09.12.–20.12.05 Voy. 6: 06.03.–17.03.06

Prix par personne en CHF

Cat.	type de cabines	Offre exceptionnelle voy. 1–3	voy. 4–6
1	Cabine intérieure 2 lits	1325.–	1470.–
2	Cabine intérieure 2 lits	1410.–	1570.–
3	Cabine intérieure 2 lits	1480.–	1640.–
4	Cabine intérieure 2 lits	1540.–	1705.–
5	Cabine extérieure 2 lits	1605.–	1780.–
6	Cabine extérieure 2 lits	1645.–	1830.–
7	Cabine extérieure 2 lits	1680.–	1860.–
8	Cabine extérieure 2 lits	1715.–	1905.–
9	Cabine extérieure 2 lits	1750.–	1950.–
10	Cabine extérieure 2 lits	1790.–	2000.–
11	Cabine extérieure 2 lits Sup.	1980.–	2210.–
12	Cabine extérieure pour usage privé	1860.–	2090.–
S	Suite	3580.–	3410.–
3-10	3ème /4ème lit supplémentaire Adulte	935.–	1010.–
	Lit en hauteur pour enfant âgé de moins de 18 ans et accompagné par 2 adultes payant plein tarif	305.–	305.–
	Cabine 2 lits pour utilisation individuelle	sur demande	

Nos prestations comprennent

- Voyage en autocar confortable et moderne depuis votre lieu de départ à destination de Savona.
- Hébergement à bord du «Costa Europa» dans la catégorie de cabine de votre choix.
- Pension complète à bord depuis le souper du jour de l'embarquement jusqu'au petit-déjeuner du jour de l'arrivée.
- Accueil par le capitaine, dîner de gala
- Participation libre à toutes les manifestations à bord
- Utilisation libre de toutes les installations de bord
- Porteur au port de Savona
- Taxes de sécurité, taxes portuaires
- Guide de voyage de Mittelthurgau** (à partir de 30 passagers)

Nos prestations ne comprennent pas

- Forfait de commande par personne 15.–
- Dépenses personnelles et boissons
- Pourboires (env. 6 euros par jour)
- Excursions
- Assurance d'annulation et de retour spécial obligatoire

Formalités de voyage

Les citoyens suisses doivent être en possession d'une carte d'identité ou d'un passeport valable.

Vos lieux de départ

05 h 45 Bâle
06 h 15 Berne (croisière express)
06 h 15 Aéroport de Zurich/terminal autocar de tourisme P
07 h 00 Baden-Rütihof P
07 h 30 Lausanne (croisière express)
08 h 00 Lucerne
08 h 30 Martigny (croisière express)
10 h 00 Bellinzona

Au bateau en autocar

Un autocar moderne de tourisme viendra vous chercher à votre lieu de départ où il vous ramènera après le voyage.

LE PROGRAMME DE VOTRE VOYAGE

Jour 1: Suisse–Savona.
Voyage à destination de Savona dans un autocar confortable. Embarquement immédiat sur votre bateau de croisière et à 17 heures, on «largue les amarres».

Jour 2: Barcelone.
Barcelone est l'une des plus belles villes d'Europe; son architecture remarquable ainsi que son passé culturel en font, aujourd'hui encore, le centre artistique et intellectuel de l'Espagne. Les Ramblas, le quartier gothique ou la construction monumentale d'Antonio Gaudi, la cathédrale Sagrada Familia font partie des curiosités principales. Escale de 13 à 19 heures.

Jour 3: Repos en mer.

Jour 4: Casablanca.
Nous accostons dans le plus grand port d'Afrique du Nord. De là, vous partez à la découverte de la ville de Casablanca. Vous ne devriez manquer sous aucun prétexte une visite de la plus grande mosquée du monde, la mosquée Hassan-II, pendant votre promenade dans cette métropole fascinante. Escale de 8 à 21 heures.

Jour 5: Agadir.
Venez découvrir les trésors de l'empire antique du Maroc. Un conte des mille et une nuits, nimbé des bruits et parfums assortis. Escale de 13 à 18 heures.

Jour 6: Lanzarote.
Outre sa vieille ville et ses ruelles tortueuses, le boulevard de la plage Avenida Maritima et la merveilleuse lagune de Charco San Ginés située au cœur de la ville, Arrecerife recèle d'autres attraits, tels que Le Castillo de San Gabriel et le Musée d'art contemporain. Escale de 8 à 17 heures.

Jour 7: Teneriffe.
Santa Cruz, le centre administratif des quatre Iles Canaries occidentales est une ville pleine de charme, qui vous dévoilera ses rues et ses places pittoresques, mais aussi son célèbre jardin botanique. Escale de 8 à 17 heures.

Jour 8: Madère.
L'île de Madère, amicalement surnommée le «jardin flottant» par ses habitants, vous offre un spectacle naturel d'une beauté époustouflante. Ses origines volcaniques et le climat doux qui y règne toute l'année, ont favorisé une végétation luxuriante, où le célèbre vin de Madère occupe une place privilégiée. Escale de 8 à 17.30 heures.

Jour 9: Repos en mer.

Jour 10: Malaga.
La ville animée située au bord de la Costa del Sol est dominée par l'ancienne forteresse arabe de Gibralfaro, qui est reliée à l'impressionnant Palais Alcazaba. Un témoignage architectonique unique de plusieurs siècles de domination maure sur la presqu'île ibérique. Escale de 8 à 13 heures.

Jour 11: Repos en mer.

Jour 12: Savona–Suisse.
Arrivée à 9 heures. Débarquement et retour en Suisse en car confortable moderne, jusqu'à vos lieux de départ respectifs.

Commandez maintenant: Le nouveau catalogue «Schiffsreisen 2006» est arrivé!

VOTRE ITINERAIRE DE VOYAGE

VOTRE BATEAU CROISIÈRE

Le **«Costa Europa****»** est un beau bateau bien aménagé, possédant une ligne élégante et classique, qui a parfaitement su allier le style européen au design exceptionnel de son intérieur. Le «Costa Europa» mesure 243 m de long, 29 m de large, il possède 54000 TPL et peut accueillir jusqu'à 1494 passagers. Toute les cabines sont exceptionnellement spacieuses, confortables et lumineuses, équipées de douche/WC, armoire, commode, sèche-cheveux, coffre-fort , climatisation, TV, radio, vidéo, minibar, tension à bord 220 v. 3 restaurants, 4 bars, 3 piscines, 2 bains à bulles, terrain de sport, parcours de jogging, centre de fitness, sauna, bain turc, théâtre, casino, discothèque, cybercafé, centre de shopping, médecin de bord, etc.
Bienvenue à bord!

GARANTIE DU VOYAGE

Appel téléphonique gratuit:
0800 86 26 85
Réservations chez
MMe Patrizia Zimmermann

Reisebüro Mittelthurgau Fluss- und Kreuzfahrten AG
Amriswilerstrasse 155, 8570 Weinfelden
Tél. 071 626 85 85, Fax 071 626 85 95
www.mittelthurgau.ch, info@mittelthurgau.ch

reisebüro mittelthurgau
Une Entreprise de Twerenbold

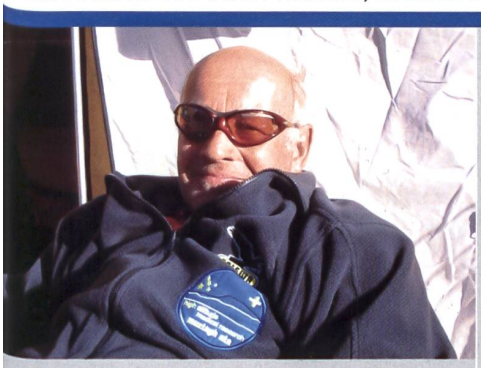
triomphé du glacier, nous parvenons au camp 2 sous la neige et dans le brouillard. Nous nous glissons à deux sous la tente, armés de réchauds, et commence alors la plus longue nuit de ma vie. Avec le manque d'oxygène et la difficulté à respirer s'installe l'angoisse de suffoquer. Même la sensation d'enfermement dans le sac de couchage devient insupportable...» La température de –26 °C et les chutes de neige retardent de quelques jours la montée jusqu'au sommet.

A peine une semaine, deux départs et deux ascensions plus tard, les alpinistes commencent enfin la montée du camp 3 jusqu'au sommet (6800 m). Après 7 heures de progression, 48 membres de l'expédition, dont 24 volontaires et de nombreux porteurs et scientifiques, parviennent au sommet du Muztagh-Ata. Pour les autres, l'aventure s'est déjà arrêtée: Anton Mettler a, lui aussi, dû jeter l'éponge. Vers 6000 m d'altitude, il a montré les premiers signes d'un œdème pulmonaire. En alpiniste averti, il a préféré mettre fin à la course. «La descente a été magnifique même si chaque progression dans la poudreuse me menait au bord de l'étouffement», se souvient-il. Après environ 4 semaines, les membres de l'expédition ont enfin rejoint le camp de base et regagné l'Hôpital universitaire de Zurich pour d'ultimes tests médicaux.

A son retour, le chef de l'expédition, Urs Hefti, s'est déclaré satisfait du déroulement de la mission qu'il a qualifiée de «grand succès». Grâce à une parfaite collaboration avec l'école de guides de montagne Kobler & Partner, l'organisation s'est déroulée à merveille. La coopération avec les partenaires locaux s'est également avérée payante. L'immense investissement personnel des scientifiques et des volontaires ainsi que les conditions météo favorables ont aussi contribué au succès de l'aventure. ■ **TOMMY DÄTWYLER**

La doctoresse Jacqueline Pichler prélève du sang pour suivre de près le métabolisme d'Anton Mettler en haute altitude.

Entretien avec Anton Mettler, membre de l'expédition



Anton Mettler, alpiniste accompli originaire de Kölliken en Argovie, a pris part à l'expédition Muztagh-Ata en tant que volontaire. A la tête d'un atelier de serrurerie, cet entrepreneur de 61 ans est membre du conseil d'administration de la Banque Raiffeisen de Kölliken-Entfelden depuis bientôt douze ans et a déjà gravi presque tous les «4000» de Suisse. Pourtant, Anton Mettler n'est pas parvenu cet été au sommet du Muztagh-Ata. Risquant un œdème pulmonaire, il a dû faire demi-tour à environ 6000 m d'altitude et regagner plus tôt que prévu le camp de base.

«Panorama»: Qu'est-ce qui vous a incité à vous porter volontaire pour cette expédition de près de cinq semaines?

Anton Mettler: D'une part, j'ai été fasciné par ce projet de recherche sur la médecine d'altitude. D'autre part, le but de l'expédition, l'ascension du Muztagh-Ata, situé à 7546 m d'altitude à l'Ouest de la Chine, m'intéressait. C'était un gros défi de tenter de gravir un tel sommet à 61 ans. L'encadrement médical assuré par les membres de l'expédition étant exceptionnel, je n'ai pas hésité longtemps.

Comment vous êtes-vous préparé à cette aventure?

J'ai continué mes virées à ski en montagne avec mes amis du CAS. J'ai amélioré ma puissance musculaire et ma souplesse en m'entraînant dans mon club de fitness et je me suis aussi préparé mentalement. Le week-end, je parcourais régulièrement de 100 à 160 km à vélo. Mais tous ces muscles ont fondu au Muztagh-Ata, car en haute altitude on perd vite sa masse musculaire.

Quels ont été les effets de la haute altitude sur votre organisme?

Dès la montée au camp de base à 4450 m d'altitude, nous avons manqué d'air et cela a retardé notre ascension. On se retrouve à bout de souffle sans savoir pourquoi. Nous avons rampé des jours entiers dans le camp de base. Plus tard, après quelques jours d'acclimatation, j'étais certain de pouvoir atteindre le sommet. Plus nous montions, plus notre rythme de progression diminuait. Vu de l'extérieur, nous devions donner l'impression d'avancer au ralenti.

Vous est-il arrivé de perdre courage face à la difficulté de l'ascension?

Non, pas vraiment. Il y avait déjà eu des montées très difficiles. Ce sont les températures élevées en milieu de journée qui ont été le plus pénible. Sur les pentes du glacier et dans le brouillard, nous « cuisions» littéralement avec une température dépassant les 30 °C. La nuit par contre, elle chutait à –25 °C. Je me suis résolu à rebrousser chemin lors de la montée vers le camp 3. Je sentais une pression constante dans la poitrine et j'ai reconnu les premiers symptômes de l'œdème pulmonaire. La décision a été difficile, mais rapidement prise.

La déception a dû être très grande de ne pas atteindre le sommet?

Au début, je n'ai pas compris vraiment ce que signifiait faire demi-tour. J'en ai pris conscience seulement lors du retour au camp de base. Dans le camp désert, je me suis allongé sous une tente et c'est là que j'ai subi le contre-coup. Je ne pouvais plus retenir mes larmes. Mais la désillusion s'est vite envolée, et la certitude d'avoir fait le bon choix du point de vue médical a pris le dessus. Aujourd'hui, je suis heureux d'être revenu sain et sauf à la maison.

Vous porteriez-vous à nouveau volontaire dans une telle expédition?

Si l'occasion se présentait, je serais à nouveau partant...

Interview: Tommy Dätwyler

*Le prochain voyage-lecteurs «Panorama» aura pour cadre le magnifique Hôtel Europe**** de Colmar où nous vous proposons trois jours d'ambiance festive et conviviale pour un Nouvel An pas comme les autres.*

RÉVEILLON EN ALSACE

Colmar est un musée en plein air. La Maison des Têtes, la maison Pfister, l'ancien logis de garde Renaissance italienne, l'ancienne Douane et la Petite Venise: tout cela vaut mille fois le détour. Mais sait-on assez que Colmar est, d'abord, la capitale du vin? «Ce rôle, dit le sage Pierre Bouard, lui a été attribué par l'histoire, la géographie, sa position centrale et frontalière à la fois».

Situé au coeur de l'Alsace, à 3 km du centre-ville de Colmar, l'Hôtel l'Europe****, présente une architecture originale alliant modernisme et tradition alsacienne. Hôtel de charme, laissez-vous séduire par la courtoisie de toute une équipe à votre écoute, par l'élégance et le charme de la vraie convivialité...

Vendredi 30 décembre 2005: Suisse romande – Colmar. Départ en car de Suisse romande en direction de Colmar. Déjeuner libre en cours de route. Arrivée en fin de journée à l'Hôtel Europe. Installation dans vos chambres, dîner et logement.

Samedi 31 décembre 2005: Colmar–Riquewihr. Petit déjeuner et départ en car pour la visite de la région; vous découvrirez la magnifique ville de Colmar ainsi que le charmant village de Riquewihr: cité fortifiée d'une beauté exceptionnelle mariant depuis des siècles la qualité de ses vins et celle de son architecture. La bourgade demeure la perle du vignoble alsacien. Déjeuner libre à Colmar. Retour à votre hôtel vers 16h00 puis temps libre.

Soirée de gala pour la St-Sylvestre, animation par «Jean Goetz».

Dimanche 1er janvier 2006: Colmar–Suisse romande. Petit déjeuner à votre hôtel puis retour en Suisse Romande en car. Déjeuner libre en cours de route. Arrivée en fin de journée.

Prix par personne

chambre double:	795 CHF
supp. chambre individuelle (nombre limité):	120 CHF

Inclus dans le prix

Transfert en car tout confort, chambre double à l'Hôtel l'Europe****, demi-pension, excursion à Colmar et Riquewihr, soirée St-Sylvestre avec boissons.

Non inclus dans le prix

Assurances, boissons, dépenses personnelles et pourboires.

Pour toute question relative à l'organisation de ce voyage-lecteurs, merci de contacter **Sylviane Christinat de Carlson Wagonlit Travel, tél. 021 320 72 35.**

Inscrivez-vous rapidement, le nombre de places étant limité.

Menu du Réveillon

Apéritif champagne

La langoustine, Rougaille de Mangue
Râpure de citron vert, façon «Nori Maki»

Le foie Gras de Canard Rôti, servi Froid
Aux Poires cuites au Porto

Les Médaillons de Homard en Ravioles et son Consommé clair
Monté au beurre de Crustacés, Brunoise de Légumes

Le Sorbet Litchi-Malibu

Le Châteaubriand du Limousin aux Truffes,
Sauce au Foie Gras,
Chips à la Banane Plantain, Purée de Patates Douces

La Crème de Roquefort sur Pain au Vin Rouge et Raisins de Corinthe

La Surprise du Pâtissier

Le Gâteau de l'An Neuf

Le Buffet de Fruits Frais

La Soupe à l'Oignon

Vins compris: 1 bouteille par personne: 1 Tokay Pinot Gris Domaines Schlumberger «Les Princes Abbés» 2001 ou Château Coudert St Emilion Grand Cru 1998 ainsi qu'1 coupe de champagne en apéritif et au dessert.

Coupon d'inscription

Réveillon à Colmar, du 30 décembre 2005 au 1er janvier 2006

Type de chambre désiré:
☐ double ☐ individuelle

Assurance combinée annulation et rapatriement
☐ oui ☐ non, assurance propre

1. Nom, prénom: _____

2. Nom, prénom: _____

Rue: _____ NPA/localité: _____

Atteignable au tél.: _____ Signature: _____

A envoyer à: **«Panorama» Raiffeisen, voyage-lecteurs, route de Berne 20, 1010 Lausanne**

www.integral-mc.ch – 05

Aqualeaders

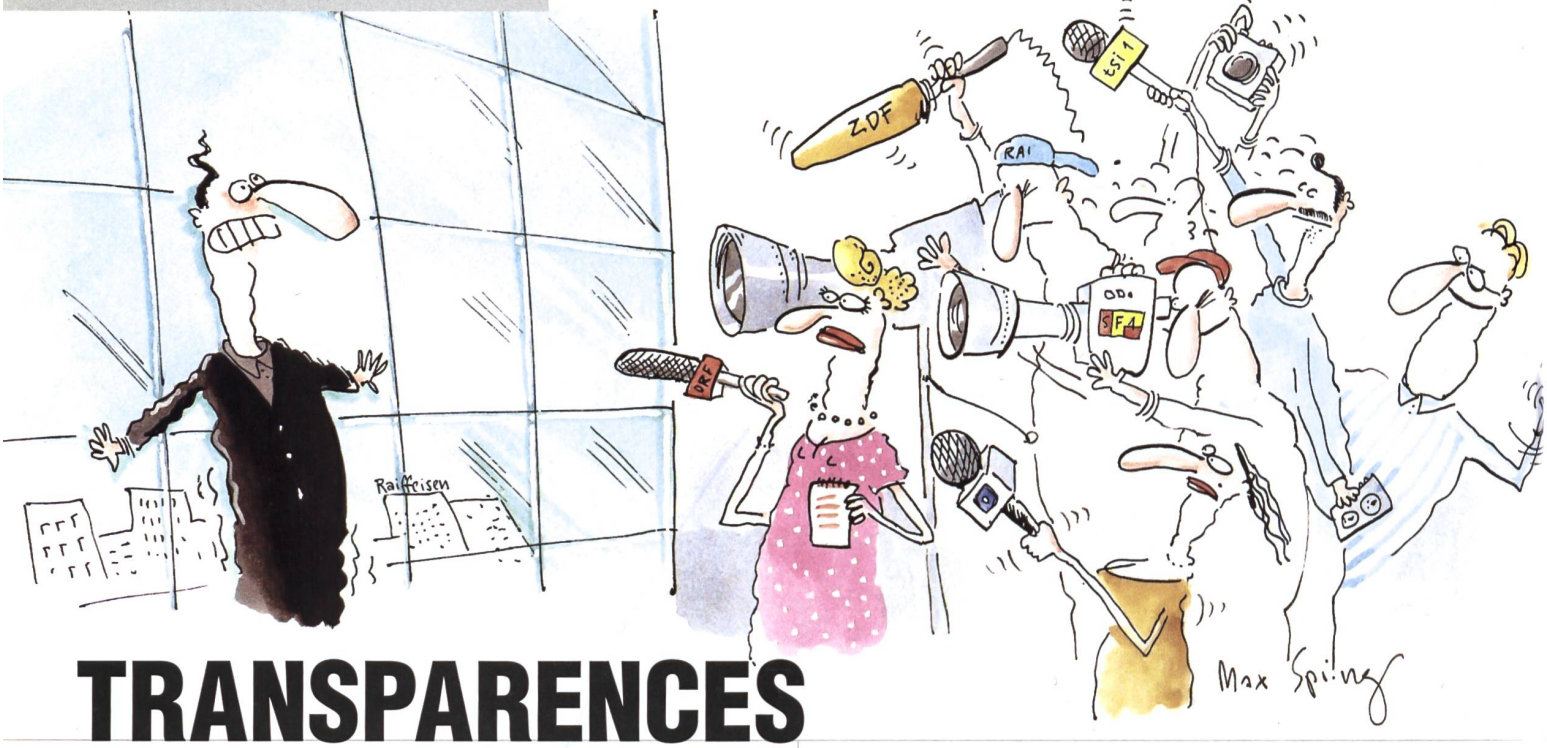
Dans le meilleur assortiment de Suisse pour le bain et la cuisine

Vernissage dans la salle de bains. Un design de classe mérite une fois de plus les félicitations du jury. Les vedettes: des designers possédant une grande renommée, un goût exemplaire et un feeling sans pareil. Voilà pourquoi chacune de nos salles de bains constitue un petit chef d'œuvre artistique. Bienvenue dans notre exposition, adonnez-vous au plaisir de choisir. Venez vite dans l'exposition de salles de bains la plus innovatrice de Suisse! Ne vous laissez pas devancer!

La référence pour la cuisine et la salle de bains

Basel, Biel/Bienne, Carouge-Genève, Chur, Contone, Crissier, Develier, Jona-Rapperswil, Köniz-Bern, Kriens, Lugano, Olten, Sierre, St. Gallen, Thun, Winterthur, Zürich. *www.sanitastroesch.ch*

SANITAS TROESCH SUISSE



TRANSPARENCES

La façade en verre du nouvel immeuble commercial est de couleur anthracite tout comme d'ailleurs le complet d'Albert Nicod sous lequel il porte un t-shirt noir. Vêtu de manière tout à fait correcte, il ne se sent cependant pas à l'aise dans ces habits. Aujourd'hui a lieu en effet, à l'entrée du bâtiment, une manifestation à laquelle lui, Albert Nicod, peut également participer grâce à son copain Henri Favre. Une réunion privée, exclusive s'il en est. Toutes les personnes influentes des milieux politiques et économiques de la ville ont été invitées pour venir célébrer, comme il se doit, les prouesses architecturales.

Or, Albert Nicod est arrivé trop tôt sur les lieux. Le service de catering commence à installer les tables. Les mains dans les poches, il flâne dans le hall d'entrée... Personne ne le dérange, et personne n'exige de lui son coupon d'invitation. Bien au contraire, les employés du catering le saluent respectueusement au passage, de jeunes dames rient sous cape. Albert Nicod les salue à son tour et se consacre à l'étude de la construction en verre dont les journaux locaux viennent de parler.

«Puis-je vous interrompre un instant?» Albert Nicod se trouve nez à nez avec un homme, le visage en sueur, qui écarte ses bras pour le saluer chaleureusement. Irrité par tant d'attention, Albert Nicod lui tend la main droite que l'homme secoue à plusieurs reprises. Ils ont encore quelques sujets de discussion. Et l'homme qui transpire l'invite à bien vouloir l'accompagner dans son bureau.

Pourquoi pas, puisque lui, Albert Nicod, ne va pas douter de la bonne facture de la carte d'invitation que lui a transmise Henri Favre. Il lui emboîte le pas, sans soucis apparents: «Mais que puis-je donc faire pour vous?»

L'homme semblait s'attendre à une telle question. Instantanément, un flot de paroles s'abat sur Albert Nicod: «Vérifier l'ordre des sièges pour les maîtres d'ouvrage, évoquer la durée de vie de l'ensemble...» Ses gesticulations frénétiques, ses recherches dans les dossiers rendent la situation plus floue encore aux yeux d'Albert Nicod. Mais il ne trouve pas de faille pour avoir quelque chose à redire. Même s'il lève l'index, son vis-à-vis l'interprète plutôt comme signe d'approbation et lui tape sur l'épaule en guise de reconnaissance.

Mais comment interpréter cette agitation? «Concepts transparents pour l'éternité, le verre comme culture d'entreprise, fin sereine de la manifestation...» Albert Nicod, décontenancé par ces bribes de phrases, titube vers la sortie du bureau. «Vous avez raison, il nous faut y aller», lui dit l'homme et, à l'entrée du hall principal, avant même qu'Albert Nicod ait eu le temps de réagir, il le présente à voix haute au public: «Mesdames et Messieurs, nous avons l'immense honneur d'accueillir aujourd'hui parmi nous un prestigieux orateur, un pape de l'architecture contemporaine, Marcel Clarté.»

Sous le crépitement des flashs et dans un tonnerre d'applaudissements, les gens forment une haie d'honneur. Au loin, Albert Nicod entrevoit le visage ricanant d'Henri Favre. ■ **ZANNY ZAUM**

Comment pensez-vous, chères lectrices, chers lecteurs, que le malentendu s'éclaircira: le dénouement viendra-t-il d'Albert Nicod lui-même ou d'Henri Favre? Envoyez votre réponse d'ici le 14 octobre à l'adresse suivante: Panorama, «Albert Nicod», route de Berne 20, 1010 Lausanne, ou par e-mail à: concours@raiffeisen.ch. Un sac de couchage original Raiffeisen sera tiré au sort parmi les envois les plus originaux.

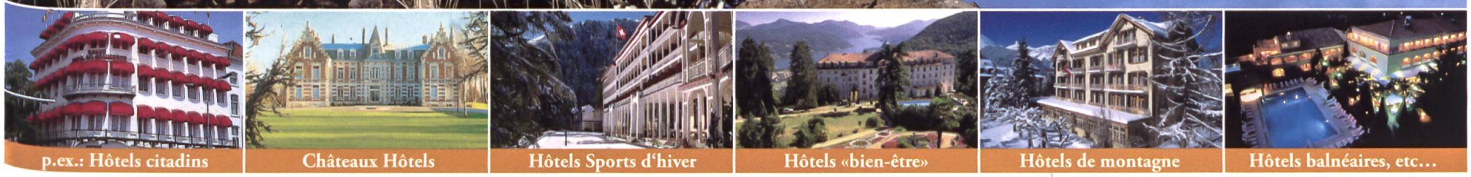
IMPRESSUM | **Editeur:** Union Suisse des Banques Raiffeisen | **Rédaction:** Philippe Thévoz, rédacteur, édition française, Pius Schärli, édition allemande, Lorenza Storni, édition italienne | **Conception, mise en page et préimpression:** Brandl & Schärer SA, 4601 Olten, www.brandl.ch; Photo de couverture: B&S | **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 huit fois par an: 326 000 ex. en allemand, 68 000 ex. en français, 46 000 ex. en italien | **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. | **Indication juridique:** Les informations publiées dans ce magazine n'ont aucune valeur promotionnelle et ne représentent pas une recommandation d'achat ou de vente. L'objectif est d'informer. La performance passée ne donne aucune garantie sur les développements futurs. | **Changements d'adresse: à annoncer directement à la Banque Raiffeisen locale.**

Vacances inoubliables à des prix de rêves

Gratuit: des bons Migros ou Coop d'une valeur de Fr. 30.–!

3 nuits pour 2 personnes dans l'hôtel de votre choix seulement **Fr. 75.–**

Suisse. tout naturellement.



Bienvenue dans l'univers des vacances *freedreams* ! Vivez des jours inoubliables dans un hôtel 3 ou 4 étoiles à des prix on ne peut plus attrayants. Un choix de plus de 2.500 hôtels dans 18 pays d'Europe s'offre à vous, dont plus de 300 hôtels en Suisse. Réjouissez-vous d'avance de votre séjour ! **Appréciez un séjour à Locarno, Lugano, Brissago, Crans-Montana ou St. Moritz par exemple ou découvrez des villes comme Milan, Hambourg, Salzbourg, Barcelone ou Prague et tant d'autres qui valent le détour.**

Plaisir intense, à prix avantageux

C'est aussi simple que cela: vous achetez un chèque hôtelier *freedreams* – 3 nuitées pour 2 personnes – pour seulement Fr. 75.–. Le petit déjeuner et le repas du soir ne sont pas compris, ceux-ci doivent être réglés sur place. Ainsi vous obtenez un prix plus avantageux par rapport à une réservation d'une demi-pension régulière faite directement à l'hôtel – et cela sans compromis sur la qualité! En même temps que les chèques hôteliers *freedreams* vous recevrez l'important catalogue d'hôtels (également disponible sur www.freedreams.ch), qui vous permettra de sélectionner votre hôtel de rêve. **De plus, nous vous offrons à la commande de deux chèques *freedreams* des bons Migros ou Coop d'une valeur de Fr. 30.–!**

free=dreams® voyagez futé.

Informations et commandes: 0848 88 11 99,
les jours ouvrables de 8 h à 18 h
ou www.freedreams.ch

Partir en vacances:

☐ **Je profite de votre offre spéciale:**
veuillez m'envoyer ..... chèque(s) hôtelier(s) *freedreams* pour seulement Fr. 75.–.

Pour deux chèques hôteliers *freedreams* gratuitement:
(Veuillez marquer)

☐ **bons Migros d'une valeur de Fr. 30.– ou**
☐ **bons Coop d'une valeur de Fr. 30.–**

Chaque chèque donne droit à 3 nuitées pour 2 personnes dans l'un des 2'500 hôtels partenaires *freedreams* en Suisse et dans toute l'Europe. Validité des chèques: 1 an. Avec votre commande, vous recevez en outre gratuitement l'édition actuelle du guide hôtelier *freedreams* (frais d'administration Fr. 4.95). Offre spéciale valable jusqu'au 31.12.05. L'offre n'est valable que pour les clients domiciliés en Suisse et dans la Principauté de Liechtenstein.

Prénom/Nom

Rue

NPA/localité

Téléphone Date de naissance

E-Mail (Si vous êtes intéressé pour recevoir les informations sur freedreams en ligne, veuillez indiquer votre E-Mail ici)

Je règle: ☐ par facture, payable à 10 jours
☐ VISA ☐ MasterCard/EUROCARD ☐ AMERICAN EXPRESS

Numéro de la carte

Carte valable jusqu'au

PANSEP05F

Lieu/Date Signature

A envoyer à: DuetHotel SA, Chèque hôtelier *freedreams*, Haldenstrasse 1, Case postale, 6342 Baar

Ouvrons la voie

En votre qualité de sociétaire de la Banque Raiffeisen, vous disposez d'un partenaire à vos côtés qui vous connaît et qui est en mesure de vous conseiller personnellement dans toutes vos opérations financières. Vous profitez en outre, dès votre affiliation, de plusieurs avantages: compte privé sans frais bancaires, compte épargne rémunéré à un taux préférentiel et Passeport musées vous donnant droit à des entrées gratuites dans plus de 400 musées de Suisse. C'est avec plaisir que nous vous expliquerons comment devenir sociétaire.

RAIFFEISEN

www.raiffeisen.ch