Zeitschrift: Panorama / Raiffeisen
Herausgeber: Raiffeisen Suisse société coopérative
Band: - (2006)
Heft: 2

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

LE MAGAZINE CLIENTS DES BANQUES RAIFFEISEN

PANORAMA

Nº 2 / Mars 2006

RAIFFEISEN

Assurez un avenir et un toit à votre famille.

Plus on pense tôt à l'avenir. Mieux on s'y prépare. Par exemple, avec une assurance risque-vie. Pensez à vous assurer, vous et vos proches, contre d'éventuelles difficultés financières, et intérêts hypothécaires et loyers continueront à être payés. Profitez dès maintenant d'un conseil personnalisé.
www.raiffeisen.ch

Ouvrons la voie

RAIFFEISEN

Photo: Marc Wetli

Raiffeisen sous un nouveau jour

A l'occasion d'une soirée, j'ai récemment eu la chance de voir un film sur Raffeisen, vieux de plus de 30 ans. Sur l'écran apparaissaient sans cesse les sourires éclatants des personnes filmées. Coiffures et vêtements, parfaitement à la mode des années 73, ont cependant déclenché de véritables fous rires chez certains spectateurs.

Nous connaissons tous cet effet: nous feuilletons un vieil album de photos puis hochons la tête, incrédules: «Mon Dieu, comment a-t-on osé se balader comme ça?» Eh bien oui! C'était la mode et notre apparence correspondait parfaitement à la couleur du temps.

Les entreprises ont, elles aussi, une image qui doit correspondre à l'esprit du temps. Raiffeisen non plus ne veut pas apparaître comme une relique de temps révolus uniquement parce qu'elle tient à ses anciens atours.

Depuis plus de 100 ans, le nom de Raiffeisen est tout un programme en Suisse et reste aujourd'hui synonyme de banque de confiance pour la Suisse entière. Ces dernières années, Raiffeisen a fortement développé ses compétences et sa compétitivité. Quoi de mieux que cette excellente renommée pour que les clients reconnaissent partout et toujours Raiffeisen? C'est une évidence. Rien à ajouter! C'est pour cela que, pour le choix de notre nouveau logo, nous avons totalement fait confiance à la force du nom Raiffeisen et l'avons tout simplement habillé d'une nouvelle couleur.

Le nom de Raiffeisen: simple, clair et précis, à l'image de nos produits. Le graphisme: léger et dynamique comme le traitement des opérations bancaires dans votre Banque Raiffeisen. Et enfin la couleur: un rouge profond car vous conseiller personnellement nous tient vraiment à cœur.

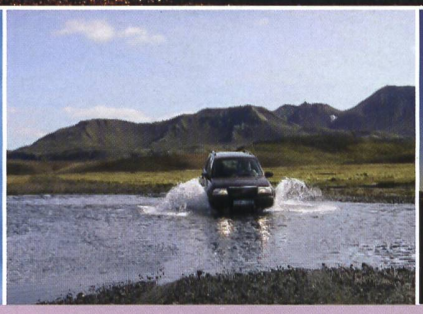
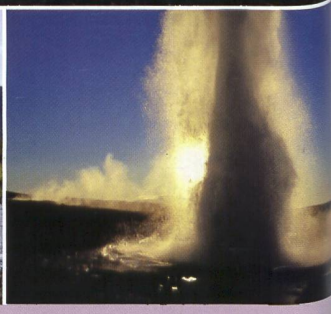
Ne vous faites aucun souci! Raiffeisen retouche son visuel. Mais Raiffeisen reste Raiffeisen, toujours fidèle à elle-même.

PIERIN VINCENZ,
PRÉSIDENT DE LA DIRECTION
DU GROUPE RAIFFEISEN

L'Islande

L'île de feu et de glace!

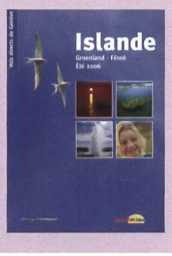
Vol direct de Genève pour l'Islande

L'exceptionnel vous tente?

Alors entreprenez l'ascension de volcans et de glaciers, observez des baleines, montez à cheval en parcourant les champs de lave, baignez-vous dans des sources chaudes, vivez les jaillissements d'un geyser et promenez-vous sous l'écume d'imposantes chutes d'eau. Plus rien ne doit vous arrêter pour aller découvrir l'île de feu et de glace.

Profitez de voyager en Islande! Commandez encore aujourd'hui la brochure détaillée de votre spécialiste!



Vous trouverez d'autres offres pour des vacances dans le grand Nord dans nos catalogues:

- Islande / Groenland
- Ecosse
- Scandinavie / Pays Baltes

NORDIC VOYAGES

021 641 08 20

www.kontiki.ch

ICELANDAIR

kontikisaga
Le nord c'est Nous.

N° 2 / Mars 2006

Page de couverture
La nouvelle «griffe» RAIFFEISEN est peaufinée dans les halles de production de Westiform. Ici, l'opération de contrôle de l'une des 12 000 lettres qui sont destinées à briller de tout leur éclat sur les façades des sièges et agences des 421 établissements Raiffeisen du pays. Pour éclairer les lettres, le choix s'est porté sur le système de luminaires LED économe en énergie.

Photo: Marc Wetli

DOSSIER

6 **Hommage au père fondateur**
Nouvelle identité visuelle pour le groupe Raiffeisen.

11 **Moderne et durable**
Comment est né le nouveau logo.

MAISON

12 **Financer sa maison...**
Ficeler son plan de financement.

12 **...et bien l'assurer**
Se protéger d'événements imprévus.

ARGENT

17 **L'horizon de la retraite**
Penser à planifier sa retraite assez tôt.

20 **Argent, source de cupidité?**
Pour Bernard A. Lietaer, le système monétaire provoque la pauvreté.

25 **Prévoyance durable**
Placer de façon écologique et éthique.

RAIFFEISEN

26 **Exercice record**
Croissance de tous les postes clés.

30 **Benvenuti in Ticino!**
Nouvelle offre exclusive aux sociétaires...

32 **Banque de femmes**
Quand l'équipe est 100% féminine.

GENS

43 **Lieux publics souillés**
Gestion des déchets: éducation à faire.

46 **«Je dis ce que je pense»**
Interview du banquier Hans Vontobel.

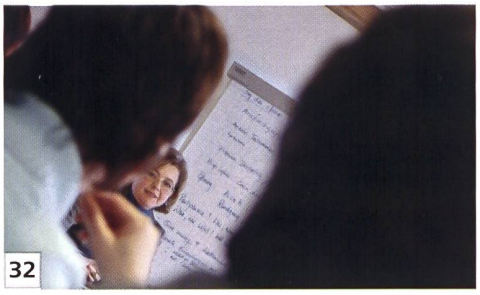
49 **La cinémathèque de la pub**
Collection unique au monde en Ajoie.

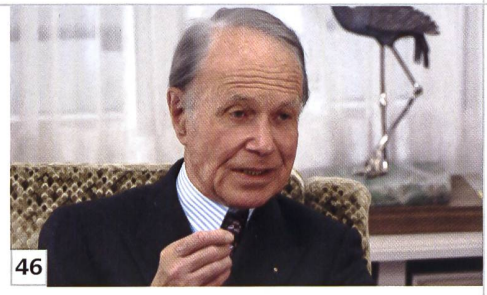
POINT FINAL

50 **Friends 4 ever**

11

30


32


46

50

Hommage au père fondateur

Dans l'élaboration de sa nouvelle identité, Raiffeisen met pleinement l'accent sur le nom de son père fondateur Frédéric-Guillaume Raiffeisen. Le logo comportant alvéole d'abeille, épis de blé et clé assorti du mot «Banque» a disparu. Les dix lettres R A I F F E I S E N et la couleur rouge dominent désormais.

Nous avons aussi fait l'histoire de l'année 1973: le scandale des écoutes du Watergate éclate, ce qui, un an plus tard, vaut à Richard Nixon son poste de Président des Etats-Unis, le premier choc pétrolier paralyse l'économie et en Suisse le groupe Raiffeisen avec ses 1200 points de vente se dote d'un nouveau logo. Depuis lors, beaucoup de choses ont changé: le monde est devenu plus frénétique, la société et les Banques Raiffeisen ont connu des bouleversements importants. Mais l'image de Raiffeisen marquée du même logo depuis plus de 30 ans est restée inchangée.

Cette image ne correspond plus à l'esprit de notre temps et ne sait pas véhiculer avec assez d'efficacité ce qu'est et qui est vraiment Raiffeisen aujourd'hui. Pour différentes raisons, il n'a pas été possible de mettre l'ancien logo au goût du jour. Par conséquent, pour son nouveau logo, Raiffeisen a opté pour une signature. Ce nouveau corporate design (sa nouvelle identité) a été conçu par la société spécialisée dans la création de marques MetaDesign (voir article p. 11). Celle-ci a dû tenir compte de très nombreux paramètres: ancien logo, concurrents, valeurs véhiculées par la marque, intemporalité, effet de reconnaissance, optimisation des coûts de mise en œuvre, image de jour et de nuit, etc. Autant de conditions qui limitaient considérablement la marge de manœuvre.

Qu'en pensez vous?

Que pensez-vous de la nouvelle image de Raiffeisen? Donnez nous votre avis par e-mail (panorama@raiffeisen.ch) ou par carte postale: Panorama, «La nouvelle image», route de Berne 20, 1010 Lausanne. Un tirage au sort sera effectué parmi les courriers reçus pour gagner l'un des trois lingots d'or Raiffeisen uniques et estampillés du signe d'authentification KinebarTM (élément de sécurité gravé et holographique) mis en jeu. En plus de leur valeur intrinsèque, il s'agit de véritables bijoux qui seront en vente à partir de la mi-mars dans toutes les Banques Raiffeisen.

L'alvéole d'abeille disparaît

Par ce nouveau logo, Raiffeisen renonce délibérément aux éléments iconographiques malgré la difficulté d'un tel choix. Raiffeisen a pris acte de l'échec de toutes les tentatives de modernisation de l'ancien logo. Une telle approche aurait en effet entraîné beaucoup de travail et de coûts alors même que le potentiel de mémorisation de l'ancien logo auprès du public était limité. Des sondages menés auprès de personnes sélectionnées à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise ont révélé par exemple que les couleurs ou les différents éléments présents sur l'ancien logo étaient difficilement mémorisables.

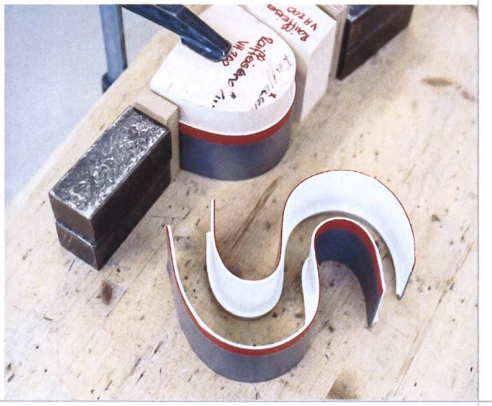
En outre l'ancien logo était, de par sa polychromie et la délicatesse de ses éléments, extrêmement difficile à reproduire à l'impression, mais aussi dans des inscriptions extérieures. En outre, sa symbolique archaïque et son esthétique surannée étaient de plus en plus difficilement conciliables avec les secteurs porteurs d'avenir, les activités de plus en plus urbaines, ainsi que la volonté du groupe de s'adresser à une clientèle jeune. Raiffeisen souhaite faire rayonner vers l'extérieur tout le dynamisme et la compétence qui règnent déjà à l'interne sans pour autant porter atteinte aux valeurs de fiabilité et de respectabilité que Raiffeisen a su cultiver tout au long de ses cent ans d'histoire et qu'elle met en œuvre tous les jours auprès de sa clientèle.

Patrik Gisel, vice-président du groupe Raiffeisen, souligne: «En définitive, le logo ne joue pas un rôle déterminant; plus importants sont le professionnalisme, la qualité du contact personnel et les performances que nous apportons tous les jours à nos sociétaires et à nos clients.» Le nouveau graphisme intemporel (marque nominative) est prévu pour durer 20 ans et a, par sa simplicité même, de très bonnes chances de s'imposer encore plus longtemps.

Approbation des Banques

On sait par expérience que la création d'une nouvelle identité d'entreprise, dont le logo fait partie intégrante, coûte beaucoup d'argent. Et certains vont se demander: qu'est-ce que cela m'apporte en tant que client? «Nos sociétaires et clients savent que, ces dernières années, les Banques Raiffeisen ont renforcé leur dynamisme et leurs compétences tout en élargissant leur offre de produits.

Photos: Marc Wetli



Ces évolutions ne s'étaient pas encore traduites en termes d'image de l'entreprise. Nous venons de franchir ce pas pour donner à tous les clients de Raiffeisen un argument de plus en faveur de la banque», déclare Patrik Gisel.

Avant que la décision sur le nouveau logo ne soit prise, les 420 Banques Raiffeisen ont été invitées à des réunions d'information internes, afin de donner leur avis sur le nouveau logo et la nouvelle identité de Raiffeisen en général. Nous avons reçu des échos très positifs dans l'ensemble aussi bien par le biais des déclarations spontanées faites au cours des réunions, que des nombreuses prises de position écrites. Évidemment certaines voix dissidentes se sont exprimées, mais dans plus de 80 % des cas, c'est la joie de voir les développements internes au Groupe et aux Banques s'exprimer dans son image (portée vers l'extérieur) qui a primé.

Le rouge Raiffeisen

Le rouge est la nouvelle couleur maison de Raiffeisen, elle doit véhiculer un certain nombre de valeurs. Le rouge Raiffeisen, en jargon professionnel «pantone 179C», exprime le dynamisme, la performance, le contact étroit avec la clientèle et une certaine fraîcheur; il doit attirer les regards. Les inscriptions extérieures des Banques produiront un effet de reconnaissance beaucoup plus fort qu'aujourd'hui. La couleur rouge a été retenue car elle suscite la convivialité et la sympathie. Cette couleur primaire est essentiellement utilisée pour la marque nominative, mais aussi comme couleur de contraste pour rehausser. Le rouge Raiffeisen est utilisé de manière ciblée et très consciente par Raiffeisen.

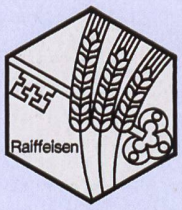
En plus du rouge Raiffeisen, plusieurs couleurs secondaires sont utilisées pour représenter visuellement les trois mots d'ordre de Raiffeisen: le bleu/gris bleu qui symbolise la compétence, le jaune/vert le dynamisme et le brun/gris la fiabilité. Cette symbolique va s'imposer avant tout dans les brochures et les prospectus, mais aussi dans les espaces-clients des Banques. «Outre la couleur, d'autres caractéristiques permettent de délimiter clairement notre identité auprès du public. C'est l'impression générale véhiculée par les inscriptions, les annonces, les panneaux et affiches des vitrines et les prospectus qui est déterminante. Grâce à l'utilisation très ciblée de notre signalétique et à l'harmonie tricolore caractéristique comme élément graphique, nous serons reconnus partout sans ambiguïté», souligne Patrik Gisel.

Finis les néons

La nouvelle inscription présente sur les façades des Banques Raiffeisen et de leurs agences, ainsi que sur les panneaux et les pylônes (supports extérieurs) sont fabriqués par Litex à Appenzell et par Westiform à Niederwangen (BE), cette dernière pouvant se prévaloir d'une expérience de plus de 80 ans dans la branche. Incroyable mais vrai: l'ensemble des 12 000 lettres (de 5 tailles différentes allant de 25 cm à 55 cm) qui composent l'inscription RAIFFEISEN, ainsi que les 1200 panneaux, 720 pylônes et diverses installations spéciales ont été fabriquées à la main pour des exigences de précision. Ces derniers mois, 160 (sur les 500) collaborateurs de Westiform, ainsi que quatre chefs de projet ont participé à ce projet monstre.

L'histoire du logo Raiffeisen

1



2

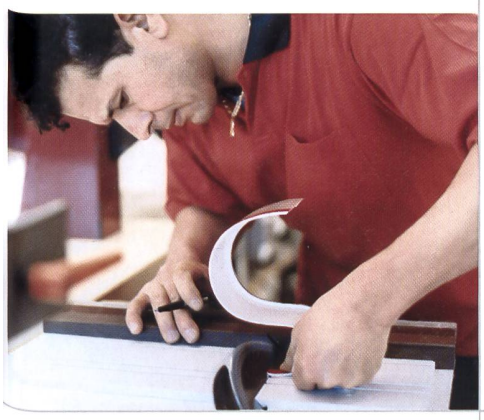
3

4

L'ancien logo Raiffeisen a été utilisé pendant plus de 33 ans et il lui a fallu presque autant de temps pour acquérir sa forme. C'est un dessinateur en broderie de Saint-Gall qui en a fait la première version filigrane (1) en 1942. Il a placé l'épis de blé (symbole de fertilité) au centre, sans doute en réaction à la désolation des champs de bataille de la 2e guerre mondiale. L'alvéole d'abeille symbolisait le labeur et l'économie, la clé la sécurité des dépôts confiés à la banque.

«Les quatre épis de blé tendant vers la même direction représentent l'objectif commun des classes moyennes rurales: les paysans, les artisans, les petits commerçants et les fonctionnaires apportant chacun les fruits de leur labeur. Ils incarnent également les quatre zones linguistiques à travers lesquelles s'étend notre Union», expliquait alors la direction de l'Union Suisse des Banques Raiffeisen. Enfin, le bandeau représentait la collaboration au niveau national.

Dans les années 50 (2) et 60 (3), des éléments ont été rajoutés, puis abandonnés. En 1973, l'Union a entrepris de condenser et de concrétiser son image (4). C'est à cette époque que le logo a été complété par les trois couleurs rouge, bleu et jaune.



Et ils sont très fiers du résultat: «Ce sont des lettres vraiment extra», nous confie une dame de la production en plaçant une lettre dans une forme de bois. L'éclairage des lettres est assuré par des diodes électroluminescentes (DEL) dont la consommation est deux fois moins élevée que les tubes néon classiques, dont la durée de vie est trois fois plus élevée et qui ne contiennent pas de substances nocives telles que le mercure. «L'élimination des anciens équipements s'effectue selon un procédé de séparation des matériaux, c'est-à-dire que l'acrylique est transformé en granules, le verre des tubes néon est fondu après extraction du mercure», déclare Robert Fuchs, responsable du secteur Gestion de la marque chez Raiffeisen.

L'entreprise Westiform, leader européen dans le domaine de la communication visuelle, est également responsable du montage et coordonne jusqu'à 25 équipes de montage composées de ses propres employés, mais aussi de 20 entreprises régionales de production d'enseignes lumineuses. En faisant intervenir des peintres, maçons et électriciens locaux, Raiffeisen soutient encore une fois l'artisanat local. L'ensemble du projet est géré par un système informatique basé sur Internet permettant de représenter chacun des 1500 sites (Banques, Bancomat). Au cours des semaines à venir, les anciennes inscriptions vont être démontées à raison de 30 Banques par jour.

«Il s'agit d'une véritable prouesse en termes d'organisation», déclare Arno B. Gähwiler, directeur des ventes de Westiform et totalement conquis par le nouveau visuel de Raiffeisen: «Il est clair, sans ambiguïté et intemporel. Le changement était nécessaire pour se positionner à long terme sur le marché. Cela permet aussi à Raiffeisen de s'adresser à un public jeune. Le graphisme est plus cohérent et se détache mieux.» Malgré sa nouvelle image, Raiffeisen reste fidèle aux idées et valeurs fondatrices développées par Frédéric-Guillaume Raiffeisen. ■ **PIUS SCHÄRLI**

Entretien avec Patrik Gisel, vice-président de la direction du groupe Raiffeisen

Photo: Ldd

«Panorama»: L'ancien logo date de l'année 1973. Pourquoi Raiffeisen a-t-elle attendu plus de 30 ans pour ce changement?

Patrik Gisel: Le corporate design et donc l'image d'une entreprise a une durée de vie très longue, notamment lorsque les retours de la part des clients sont aussi positifs que ceux dont a bénéficié Raiffeisen. Ces dernières années, nous avons concentré nos efforts sur l'élargissement et l'optimisation de l'offre des prestations proposées à nos clients. Entre-temps, nous avons atteint un stade dans notre développement où nous voulions également montrer ce progrès à l'extérieur.

A-t-on préalablement testé si cette nouvelle identité visuelle sera vraiment bien accueillie?

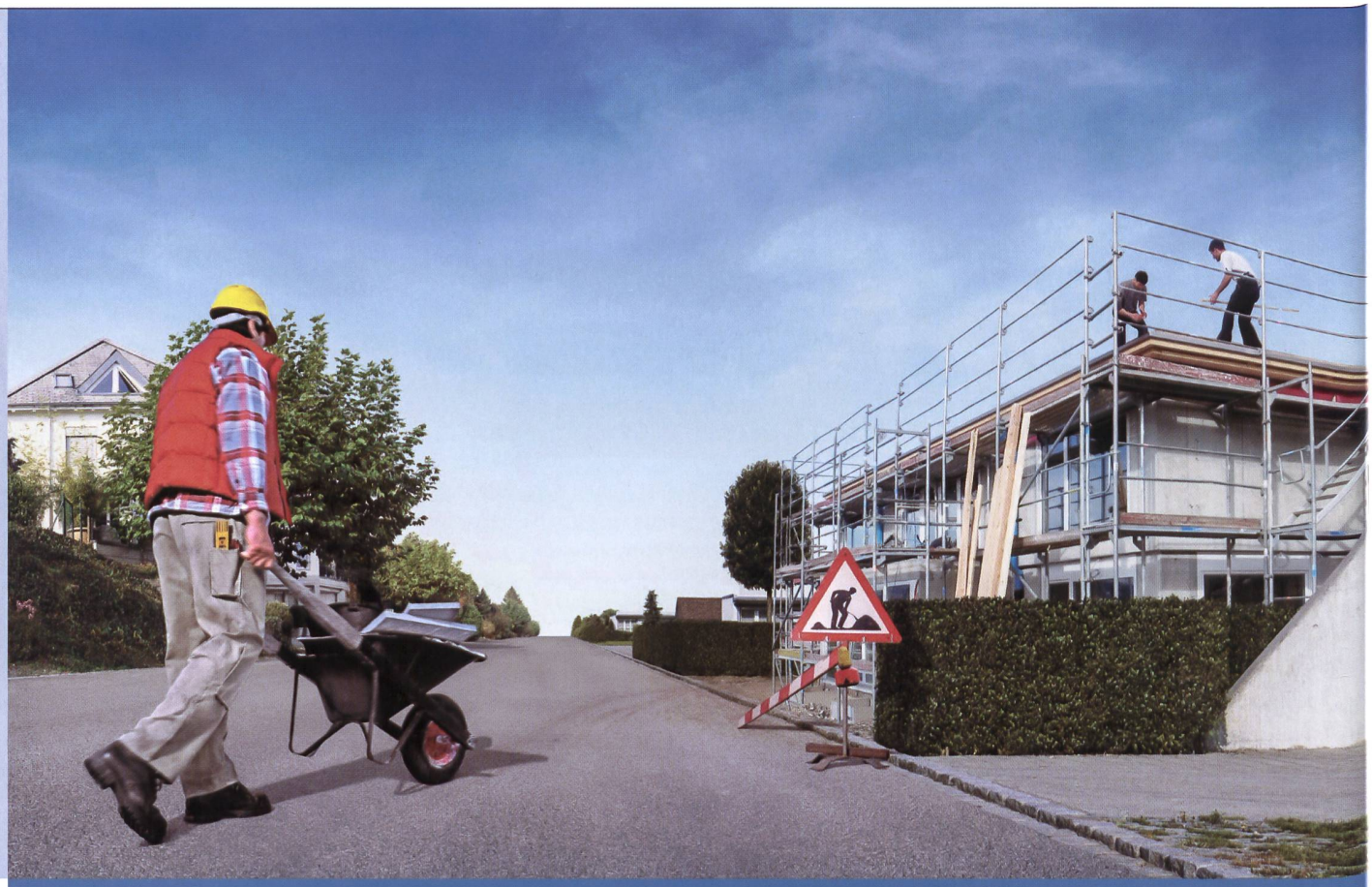
Nous avons évidemment recueilli les réactions de divers groupes cibles sur la nouvelle présentation. De plus, pendant le processus de sélection, des projets ont été présentés à différents experts qui nous ont donné de précieux renseignements quant à la présentation. D'autre part, nous avons pu nous forger un jugement fondé sur une large base de présentation à Raiffeisen en interne. Nous en avons conclu qu'un nouveau logo nécessite un temps d'adaptation important, même chez Raiffeisen. En effet, l'ancien logo nous est toujours familier et est associé à beaucoup de souvenirs et d'expériences. Selon notre expérience, une période de six mois au moins est nécessaire pour que le sentiment de reconnaissance s'installe pour la nouvelle image.

Et si cette image ne plaisait pas: avez-vous prévu cette éventualité?

Qu'allez-vous donc penser là? Le nouveau logo ne sera pas un flop! La présentation à Raiffeisen en interne date de tout juste un an et nous sommes entièrement convaincus par notre nouvelle apparence et par tout ce qui va avec. Il est impossible de faire marche arrière. De toute manière, ce qui compte finalement ce n'est pas l'enveloppe externe d'une entreprise, mais les prestations qu'elle fournit. La réputation et la force d'une marque résultent directement de prestations de qualité; ce sont elles qui créent l'image positive et performante d'une entreprise qui se traduit ensuite dans le corporate design. C'est dans cette perspective que nous voulons avant tout progresser. Nous nous orientons avant tout sur les besoins et les demandes de nos clients.

Pourquoi seulement une marque nominative: un élément iconographique ne transmettrait-il pas plus d'émotions?

Le nom Raiffeisen est connu et jouit d'une très bonne réputation. Les collaborateurs du groupe Raiffeisen sont fiers de leur nom de sorte que désormais il se trouve au premier plan de notre logo. Nos sociétaires et clients font l'expérience de la qualité de nos services de conseil personnalisé au quotidien dans leur Banque. Le logo sert à souligner cette identité. Interview: Pius Schärli



Une bonne assurance construction et vous vivrez en toute quiétude.

Construire ou rénover un logement est toujours source de bonheur. Mais mieux vaut être prudent. Assurez-vous à temps contre les risques inhérents à votre nouvelle habitation. Avec une assurance construction et bâtiment de Raiffeisen. Convenez dès maintenant d'un rendez-vous avec votre Banque Raiffeisen.

www.raiffeisen.ch

Ouvrons la voie

RAIFFEISEN

Résolument moderne

Les produits de la banque ne sont pas palpables. L'importance de l'image de marque est d'autant plus importante. En effet, il est ici question de la confiance que vous nous accordez à propos d'un sujet aussi délicat que l'argent.

L'image que nous présentons au public sous toutes ses facettes, de la carte de visite à l'habillage des bâtiments, des brochures produits à notre site Internet, joue un rôle essentiel. En effet, pour une banque, c'est l'unique moyen d'expression de la marque. En conséquence, l'élaboration d'une nouvelle image a aussi été un défi à multiples facettes. D'une part, il s'agissait de faire un pas franc et résolu en avant tout en restant fidèle à notre image de marque traditionnelle. En même temps, la banque devait se démarquer de ses concurrents, dont certains ont déjà fait peau neuve au cours de ces dernières années.

Enfin, il fallait trouver une réponse à la question suivante: comment la banque suisse qui exploite le réseau le plus dense de filiales, implantée de longue date dans les zones urbaines et qui a pour devise confiance, sympathie et dynamique peut-elle se présenter aujourd'hui au public? Ce qui peut apparaître comme une tentative de quadrature du cercle (d'emblée vouée à l'échec) est pour les experts des marques un problème certes épineux, mais surmontable. La conception du nouveau logo marque déjà un jalon décisif.

Les épis et les bandes bleu-orange-rouge disparaissent, car ils ne reflètent plus notre orientation vers l'avenir. Nous avons conservé ce qui communique le mieux l'identité de la Banque Raiffeisen et qui est irremplaçable, notre nom. «Le débat sur la question de ce que nous devions conserver de notre ancienne image a été particulièrement difficile. Nous devions nous prononcer sur des choses qui faisaient partie intégrante de l'histoire de Raiffeisen et donc particulièrement chargées d'émotions», déclare Urs Scheiwiller, chef designer de MetaDesign.

Outre le logo, un véritable système de représentation intégrant entre autres les couleurs de base et le style de l'image a progressivement vu le jour. Ce système est constamment présent comme un fil rouge dans toutes les facettes de notre représentation en garantissant la cohérence, y compris dans le présent magazine qui, lui aussi, a été relooké. Par conséquent, les personnes qui entreront prochainement dans une des Banques et agences Raiffeisen, feuilletteront l'une des nouvelles brochures, surferont sur le site Internet ou regarderont l'équipe de ski nationale suisse à la télé, pourront percevoir que toutes nos apparitions obéissent à un seul concept. Et peut-être pourront-elles aussi deviner la somme de travail que cela représente.

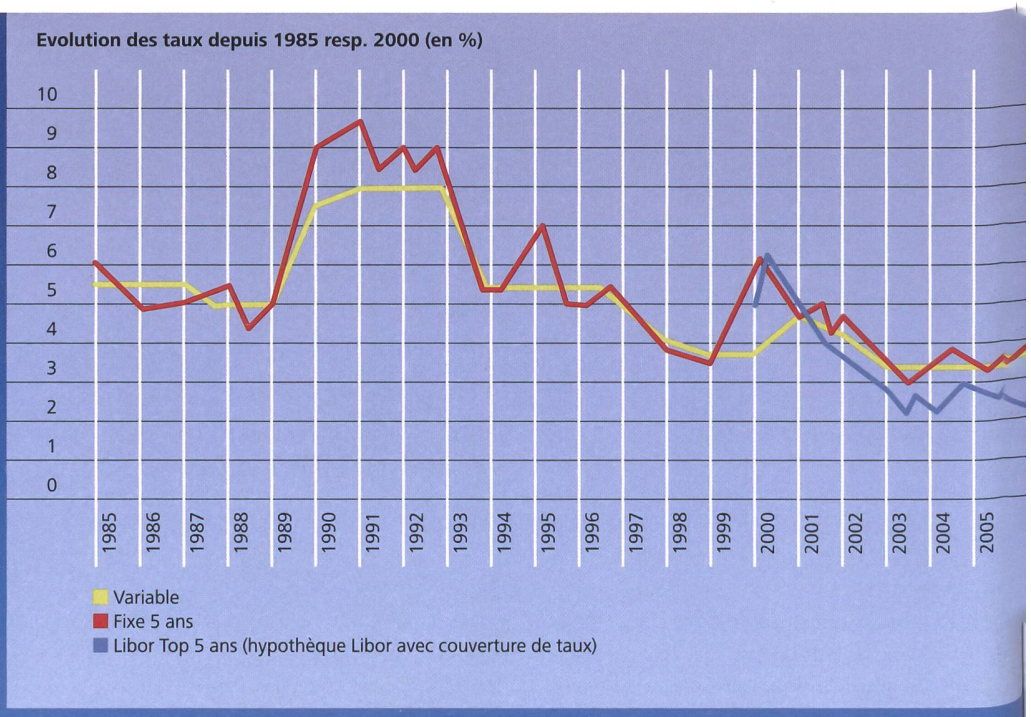
Cela ne pouvait bien évidemment être réalisé en quelques mois que par une équipe de créateurs et de conseillers constituée tout spécialement pour ce projet par MetaDesign. Elle a travaillé en étroite collaboration avec les responsables de Raiffeisen, de sorte que toutes les exigences de la Banque ont été prises en compte et que l'image proposée a ainsi connu ses premiers partisans en interne. C'est ainsi qu'est née une image de marque, résolument moderne mais pas «à la mode», qui possède la puissance nécessaire pour représenter Raiffeisen sur le marché de manière crédible et durable. Comme toute nouveauté, elle nécessite un certain temps d'adaptation mais, à en juger par la rapidité avec laquelle elle a été adoptée en interne, elle a – espérons-le – toutes les chances de plaire aussi à nos clients.

■ **ALEXANDER HALDEMANN**

L'auteur est partenaire et directeur de MetaDesign, il est aussi chargé de cours à l'Université de St-Gall.

INFO

MetaDesign est spécialisé dans le développement et la gestion de marques. 230 experts travaillent aujourd'hui sur ce thème à Zurich, Berlin et San Francisco. Le nom de l'entreprise ne vous dira certainement rien, mais vous connaissez certainement leurs réalisations: les marques Audi, Bluewin, Swiss Life, Lucerne Festival ou Bayerische Landesbank.


Evolution des taux depuis 1985 resp. 2000 (en %)
10
9
8
7
6
5
4
3
2
1
0
1985
1986
1987
1988
1989
1990
1991
1992
1993
1994
1995
1996
1997
1998
1999
2000
2001
2002
2003
2004
2005
Variable
Fixe 5 ans
Libor Top 5 ans (hypothèque Libor avec couverture de taux)

Financer sa maison...

De plus en plus de personnes réalisent leur rêve de posséder leur propre toit. Tous les chiffres le montrent: à l'heure actuelle, le secteur du bâtiment est parvenu à des sommets jamais atteints depuis bien longtemps. La situation actuelle des taux d'intérêts a beaucoup contribué à cette évolution.

Qui peut donc payer comptant une maison ou bien un appartement en copropriété? Un plan de financement avec emprunt de capital et charges financières induites est indispensable. Selon la règle d'or en la matière, 20% des coûts d'investissement (la totalité des coûts engagés jusqu'à la fin des travaux) pour la construction d'une maison individuelle, ou 20% environ du prix d'achat de sa résidence personnelle, doivent être apportés en fonds propres (épargne, versement anticipé d'une caisse de prévoyance, avoirs du pilier 3a, prestations personnelles).

La part de financement de la banque couvre en principe 80% des coûts d'investissement ou du prix d'achat. Elle peut augmenter si des garanties supplémentaires telles que des gages en nantissement sont fournies. En plus du capital propre disponible, le revenu annuel est également déterminant, car lui seul permet d'estimer si les charges financières futures pourront être assumées. Ces charges se composent d'intérêts hypothécaires et d'amortissements. Il faut également prendre en compte les frais accessoires et les frais d'entretien. En règle générale, les charges financières annuelles de financement de la propriété doivent être inférieures au tiers du revenu annuel.

Amortissement

Nous entendons par amortissement le remboursement régulier d'une hypothèque. L'amortissement d'une hypothèque est avantageux pour plusieurs raisons. Une réduction des charges hypothécaires au moment du départ à la retraite peut être souhaitable ou bien on peut rechercher une optimisation de la charge fiscale. La distinction entre l'amortissement direct et indirect est ici essentielle.

> L'amortissement direct permet de réduire la dette existante ainsi que les intérêts hypothécaires induits. À intervalles réguliers, des montants fixés sont directement remboursés à la banque.

> Avec l'amortissement indirect, l'hypothèque n'est pas remboursée mais les montants fixés sont versés sur un compte de 3e pilier. À l'échéance prévue, l'hypothèque est réduite du montant du capital épargné au titre du 3e pilier. >

...et bien l'assurer

Alors même que vous êtes en bonne voie pour réaliser enfin votre rêve de maison individuelle, vous devez toujours être conscient des risques, en particulier pendant la phase de construction. Une assurance travaux de construction offre la protection financière nécessaire. À la fin des travaux, il convient aussi de faire le point sur la situation d'assurance de votre «chez vous».

François Donzé se rend presque quotidiennement sur le chantier où son rêve de maison individuelle devient lentement réalité. Un jour, les bras lui en tombent: une partie des fouilles de fondation se sont effondrées et ont été envahies par l'eau. Un moment d'effroi pour n'importe quel maître d'ouvrage. L'opinion commune selon laquelle les dommages seraient couverts par l'assurance responsabilité civile de l'architecte, de l'ingénieur ou de l'entreprise de construction n'est, en principe, pas fausse, mais lorsque les causes et les responsabilités ne peuvent être clairement établies, l'utilité de telles assurances trouve ses limites.

Comme, généralement, plusieurs intervenants sont impliqués dans la chaîne de causalité des dommages, il est souvent difficile de trouver un fautif. Lorsque la preuve de la responsabilité ne peut pas être établie envers le responsable présumé, c'est le maître d'ouvrage (ici François Donzé) qui, en raison de la causalité, est seul responsable en tant que propriétaire du sol et des ouvrages. En outre, l'architecte et le maître d'œuvre se rejettent souvent mutuellement la faute. Les conséquences sont des retards dans les travaux de construction, ce qui peut entraîner des coûts importants.

S'assurer pendant les travaux...

Dans la situation évoquée, l'assurance travaux de construction entre en jeu. Elle apporte une avance pour la remise en état et, en même temps, met tout en œuvre pour récupérer les coûts engagés. Au moment de l'octroi du crédit de construction, les banques exigent souvent du maître d'ouvrage

5.40 OSRAM AG, Postfach 2179, 8401 Winterthur

Redonne vie aux luminaires fatigués : la nouvelle OSRAM DULUX EL LONGLIFE.

Petites, puissantes, lumineuses ! Les lampes innovantes OSRAM DULUX® EL LONGLIFE sont maintenant notablement plus compactes que beaucoup de lampes économiques de même puissance – et la CLASSIC en forme de lampe à incandescence est devenue encore plus belle. D'autres avantages d'effets fortement vivifiants : jusqu'à 5% de lumière de plus que les lampes économiques usuelles et jusqu'à 80% d'économie d'électricité. Les nouvelles OSRAM DULUX® EL LONGLIFE font revivre même les luminaires fatigués. **www.osram.ch**

SEE THE WORLD IN A NEW LIGHT

OSRAM

Évaluation exhaustive de la charge supportable

Coûts d'acquisition	CHF	650 000.00
Fonds propres	CHF	130 000.00
Besoin de financement	CHF	520 000.00

Les fonds propres s'élèvent à 20% des coûts d'acquisition. Le besoin de financement est réparti sur 2 hypothèques, dans lesquelles 65% des coûts d'acquisition incombent en principe à la 1ère hypothèque.
Dans le calcul suivant, nous supposons que la charge des intérêts est de 5% pour la 1ère hypothèque et de 6% pour la 2e hypothèque. Il ne s'agit pas de taux d'intérêt réels mais d'intérêts moyens à long terme. Les banques utilisent ces taux afin d'inclure le scénario de hausse des taux d'intérêts. En ce qui concerne l'amortissement, nous supposons que le remboursement de la 2e hypothèque sera effectué dans un délai de 20 ans.

Intérêts 1ère hypothèque (5% de CHF 422 500)	CHF	21 125.00
Intérêts 2e hypothèque (6% de CHF 97 500)	CHF	5 850.00
Frais annexes (0,75% de CHF 650 000)	CHF	4 875.00
Amortissement (1/20 de CHF 97 500)	CHF	4 875.00
Charge annuelle	CHF	36 725.00
Charge mensuelle	CHF	3 060.40

Divers modèles hypothécaires

Les immeubles neufs sont financés par des crédits de construction. Le capital propre est alors versé sur un compte courant de construction sur lequel est prélevé l'ensemble des factures des entreprises jusqu'à la fin des travaux. Une fois les travaux terminés et toutes les factures payées, la dette globale du compte courant de construction est convertie en hypothèque. Il s'agit de la consolidation.

Dans ce but, différents produits hypothécaires sont disponibles. La gamme des produits est certes large mais il s'agit, en fait, de variantes des modèles d'hypothèques de base que sont l'hypothèque fixe, l'hypothèque variable et l'hypothèque basée sur le marché monétaire (LIBOR). Ces modèles sont plus ou moins attrayants selon la situation des taux d'intérêts.

L'hypothèque fixe est basé sur un taux d'intérêt constant pendant toute la durée contractuelle. La charge des intérêts est ainsi connue pour toute la durée de l'hypothèque, ce qui permet d'établir un budget précis. Ainsi, les preneurs d'hypothèques ne sont pas exposés au risque de hausse des intérêts pendant la durée convenue mais, inversement, ne profitent pas des baisses des taux.

La charge des intérêts de l'hypothèque variable fluctue en fonction de la situation des marchés des capitaux. Il est ainsi possible de profiter de baisses de taux mais, en contrepartie, il faut être capable d'assumer le risque de hausse des taux. Les taux d'intérêts des hypothèques basées sur le marché monétaire sont fonction de la situation du marché monétaire, en particulier sur le LIBOR (London Interbank Offered Rate). Il s'agit d'un taux de référence pratiqué par les banques pour les prêts interbancaires. Avec les hypothèques Libor, il est souvent possible de garantir une valeur plafond en cas de hausse des taux d'intérêts. Contrairement à l'hypothèque variable, les hypothèques Libor ont souvent une durée fixée au préalable.

Le financement d'une maison individuelle est une affaire éminemment personnelle. Une telle décision doit être mûrement réfléchie car, pour la plupart des gens, c'est la décision la plus importante et déterminante de leur vie. Le conseil en hypothèque est une question de confiance. Pour vous assister de façon exhaustive et compétente, le conseiller client de votre banque doit prendre en compte non seulement le type et la situation liés à l'objet mais également vos conditions de vie personnelle et vos besoins particuliers.

■ **THOMAS WEIBEL**

de souscrire une assurance travaux de construction. Il faut distinguer deux types d'assurances:

> **Assurance travaux de construction:** les risques comme des accidents imprévisibles ou des vols font partie intégrante des travaux de construction. Par exemple: les fouilles s'effondrent en raison de conditions de terrain difficiles ou des jeunes endommagent le gros œuvre en faisant un feu (vandalisme). De tels dommages, ainsi que ceux dus aux fautes ou aux maladresses des artisans qui, par inadvertance, peuvent endommager des parties de l'ouvrage, sont également assurés par l'assurance tous risques chantier. Dans ce cas, peu importe qui a causé les dommages et pourrait éventuellement être tenu pour responsable.

> **Assurance responsabilité civile du maître d'ouvrage:** l'assurance responsabilité civile du maître d'ouvrage couvre les dommages causés aux tiers pendant la durée des travaux. Elle représente les intérêts du maître d'ouvrage (François Donzé), lequel peut être tenu responsable par causalité en tant que propriétaire du terrain et des ouvrages. Elle accède à des demandes légitimes de tiers et refuse les demandes de dommages et intérêts infondées dirigées à l'encontre du maître d'ouvrage. Par exemple: pendant les travaux de creusement des fouilles, des fissures se forment dans la maison voisine ou bien un coup de vent détache une partie du toit et endommage le véhicule d'un tiers.

...et après aussi

Une fois la construction de la maison terminée, la garantie de l'assurance travaux de construction expire. C'est le dernier délai pour contracter une assurance du bâtiment. Dans ce cas aussi, il faut distinguer entre deux types d'assurance.

> **Assurance bâtiment:** les maisons représentent d'importantes valeurs patrimoniales exposées au danger d'actions extérieures imprévisibles. L'assurance risques bâtiment couvre les conséquences financières des bris de glace ainsi que des dégâts causés par le feu/éléments naturels[1], les eaux et le vol.

> **Assurance responsabilité civile du propriétaire:** lorsque des tiers subissent des dommages, l'assurance responsabilité civile prend en charge les demandes des personnes lésées et assume pour le propriétaire toutes les conséquences financières.

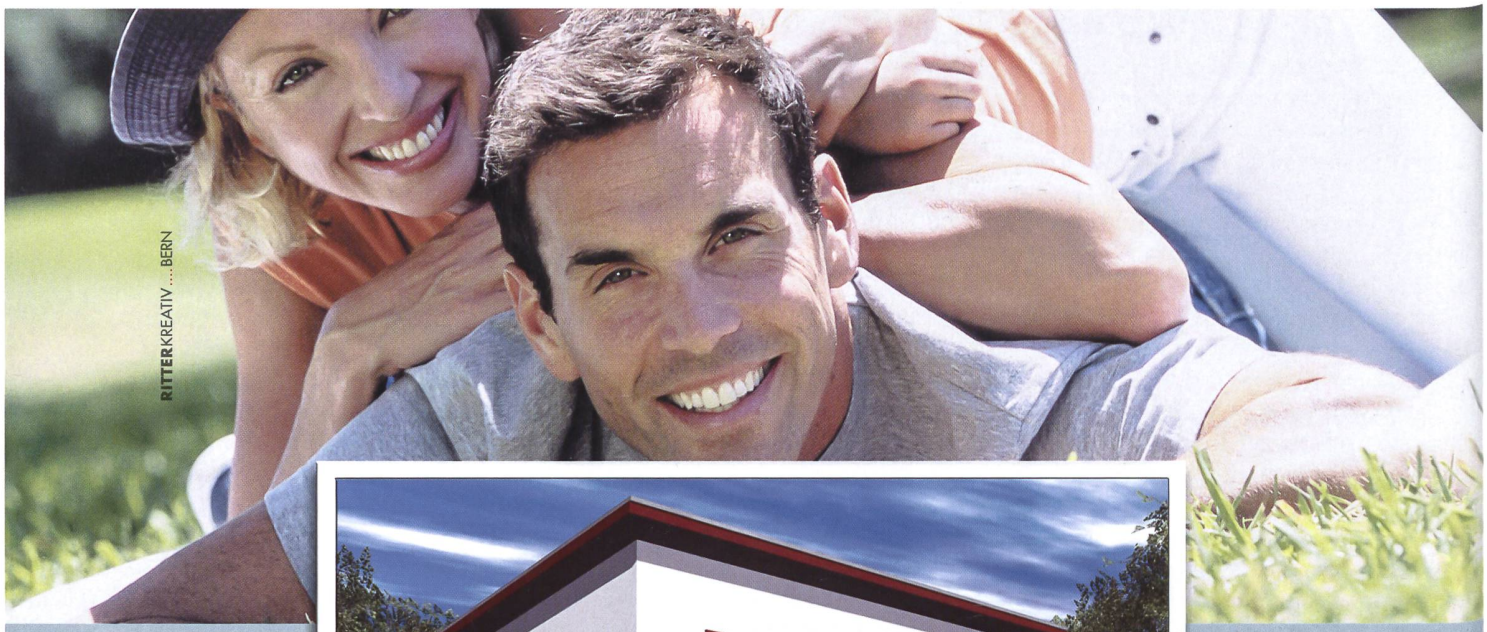
Comme le montre l'exemple de François Donzé, le besoin d'une assurance travaux de construction est vraiment fondé. À peu de frais, le propriétaire peut bénéficier d'une couverture très complète. Une assurance pendant et après les travaux est dans tous les cas recommandée.

■ **PHILIPP WYLER-SÜSSLI**

1 dans les cantons GE, UR, SZ, TI, AI, VS et OW, il n'existe pas d'obligation de souscription à l'assurance incendie/éléments naturels

INFO

Raiffeisen vient d'introduire une assurance pendant et après les travaux à son offre de produits. Lors de la conclusion d'un crédit de construction ou d'une hypothèque, il est désormais possible de souscrire l'assurance correspondante. Vous pouvez ainsi protéger votre maison contre les risques de coûts imprévus simplement et sans démarche supplémentaire. N'hésitez pas à demander nos conseils!



MINERGIE
PARTENAIRE DE MINERGIE

Espace pour des émotions!

VOTRE MAISON BAUTEC VOUS APPORTE LA CERTITUDE D'AVOIR PRIS LA BONNE DÉCISION! VOS DÉSIRS PERSONNELS ONT ÉTÉ PRIS EN COMPTE JUSQUE DANS LES MOINDRES DÉTAILS ET VOUS DÉCOUVREZ UNE NOUVELLE DIMENSION DU PLAISIR D'ÊTRE CHEZ SOI. VOTRE MAISON DE RÊVE BAUTEC, CLÉS EN MAIN – ET À PRIX FIXE!

POUR EN SAVOIR PLUS: WWW.BAUTEC.CH OU COMMANDEZ TOUT SIMPLEMENT LA DOCUMENTATION GÉNÉRALE SUR NOTRE ASSORTIMENT ATTRAYANT.

BAUTEC

la maison du bonheur

Busswil/Lyss • Aarau • Nyon • Schwyz • Winterthur

BAUTEC SA, Riedliweg 17, CH-3292 Busswil, Tél. 032 387 44 00, Fax 032 387 44 90, doc@bautec.ch, www.bautec.ch

Planifier sa retraite

La retraite provoque un séisme dans le budget des ménages. Par rapport à la période d'activité, les revenus et les dépenses subissent de profondes modifications.

Qui envisage le soir de la vie avec des idées claires est capable de mieux s'y préparer financièrement. En la matière, tous les thèmes importants sont fortement interdépendants: revenus, dépenses, dettes, impôts ainsi que les questions successorales doivent être intégrés dans une réflexion d'ensemble. Seul un service de conseil global et complet peut apporter les solutions optimales.

Plus tôt à la retraite

Les départs à la retraite anticipée sont aujourd'hui dans l'air du temps. L'AVS en a tenu compte aussi en flexibilisant l'âge du départ à la retraite. En effet, depuis quelques années, les femmes et les hommes peuvent partir à la retraite plus tôt. Les hommes peuvent, à partir de 63 ans révolus, opter pour la rente AVS, au prix d'une réduction à vie du montant de la retraite, de 6,8% par année d'anticipation. Les femmes, quant à elles, peuvent déjà prétendre à la rente AVS à partir de 62 ans révolus et bénéficient encore – pendant une période transitoire – d'une réduction de seulement 3,4% par année d'anticipation. Le taux de réduction plus faible de la rente anticipée pour les femmes leur permet de vivre mieux jusqu'à 91 ans. Pour les hommes, la rente anticipée est rentable jusqu'à 79 ans.

Capital ou rente?

Vous devez vous interroger sur la forme de versement de la retraite, rente ou capital ainsi que sur les questions fiscales, environ 5 ans avant le départ à la retraite. Chez certaines banques, vous devez annoncer un retrait en capital trois ans à l'avance. Nous vous conseillons de vous renseigner à l'avance du délai dont vous disposez pour annoncer votre décision mais aussi par exemple si le retrait doit être partiel ou total. Depuis la 1ère révision de la LPP (2005), les caisses de retraite dont le règlement ne prévoit pas de retrait en capital, ont l'obligation de mettre à disposition de l'assuré, sur sa demande, au moins un quart de l'avoir de vieillesse sous forme de capital.

Photo: Raiffeisen

Quelle démarche adopter pour prendre la bonne décision? Tout d'abord, il est utile de considérer sa situation budgétaire après le départ à la retraite (des plans de budget sont disponibles dans toutes les Banques Raiffeisen). Quelles sont les dépenses d'entretien indispensables par rapport aux revenus de l'AVS, de la prévoyance professionnelle et en provenance d'autres sources? La prévoyance privée (plan de prévoyance 3a) joue ici un rôle capital, car elle permet de combler

Quoi faire avec son hypothèque?

Point de départ: Hypothèque existante CHF 250 000, montant amortissable CHF 150 000

	Amortissement de l'hypothèque	Maintien de l'hypothèque
Montant de l'hypothèque	CHF 100 000	CHF 250 000
Intérêt hypothécaire 3%	CHF 3 000	CHF 7 500
Économie d'impôts (taux marginal d'imposition 20%)	CHF – 600	CHF –1 500
Revenu du placement (2% après impôts)	CHF –	CHF –3 000
Coût net par an	CHF 2 400	CHF 3 000

Petit test personnel

Savez-vous à quel moment vous pouvez disposer de votre avoir de prévoyance?
Savez-vous sur quel revenu vous pouvez compter à l'âge de la retraite?
Savez-vous s'il est plus intéressant pour vous de bénéficier du versement d'une rente ou d'un capital?
Savez-vous sur quelles dépenses vous devrez compter une fois à la retraite?
Savez-vous quelle sera votre charge fiscale à votre retraite?
Mon patrimoine suffira-t-il à couvrir mes besoins futur?
Quelle serait la situation financière de votre famille si vous veniez à disparaître?
Etes-vous au clair sur les possibilités de transmettre votre patrimoine?
Avez-vous pris toute les mesures possibles pour optimiser votre fiscalité?

Si l'une ou plusieurs de ces questions vous interpellent, n'hésitez pas à contacter votre Banque Raiffeisen. Le premier entretien vous permettra d'avoir un aperçu de ce qu'un conseil retraite peut vous apporter (un inventaire précis des revenus/dépenses et de votre patrimoine, mais aussi des possibilités d'optimisation fiscales). Participez également à l'une des réunions d'information organisées par votre Banque!

toute lacune éventuelle et de pouvoir continuer à mener le même train de vie.

Rembourser les hypothèques?
Lors du départ à la retraite, les propriétaires doivent avoir une notion claire de la valeur de leurs biens immobiliers. Il est conseillé de faire appel à un expert pour estimer la valeur vénale réelle des biens. Si la structure du bâtiment nécessite des travaux de rénovation, il est plus intéressant fiscalement de les réaliser pendant la période d'activité.

La question centrale dans le cadre d'un conseil retraite est bien la suivante: rembourser ou pas les hypothèques? Il peut être plus avantageux de continuer à payer les intérêts sur la partie non encore amortie de l'hypothèque et continuer à bénéficier de la déduction fiscale de ces intérêts hypothécaires. Cela permet également de réduire la valeur locative sur laquelle le propriétaire doit payer des impôts au titre du revenu fictif.

En règle générale, il est conseillé de calculer préalablement le taux marginal d'imposition personnel. Plus il est élevé, et plus il est rentable de conserver l'hypothèque en raison de la progressivité. Vu qu'à la retraite les revenus sont plus faibles, la facture fiscale présente un tout autre aspect. En effet, la déduction des intérêts hypothécaires n'entraîne plus de réduction aussi importante de la charge fiscale. C'est pourquoi, dans la plupart des cas, il est plus rentable d'amortir une hypothèque en prévision de la retraite (voir exemple). ■ **LORENZ GIORDANO**

Entretien avec Philippe Rondez, directeur de la Banque Raiffeisen de la Baroche (JU)

Photo: Ldd

«Panorama»: Pourquoi avez-vous organisé des séances d'information sur la préparation à la retraite dans votre Banque?
Philippe Rondez: La planification de la retraite est une valeur ajoutée indéniable qui, désormais, fait partie intégrante de la palette de prestations que notre Banque offre à ses clients. Aujourd'hui, bien des acquis sont remis en cause. Les questions suivantes occupent une place centrale: «Ai-je les moyens de m'offrir une retraite anticipée? Dois-je percevoir ma retraite sous forme de rente ou de capital?» Les personnes averties en matière de retraites posent d'autres questions telles que: «Comment favoriser mon épouse, ma concubine/mon concubin? Quelle part de rente sera disponible en cas de décès? Comment régler ma succession? Quelle est la meilleure manière pour transmettre mon patrimoine?»

Comment la clientèle réagit-elle?
A travers ces séances d'information, nos clients se rendent compte à quel point il est important de se pencher attentivement sur leur situation personnelle. Notre présentation de la planification de la retraite dure une heure trente, suivie d'une discussion ouverte. Au cours de l'apéritif buffet qui s'ensuit, nous ne recevons que des retours positifs.

Quels avantages les clients ont-ils retiré des entretiens individuels?
Nous traitons en profondeur les thèmes suivants: objectifs personnels, revenus/dépenses, situation financière individuelle projetée sur 20 ans, sécurité des placements, ainsi que le thème de la fiscalité. Le secret d'un plan de retraite réussi consiste à placer au bon endroit les différentes parties du puzzle, tout en respectant les souhaits et besoins du client. L'objectif: tirer tous les avantages possibles, en matière de réduction de la charge fiscale et d'optimisation des revenus. Nous accompagnons le client et lui présentons la solution dans un langage clair. Il est essentiel de faire régulièrement le point sur les objectifs et sur la stratégie mise en oeuvre pour les atteindre et, en cas de modification, d'ajuster en conséquence les conditions cadre.

Dans quels cas proposez-vous à vos clients ce type d'analyse?
Pour une partie, c'est à la suite d'une soirée d'information ou sur le conseil d'un ami ayant déjà eu recours à nos services. Pour d'autres, c'est lors d'entretiens individuels qui dépassent la demande initiale d'un financement hypothécaire ou d'une gestion de portefeuille titres. Le client se rend alors compte qu'il a besoin de se pencher d'un peu plus près sur sa situation personnelle.

Quelles impressions recueillez-vous auprès de la clientèle qui a utilisé ce service?
Assurément positives, surtout tenant compte des incertitudes actuelles autour des 1er et 2e piliers. Chaque planification est individualisée, il n'y a pas de solution standard. Nos clients peuvent, en plus, bénéficier du conseil des spécialistes de l'USBR à Lausanne, afin de vraiment disposer des meilleures alternatives possibles. Généralement, ceux qui font appel à nos services sont soulagés d'obtenir, au moyen du document individualisé qui leur est remis, les réponses à leurs interrogations, tout en respectant leurs souhaits. Ainsi, ils peuvent planifier et prévoir leur passage à la retraite en toute tranquillité.

Interview: Philippe Thévoz

VOUS POUVEZ COMPTER SUR LA REGA
LA REGA VEILLE SUR VOUS
Un médecin urgentiste, un secouriste et un pilote équipés d'un matériel de pointe se tiennent en alerte 7 jours sur 7, 24 heures sur 24, pour voler à votre secours en montagne, sur la route, au chantier, sur le lac ou ailleurs. Cette mobilisation a un coût entièrement pris en charge par nos donatrices et donateurs.
rega
LA REGA COMPTE SUR SES DONATEURS
Renseignements: 0844 834 844 – www.rega.ch
ZEWO
ZERTIFIZIERT CERTIFIÉ CERTIFICATO
VERDIENT VERTRAUEN
MÉRITE CONFIANCE
MERITA FIDUCIA

L'argent rend-il cupide?

En tant que banquier à la Banque Nationale de Belgique, il était en charge de l'introduction du précurseur de l'Euro, l'Ecu, et en tant que gestionnaire de hedge fonds, il a spéculé sur les marchés des changes. Aujourd'hui Bernard Lietaer tient le système monétaire pour responsable de la pauvreté, de la cupidité et du manque de durabilité dans l'économie.

Bernard Lietaer a enseigné les Finances internationales en Belgique, il enseigne aujourd'hui dans diverses universités américaines la psychologie archétypale et les économies durables. Dans son ouvrage «L'argent du futur», cet expert plusieurs fois conseiller des gouvernements présente un modèle alternatif au système monétaire actuel: en plus des monnaies nationales, des monnaies complémentaires doivent contribuer à résoudre les problèmes les plus urgents de notre temps.

Quatre grands défis

Le dollar, l'euro ou le franc suisse ne sont pas, selon Bernard Lietaer, en mesure de faire face aux quatre grands défis de l'avenir. Le vieillissement de la population place toutes les sociétés face au problème du financement d'une espérance de vie plus élevée. La révolution des techniques de l'information rend inutiles de nombreux postes de travail venant grossir le nombre de personnes qui ne peuvent plus exercer d'activité rémunérée.

Les changements climatiques et la dispartition des espèces exigent une approche durable de l'économie et ce faisant de se détourner des intérêts financiers à court terme dictés par le système monétaire. En outre, Lietaer craint une augmentation des crises monétaires internationales, en particulier un effondrement du dollar, contre lesquelles les états à monnaies complémentaires sont mieux armés.

Selon Lietaer, le mystère de l'argent en soi suscite et renforce les tendances négatives. Il définit l'argent indépendamment de l'émetteur comme un accord basé sur la confiance à l'intérieur d'une communauté donnée portant sur l'utilisation d'un bien comme moyen d'échange. Les monnaies bien connues de l'ère industrielle sont liées à un Etat national dont les banques centrales émettent les moyens de paiement légaux. Il est ici important de souligner qu'il s'agit d'un argent sans couverture, créé à partir de rien, en l'occurrence de prêts bancaires contre paiement d'intérêts.

Les intérêts et leurs conséquences

La naissance de 100 000 francs suisses date du moment où la Banque inscrit un crédit de ce montant sur un compte. Etant donné que le bénéficiaire doit payer des intérêts cumulés sur le crédit obtenu et devra, par exemple, rembourser 200 000 francs au fil des années, le système pousse à la concurrence et à une croissance économique sans limite. Les intérêts, encore condamnés par la Chrétienté du Moyen-âge comme péché d'usure, ne cessent d'enrichir quelques créanciers et d'appauvrir toujours davantage les pauvres grevés de dettes. Afin de maintenir le risque d'inflation à un niveau faible, l'argent doit toujours rester un bien rare pour la majorité, souligne Lietaer.

Notre système monétaire partage-t-il toujours plus l'humanité entre pauvres et riches?

Votre avis

L'argent rend-il avare, voire même cupide? Pouvez-vous imaginer d'utiliser au quotidien une deuxième monnaie à la place du franc suisse pour certains biens et services? Écrivez-nous: Union Suisse des Banques Raiffeisen, Panorama, route de Berne 20, 1010 Lausanne, e-mail: panorama@raiffeisen.ch

complètement DRESSING

L'armoire-Dressing dans laquelle on entre vraiment!

Meubles Célio
la plus belle façon de ranger

Nouveau

chez
Descartes Meubles

Espace Meubles CELIO

exclusif pour le Valais
+ l'Est Vaudois

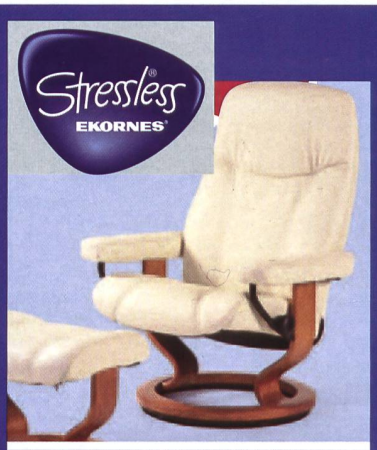
NOS PRINCIPAUX PARTENAIRES

SWISS confort – Dormez en apesanteur
Stressless EKORNES
Meubles Célio – la plus belle façon de ranger
GRANGE – Les meubles de famille
ROLF BENZ
VERARDO – La casa italiana
lattoflex – Système de literie
TAGLANO
NATUZZI
keyton
voglauer – möbel für's leben
FRAUBRUNNEN Swiss Creation

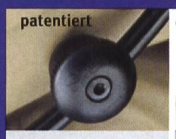
Rien que cette offre formidable va déjà vous détendre !

Modèle Stressless® à prix spécial anniversaire !

Rien que cette offre formidable va déjà vous détendre



seulement **1.675,–** SFR
Pouf inclus



La fonction glissière

Le Système Plus™

La fonction sommeil

10 ans de garantie*

*structure + fonctions

www.meubles-descartes.ch – 027 743 43 43

meubles descartes saxon
No 1 en Valais

Ces phénomènes ont certes stimulé le progrès économique, mais également la peur du manque et de la coopération. En outre, les économies des particuliers sont sans cesse menacées de dépréciation: en effet, le négoce spéculatif visant à réaliser des profits par le jeu des fluctuations des devises domine à 98% les marchés des changes et est parvenu à marginaliser les transactions de l'économie réelle, la recherche d'un profit rapide domine le système financier international rendant ainsi des crises monétaires de plus en plus probables.

Des monnaies complémentaires

Les monnaies complémentaires peuvent se présenter sous forme de monnaie papier ou de simples enregistrements informatiques. Que leur valeur soit ou ne soit pas liée à la monnaie officielle, elles se fondent sur un accord à l'intérieur d'une communauté tendant à accepter une monnaie parallèle au moyen de paiement national légal comme moyen d'échange. Contrairement à la monnaie nationale, cet argent ne rapporte pas d'intérêts, mais permet «la réalisation d'objectifs souhaitables sur le plan social, tels que la réduction des directives, une imposition plus faible et des charges administratives réduites», promet l'ancien Président du système électronique des paiements de la Banque Nationale de Belgique.

Ajourd'hui, selon Lietaer, 5000 monnaies secondaires viennent compléter les systèmes monétaires nationaux dans le monde entier. En Suisse, outre le système WIR très bien établi, le modèle TALENT a été introduit en 1993 à Aarau (infos: www.talent.ch, Association expérience TALENT, Bahnhofstr. 102, 5000 Aarau, tél. 062 822 84 86). Ce cercle d'échange sans monnaie permet de payer certains biens ou services en talents et non en francs. Une réponse au vieillissement croissant de la population et à la charge croissante des services et des soins à apporter aux personnes âgées est apportée par la monnaie japonaise de santé. Ce système permet de comptabiliser les heures de soins des volontaires sur un compte capital temps servant de complément à l'assurance-maladie classique et pouvant être utilisé pour d'autres personnes.

Depuis 1986, il existe, aux Etats-Unis, le time dollar qui se mesure aussi en heures. Lorsqu'une personne reçoit un avoir pour un service fourni, le bénéficiaire reporte ce même montant au débit. Pour Lietaer, le plus étonnant dans l'application de ces modèles est qu'ils améliorent les relations sociales car ils mettent en contact direct des personnes vivant auparavant dans des environnements anonymes. Alors que l'Histoire a prouvé qu'une communauté se décompose dès que l'argent se fait rare, les monnaies complémentaires renforcent la solidarité. ■ **JÜRG SALVISBERG**

Questions posées à Mathias Binswanger, professeur d'économie politique à la FHNW de Olten

Photo: Ldd

«Panorama»: L'argent attise-t-il vraiment la cupidité dans notre société, comme l'affirme Bernard Lietaer?

Mathias Binswanger: De toute évidence, l'argent n'est pas neutre sur le plan des valeurs. Cependant, il faut nuancer le propos. Pour les personnes physiques, on peut difficilement prétendre que nos monnaies favorisent l'égoïsme. Les hommes étaient cupides bien avant que le système monétaire ait été mis en place. Je donne cependant raison à Bernard Lietaer, l'argent attise certainement la cupidité des personnes morales. En effet, les entreprises sont dans la finalité même de leur existence faites pour réaliser des profits. Les sociétés par actions en particulier sont soumises à une forte pression car la Bourse se nourrit des attentes de profits futurs. Il ne faut cependant pas négliger les effets positifs: notre système monétaire permet de réaliser des investissements sans devoir constituer au préalable d'économies. Grâce à l'octroi de crédits, les banques créent de l'argent frais permettant de financer d'autres investissements sans lesquels il n'existerait quasiment pas de croissance.

Les intérêts que nous devons payer pour les crédits n'ont-ils pas de nombreuses répercussions négatives?

Pour que les investissements se justifient, l'économie doit croître. Les intérêts sont, dans la plupart des cas, des primes de risques qui n'interviendraient pas en l'absence d'investissements. Les produits toujours plus complexes fabriqués par notre économie ont renforcé cette tendance. Parallèlement, il est pratiquement impossible de distinguer l'intérêt comme participation de l'investisseur aux résultats du dividende d'un actionnaire. Il existe également toute une série de formes mixtes.

Cependant, celui qui encaisse les intérêts, selon Lietaer, les immobilise trop longtemps, l'argent ne participe alors pas au circuit économique...

Cet argument est aujourd'hui largement obsolète car une grande partie de l'argent est aujourd'hui de la valeur comptable, que l'on se contente de laisser sur un compte bancaire, il participe ainsi au circuit économique. À l'époque de l'électronique, les avoirs sont conservés sur des comptes disponibles en permanence pour de nouveaux investissements ou placements. Les banques aussi n'immobilisent pas les intérêts, mais réinjectent une grande partie de leurs gains dans le circuit économique, par exemple sous forme de salaires pour leurs employés. On peut aujourd'hui tout au plus interpréter le terme immobiliser par un flux d'argent destiné à la spéculation financière à la place des investissements réels. Les critiques de notre système monétaire se contredisent souvent: ils veulent entraver par des frais de liquidités (intérêts négatifs) l'immobilisation d'argent, ce qui a finalement pour effet de stimuler la consommation, ainsi que la croissance. En même temps, ils condamnent l'impératif de croissance dans l'économie financière actuelle.

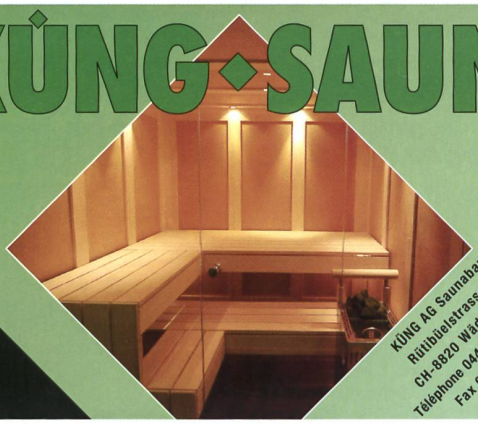
Les monnaies complémentaires ne répondent donc à aucun besoin?

Les monnaies complémentaires peuvent servir d'instruments utiles pour soutenir certaines activités, ainsi que des systèmes économiques locaux menacés par la mondialisation. Mais comme les bons-cadeaux de certains magasins, elles n'ont cependant qu'une validité limitée. Cela peut dans certains domaines comme la santé simplifier les comptes. Le problème des monnaies locales est l'hétérogénéité de la demande pour les prestations offertes. Par leurs effets minimes, elles ne peuvent en aucun cas constituer d'alternative aux monnaies nationales qui ont autrefois remplacé les systèmes locaux instables par le système des banques centrales et sont moins exposées aux crises que l'on ne cesse de le répéter. Ainsi malgré une crise du dollar mille fois évoquée, la monnaie américaine s'est même appréciée en 2005.

Interview: Jürg Salvisberg

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

Vente exclusivement par l'intermédiaire de storistes spécialisés

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

Ma vie. Ma mort.

_Mes dispositions de fin de vie.

Avec les dispositions de fin de vie de Caritas, vous maintenez votre pouvoir de décision même si vous ne pouvez plus exprimer vos souhaits. Pour plus d'information et pour commander les documents, tél. 041 419 22 22 ou www.caritas.ch

ZEWO
ZERTIFIZIERT CERTIFIÉ CERTIFICATO
VERDIENT VERTRAUEN
MÉRITE CONFIANCE
MERITA FIDUCIA

Prière de m'envoyer _____ exemplaire(s) des dispositions de fin de vie de Caritas au prix de CHF 15.– l'exemplaire, y compris brochure explicative.

Nom _____ Prénom _____

Adresse/no _____

NP/Lieu _____

Envoyer à: Caritas Suisse, Löwenstrasse 3, Case Postale, 6002 Lucerne

Pour une prévoyance durable!

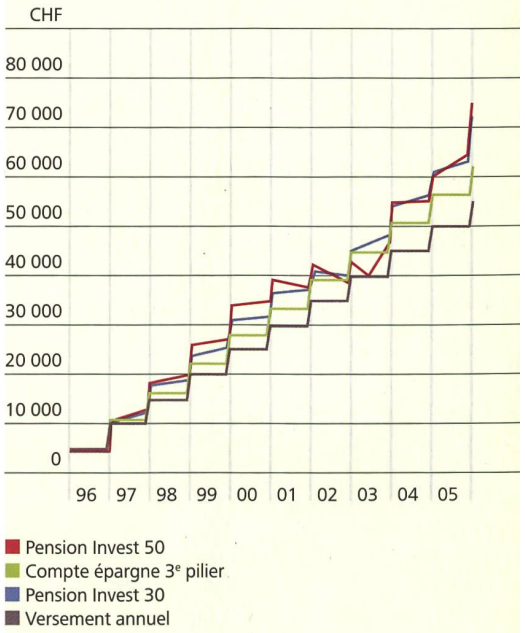
Economie durable et perspectives de rendement attrayantes: le nouveau fonds Raiffeisen-Vontobel Pension Invest Futura 50 concilie ces deux objectifs. Ce fonds de placement est un instrument transparent et flexible permettant de concilier les intérêts financiers de prévoyance et les valeurs personnelles des investisseurs.

Raiffeisen propose plusieurs fonds de prévoyance comme alternative aux comptes de prévoyance et aux comptes pour assurer les droits à la retraite. En effet, en raison de la longue durée des dépôts d'épargne du 3e pilier, il est particulièrement intéressant d'investir dans des fonds de prévoyance ayant une part en actions. De son côté, le législateur garantit la plus grande sécurité possible des placements de prévoyance. Les directives de placement de l'Ordonnance sur la prévoyance professionnelle, vieillesse, survivants et invalidité limitent par exemple la part en actions à un maximum de 50%.

Ces directives sont également satisfaites par les deux célèbres fonds Raiffeisen-Vontobel Pension Invest 30 et 50 qui remportent un franc succès. Et depuis peu, l'investisseur de fonds de prévoyance ne doit plus renoncer à ses hautes exigences en matière éthique, écologique et sociale. En un mot, grâce à Pension Invest Futura 50, il peut réaliser une prévoyance durable.

Tout comme de plus en plus de consommateurs privilégient les produits issus du commerce équitable ou des produits bio, les investisseurs aussi sont de plus en plus nombreux à désirer investir dans des entreprises qui réussissent financièrement en respectant les principes de l'économie durable. Le développement durable assure à tous les êtres humains des ressources matérielles suffisantes et une vie digne. Il garantit également des conditions de vie acceptables aux générations futures – préoccupation qui se conjugue à merveille avec le thème de la prévoyance.

Comparaison EP3/PI30/PI50/PI Futura 50



Viser le long terme

Photo: Ldd.

«Miser sur une entreprise engagée dans le développement durable est particulièrement intéressant car les fonds durables présentent souvent une évolution sur le long terme équivalente, voire supérieure à celle des fonds classiques. De plus, la prévoyance et la durabilité fonctionnent toutes deux sur la logique du long terme et forment ainsi une combinaison parfaite. Ce qui se traduit par des perspectives très lucratives de rendements pour l'investisseur. J'ai une très haute opinion du nouveau fonds de prévoyance Pension Invest Futura 50.»

Mark Haenni, gestionnaire de fonds, Vontobel Asset Management

Contrôle sérieux

Le processus de création du fonds Pension Invest Futura 50 comporte deux étapes. L'INrate, agence de renom dans le domaine du rating de durabilité sélectionne tout d'abord des entreprises dans le monde entier sur la base de leurs critères écologiques et sociaux, ainsi que du respect de normes éthiques précises. La procédure de sélection repose sur un rating très pointu et systématique. Seules les valeurs mobilières qualifiées de durables sont retenues dans l'univers de placement. Puis les gestionnaires de fonds de Vontobel, partenaire de Raiffeisen, sélectionnent les titres les plus attrayants financièrement dans l'univers de placement durable préalablement défini.

Durabilité et rendements ne sont désormais plus contradictoires; les fonds durables présentent, en effet, des caractéristiques de risques et de rendements comparables aux investissements classiques.

Vous désirez concilier objectifs financiers et valeurs personnelles, réaliser une performance sur le long terme plus élevée qu'avec les comptes de prévoyance et dissocier nettement analyse financière et bilan de durabilité grâce à l'approche en deux étapes? Si vous vous sentez concernés par ces principes, n'hésitez pas à discuter avec un conseiller Raiffeisen des modalités pratiques du fonds Pension Invest Futura 50. En effet, un conseil personnalisé est essentiel pour le choix de l'instrument de prévoyance adéquat.

■ **CORINNE MEIER**

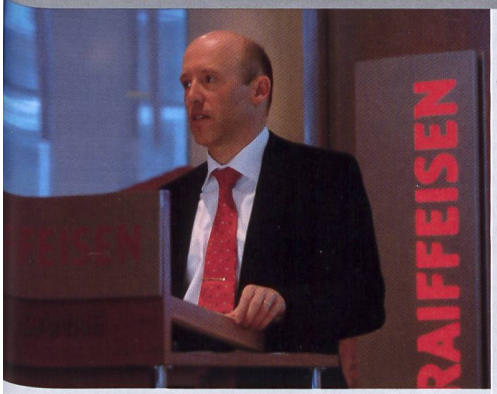
La vitesse supérieure

Résultat record, nouvelle identité visuelle et pour la première fois une très bonne notation à travers la réputée agence Moody's: la conférence de presse du bilan 2005 s'inscrit dans les annales.

Les 421 Banques Raiffeisen autonomes, l'Union Suisse (USBR) et les sociétés du Groupe, qui forment à proprement parler le groupe Raiffeisen, ont une nouvelle fois pu s'imposer sur le marché. Elles présentent le meilleur exercice des 106 ans d'histoire de la banque coopérative. Le bénéfice a progressé de plus de 20% à 608 millions de francs. Le cinquième bénéfice record d'affilée démontre que la voie poursuivie est la bonne.

Même si le bénéfice peut apparaître modeste en comparaison des grandes banques, Raiffeisen fait partie des grands en ce qui concerne les affaires hypothécaires. Avec un volume d'hypothèques de 84 milliards de francs, les Banques Raiffeisen sont numéro deux derrière l'UBS (140 mia.), mais devant le Crédit Suisse (66 mia.) et la Banque Cantonale de Zurich (49 mia.). Continuité ici également: le volume a progressé de plus de 30% en cinq ans. A noter que l'an dernier, deux hypothèques sur trois ont été conclues à taux fixe.

Photos: Ldd



«Panorama»: En considérant les résultats 2005, de quoi êtes vous particulièrement fier?

Patrik Gisel: De la croissance réjouissante enregistrée dans les affaires de placement! Ce magnifique succès justifie pleinement notre décision stratégique de coopérer plus étroitement dans ce domaine avec la Banque Vontobel. Cela montre clairement que nos clients nous reconnaissent aussi comme une banque de placement avec des produits performants et un conseil individuel compétent.

Ces dernières années, les parts de marché de Raiffeisen dans l'épargne, les hypothèques ou le secteur des placements n'ont cessé de croître. Ne craignez-vous pas que la tendance ne s'inverse un jour?

Dans cette forte croissance des parts de marché se reflète aussi la grande confiance des clients qui nous tient à cœur. La marque Raiffeisen signifie encore et toujours proximité à la clientèle et confiance. Couplée à des produits concurrentiels de haute qualité, cette confiance est la véritable force de Raiffeisen. Elle vient justement d'être à nouveau distinguée, dans l'un des plus grands sondages européens, comme la marque bancaire suisse la plus digne de confiance. Nous savons que la confiance de la clientèle est le capital le plus précieux et qu'en aucun cas elle ne doit être trompée.

Vous avez dévoilé, aujourd'hui à Lausanne, la nouvelle identité visuelle: qu'en pensez-vous personnellement?

Après le deuxième regard, c'était le grand amour!

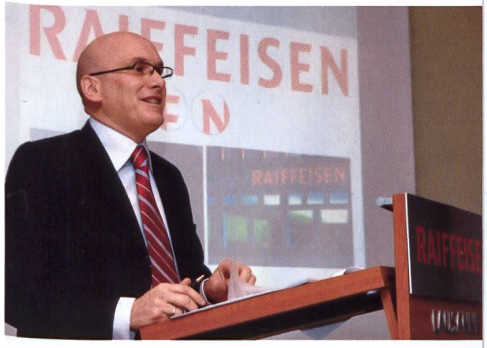
Chiffres réjouissants, nouveau logo et, en plus, un premier rating: Raiffeisen met les gaz. Votre impression?

Raiffeisen a considérablement mué ces dernières années. Il n'y a pas si longtemps, Raiffeisen était encore décrite comme une petite banque – aujourd'hui nos établissements autonomes forment un groupe dynamique et fort qui a gagné une place de choix dans le marché bancaire helvétique. Comme vous le mentionnez, nous allons de l'avant pour que cela reste vrai à l'avenir aussi.

D'autres banques annoncent des bénéfices record. Raiffeisen a-t-elle vraiment besoin d'un bénéfice aussi élevé?

Il est vrai que Raiffeisen, comme coopérative, n'a pas pour objectif de maximiser le profit. C'est juste, mais très honnêtement: croiriez-vous votre argent en de meilleures mains, si nous réalisions des bénéfices plus modestes? Dans une banque coopérative, les mêmes règles économiques prévalent. Les bénéfices servent à constituer des réserves et des fonds propres, à pouvoir faire des investissements et à créer de la valeur pour les propriétaires. Et les propriétaires de Raiffeisen sont nos sociétaires. Même si dans les coopératives, aucun dividende n'est versé, nos sociétaires profitent d'avantages matériels et immatériels comme de conditions plus avantageuses ou d'actions sociétaires exclusives. Ainsi, cette année, nos sociétaires peuvent bénéficier de l'offre spéciale «Tout le Tessin à moitié prix».

Interview: Philippe Thévoz



Alain Girardin, directeur du siège Suisse romande du groupe Raiffeisen.

Ces dernières années, Raiffeisen a progressé plus vite que le marché. Et cela devrait se poursuivre. «Le marché hypothécaire suisse présente encore un potentiel de croissance, surtout en Suisse romande et dans la région de Zurich, où nos parts de marché sont encore minces», a souligné Alain Girardin, directeur du siège Suisse romande du groupe Raiffeisen lors de la conférence de presse du bilan à Lausanne. Concrètement, des implantations sont projetées sur les rives du Léman à Nyon (juin 2006), Vevey, Montreux et dans le quartier lausannois du Flon (2008) ainsi que, du côté du lac de Zurich, à Meilen (ouvert depuis mars), Horgen (fin 2006), Wollishofen (début 2007) et enfin Thalwil (fin 2007).

Autre bonne nouvelle: pour la première fois, l'agence de notation très réputée Moody's a entrepris une analyse minutieuse de Raiffeisen et lui a attribué d'emblée le rating Aa2. Cette évaluation est la troisième plus haute note après Aaa («première classe») et Aa1. Dans le domaine du refinancement, les classifications Aa1, Aa2 et Aa3 sont «de bonne qualité». En comparaison, Raiffeisen obtient la même note qu'UBS, mais elle est mieux notée que Crédit Suisse, les banques régionales et plus d'une banque cantonale. Un aussi bon rating permet à Raiffeisen de se refinancer sur le marché des capitaux à des conditions plus avantageuses, ce qui finalement profite aussi au client.

■ **PHILIPPE THÉVOZ**

Les grands titres

Les représentants de la presse ont également mis en avant, dans leurs colonnes respectives, les très bons résultats enregistrés par Raiffeisen. Ici, une sélection de quelques titres: «Raiffeisen cartonne» (L'Express), «Un résultat historique» (Journal du Jura), «Des chiffres record et un lifting pour la troisième banque de Suisse» (La Liberté), «Le rouge coquelicot Raiffeisen» (24 Heures), «Raiffeisen toujours la banque la plus suisse» (Giornale del popolo) ou «Perspectives de croissance en point de mire» (St. Galler Tagblatt).

nnonce

50% de réduction pour les lecteurs

Personne ne pourra vous piquer cette place

Idéal pour le bureau et à la maison!

Accoudoirs de forme ergonomique

60 cm

Revêtement en cuir véritable

50 cm

55 cm

Levier du mécanisme de bascule facile à atteindre

2 ans de garantie

Cuir véritable

au lieu de Fr. 298.–

Rabais –50%

PRIX LECTEUR

149,–

Art.No. 13486

TÜV Rheinland GS geprüfte Sicherheit

5 roulettes doubles de sécurité

Assis dans ce chouette siège de chef en cuir, on peut travailler à l'aise. Même pour la détente, il est parfait, grâce à ses accoudoirs de forme ergonomique en matière synthétique et à son mécanisme de bascule anti-blocage. Le siège et le dossier sont rembourrés et en cuir véritable. Vous pouvez vous adosser en toute confiance: son pied en forme d'étoile est particulièrement stable. La hauteur du siège est réglable de 47 à 55 cm env. sans cran.

Ergonomique

Les caractéristiques demandées à un siège ont considérablement changé au cours des dernières années. Les activités que l'on doit exercer assis seront encore plus nombreuses à l'avenir. Un bon siège est un indispensable base de travail et on ne devrait pas lésiner là-dessus. De nombreux problèmes de santé résultent d'une mauvaise position assise induite par des sièges de mauvaise qualité. Pour ce modèle, on a tenu compte des plus récentes découvertes scientifiques en matière d'ergonomie. De nombreux tests ont prouvé qu'avec ce siège, la fatigue, les douleurs dorsales et autres désagréments disparaissent rapidement.

Quelles économies ?

N'allez pas faire des économies au mauvais endroit. Offrez-vous donc cet indispensable outil de travail.

Dans ce siège, le chef c'est vous et rien que vous!

«Siège de chef en cuir» noir Art.-No. 134

Infos sur le produit

- Couleur: noir
- Cuir véritable
- 5 roulettes doubles de sécurité
- Poids: 14,5 kg

Bulletin de commande préférentiel PANORAMA

Oui, je commande:

Nombre		Art. No.
	Siège de chef en cuir, noir	Art.-No. 13486

Nom/prénom:

Rue, nº:

NPA, localité: Tél.:

Signature: Date:

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

Remplir en caractères d'imprimerie et renvoyer à:

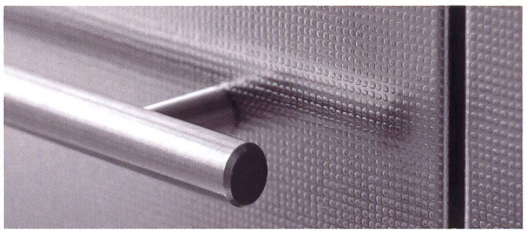
Action pour les lecteurs de PANORAMA: **c/o PERSONALSHOP, casier postal, 4019 Bâle**

Lors d'une commande par téléphone, veuillez indiquer le code suivant: → **Code No. T6**

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, Neuhofweg 51 (Gebäude Möbel Rösch), 4147 Aesch BL P

www.personalshop.ch



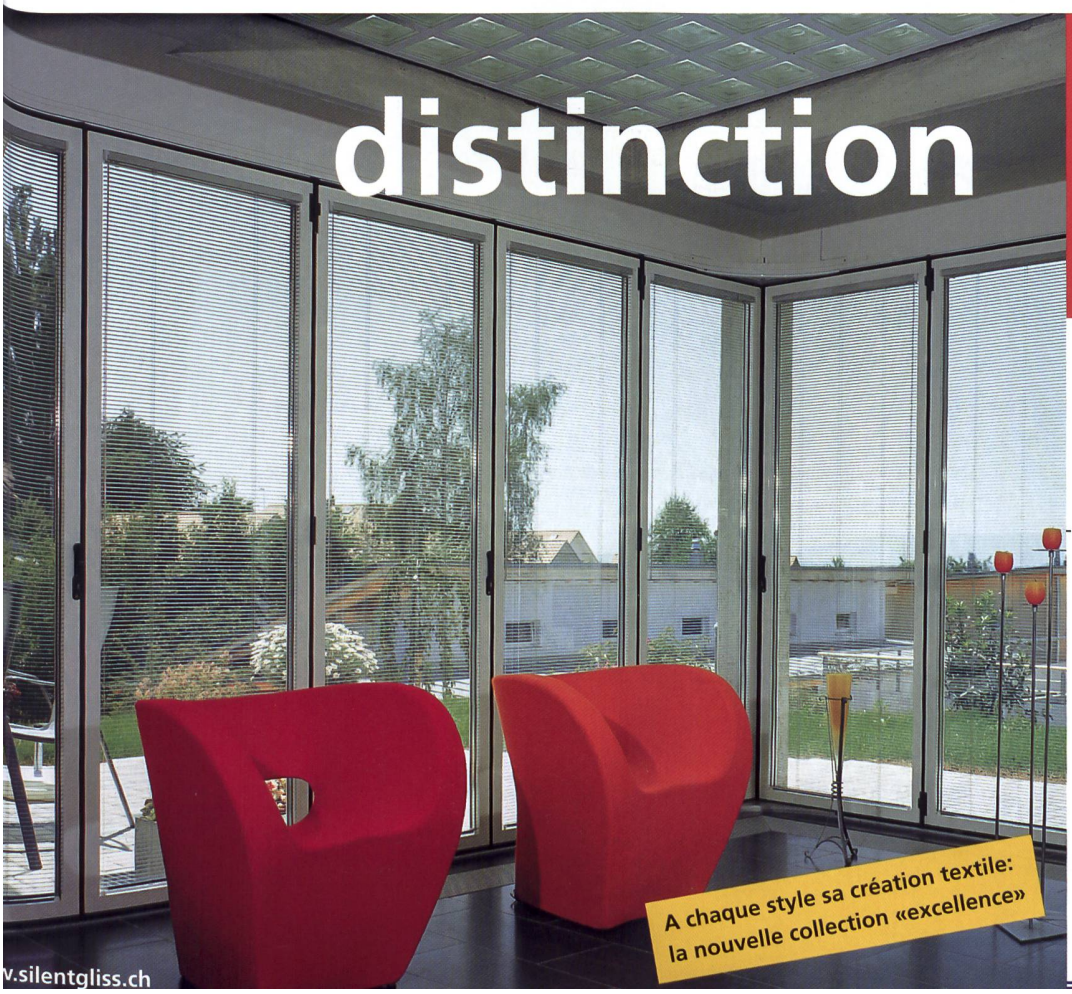
Il y a des cuisines et il y a la cuisine Forster en acier, c'est aussi facile à retenir que ça.

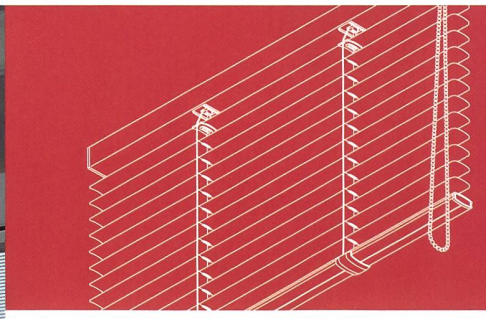
Centres de cuisines Forster: Arbon, Bâle, Berne, Coire, Locarno, Lucerne, Winterthour, Zurich, I-Burgstall
Représentations régionales Forster: Rinderknecht AG, Baar / Rinderknecht AG, Stans / Schuler Innenausbau AG, Unterägeri / Walter Bochsler AG, Urdorf / Imwinkelried Schreinerei, Fiesch / Amann Cuisines, Carouge / JJH-Cuisines Diffusion SA, Prilly / Salathé Cucine SA, Lugano

forster
La cuisine en acier

AFG
Arbonia-Forster-Holding AG

Autres infos cuisines Forster: 0800 447 414, forster-cuisines@afg.ch, www.forster-cuisines.ch





Les **jalousies horizontales** Silent Gliss – le système novateur breveté. Un seul élément de manœuvre ou une pression de bouton commande le pivotement, l'ouverture et la fermeture des lamelles ainsi que l'arrêt à toute hauteur.

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

Nom/prénom

Rue/n°

NPA/localité

Téléphone PA 2/06 H-

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

Le Tessin vous attend!

«Tout le Tessin à moitié prix». C'est avec ce slogan que cette année les Banques Raiffeisen lancent l'offre exclusive destinée à leurs sociétaires. L'opération est valable jusqu'en mars 2007 et invite à découvrir ou à redécouvrir ce beau canton.

Terre d'émotions et de contrastes, le Tessin est la destination idéale pour un séjour de quelques jours. Ici, vous trouverez tout: une flore méditerranéenne sur les rives douces des lacs, des vallées vertes et majestueuses, des panoramas alpins à vous couper le souffle rehaussés par des petits bourgs pittoresques, des agglomérations à la mesure de l'homme, un climat particulièrement doux, des évènements culturels pour tous les goûts, un printemps précoce et un automne doré, des spécialités œno-gastronomiques, une infinité d'excursions et la possibilité d'occuper son temps libre sans jamais s'ennuyer.

C'est justement ici, au Sud de la Suisse, au pied des Alpes et à quelques pas seulement de l'Italie, que les Banques Raiffeisen offrent à leurs sociétaires une promotion exclusive «Tout le Tessin à moitié prix».

Avantages pour les familles

L'offre exclusive proposée aux sociétaires Raiffeisen a été lancée ce mois-ci et se poursuivra jusqu'au 31 mars 2007. «Le Tessin tout entier à moitié prix» signifie par exemple pouvoir passer une nuit en ne payant que la moitié du tarif dans l'une des 130 structures (de l'auberge de jeunesse au gîte rural en passant par l'hôtel 5 étoiles) qui ont adhéré à l'initiative. Chaque sociétaire

Entretien avec Fiorella Brülisauer, responsable Promotions à l'USBR

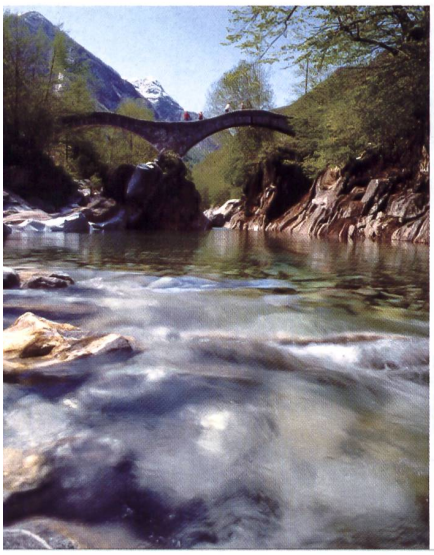
«Panorama»: Après le Jungfraujoch, Expo 02 et le Cervin, voici le tour du Tessin. Pourquoi les Banques Raiffeisen lancent-elles ce genre d'initiatives?

Fiorella Brülisauer: Les Banques Raiffeisen offrent de nombreux avantages à leurs sociétaires: la participation aux assemblées générales avec pouvoir de codécision, un compte sociétaire avec des frais avantageux, un compte épargne avec des taux d'intérêts privilégiés, le Passeport musées et, justement, ces promotions exclusives. L'intention est de remercier les sociétaires pour leur fidélité tout en leur offrant des avantages au niveau de leur temps libre également.

Quel en a été le succès au cours des années passées?

Les chiffres relatifs aux opérations précédentes sont éloquents: en l'an 2000, en deux mois, 120 000 sociétaires sont montés, à moitié prix, au Jungfraujoch; deux ans après, plus de 205 000 sociétaires ont visité Expo 02 grâce à un billet demi-tarif; en 2004, avec la promotion Cervin,

100 000 voyages avec les trains de montagne et 88 000 hébergements (55 000 sociétaires et 10 000 enfants) ont été enregistrés.



Photos: Tessin Tourisme

bénéficiera notamment d'une réduction de 50% sur un grand nombre de remontées mécaniques et sur les bateaux qui sillonnent les lacs. En outre, en présentant votre carte de crédit ou votre carte Maestro Raiffeisen, vous pourrez entrer gratuitement dans trente musées du Canton. Mais ce n'est pas tout: vous bénéficierez également du demi-tarif sur les transports publics, de chez vous jusqu'à la destination tessinoise choisie.

Cette offre est encore plus intéressante et plus avantageuse pour les familles: en effet, les enfants pourront accompagner leurs parents partout presque gratuitement. En définitive, grâce à cette initiative, vous économiserez tranquillement au moins 200 francs.

À visiter en toute saison

Chaque période de l'année est bonne pour programmer une visite ou une excursion dans le Tessin. Tout au long de l'année 2006, sur chaque édition de Panorama, nous publierons un article proposant des conseils et des idées pour vous aider à profiter pleinement de votre séjour au Sud des Alpes.

Alors, il ne vous reste plus qu'à préparer vos valises et à venir nous rejoindre. Le Tessin vous attend!

Envoyez-nous une photographie de vous et de votre famille prise pendant votre excursion sur le sol tessinois. Les photos les plus originales seront publiées et récompensées par la remise de produits typiques.

Les photographies imprimées sur papier doivent être adressées à: Union Suisse des Banques Raiffeisen, Panorama/Concours Tessin, Route de Berne 20, 1010 Lausanne. N'oubliez pas d'inscrire votre nom, votre adresse et le lieu où a été prise la photo au dos de celle-ci.

Les photographies numériques peuvent être envoyées par e-mail via www.raiffeisen.ch/ticino.

■ **LORENZA STORNI**

INFO

Avant la fin du mois de mars, les Banques Raiffeisen enverront à l'adresse de chaque sociétaire une brochure contenant les coupons permettant de bénéficier de l'offre exclusive. Quoi qu'il en soit, vous trouverez tous les détails utiles à l'adresse Internet www.raiffeisen.ch/ticino. Si vous n'êtes pas encore sociétaire, voici une bonne occasion de le devenir et de visiter le Tessin!

Pour quelles raisons avez-vous choisi le Tessin cette année?

Ce canton est une destination attrayante, que ce soit pour un long ou un bref séjour. C'est une région particulièrement ensoleillée qui offre un climat doux. Les jeunes et moins jeunes, les amoureux de la nature et de la bonne cuisine, les sportifs et les passionnés de culture trouvent ici un large éventail d'offres pour passer leurs vacances. De plus, les infrastructures touristiques sont suffisantes pour recevoir tous nos sociétaires, soit environ 1,3 million de personnes.

En bref, en quoi consiste cette opération?

L'initiative a démarré le 1er mars et durera jusqu'au 31 mars 2007. Avec cette offre exclusive, nous offrons 50% de réduction sur le voyage à bord des transports publics jusqu'au Tessin, sur une nuit dans l'un des 130 hôtels qui adhèrent à la promotion et sur les remontées mécaniques, sur les bateaux et sur les transports publics régionaux (pendant tout le séjour, pour un maximum de sept jours consécutifs). Les enfants bénéficient des mêmes programmes presque partout gratuitement.

Quels buts vous fixez-vous?

Par le biais de cette initiative, les Banques Raiffeisen entendent non seulement récompenser la fidélité de ses sociétaires mais contribuer aussi concrètement à la promotion du tourisme en Suisse tout en en soutenant l'économie. L'objectif que nous nous sommes fixé est d'arriver à au moins 200 000 hébergements et à autant d'excursions dans le Tessin.

Interview: Lorenza Storni

Banque de femmes

Une équipe composée exclusivement de femmes – est-ce possible? Ça marche même très bien! La Banque Raiffeisen Calanda apporte un démenti cinglant à bien des préjugés. Par contre, les conseils d'administration et de surveillance de la Banque se composent exclusivement d'hommes.

La directrice Petra Kamer et ses dix collaboratrices démontrent qu'une équipe exclusivement féminine fonctionne très bien.

À la longue table de réunion, règne une atmosphère studieuse et pourtant détendue. Les questions sont débattues dans des discussions très animées. Chacun prend la parole, donne son avis et finalement un consensus est atteint. Cette réunion réfute ce qu'une opinion largement répandue tenait pour irréalisable: qu'une équipe composée exclusivement de femmes puisse fonctionner. Pas de railleries, pas de petites remarques assassines, pas de regards venimeux. Et pourtant, à cette table, il n'y a bien que des femmes; il s'agit des dix femmes de la Banque Raiffeisen Calanda de Zizers (GR) à la recherche de nouvelles idées pour la journée portes ouvertes de mai.

Depuis juin 2005, la directrice de la Banque, Petra Kamer, est à la tête d'une équipe de neuf collaboratrices. Elle a succédé à Paul Pfiffner, qui dirigeait la Banque depuis dix ans. Depuis votre arrivée, avez-vous constaté un «accès de rivalité féminine» dans votre équipe? «Oui bien sûr, de temps à autres, des crises peuvent éclater lorsque, par exemple, des choses sont dites sur un ton inapproprié», déclare Petra Kamer, qui relativise aussitôt: «Chez nous, il n'y a pas plus de conflits que dans les équipes composées différemment.» Elle est très bien placée pour le savoir car, avant de travailler à Raiffeisen, elle était conseillère pour la clientèle professionnelle et cheffe de projet dans deux autres groupes bancaires où elle n'avait affaire quasiment qu'à des hommes.

Le fait que les conseils d'administration et de surveillance de la Banque Raiffeisen Calanda de la vallée du Rhin des Grisons ne comptent que des hommes ne pose vraiment aucun problème. Au contraire: «Ils soutiennent tous fermement notre banque de femmes», déclare Petra Kamer. Comme nous le confirme Max Lüscher, président du conseil d'administration: «La décision du CA en faveur de Petra Kamer a été prise sans hésitation. Nous avons estimé que le choix d'une femme était une décision qui prouverait son efficacité sur le long terme, ce qui s'est avéré tout à fait exact.»

Une autre approche

Un an après son élection à la direction de la Banque, Petra Kamer continue à répondre à des questions sur son équipe féminine. Les femmes considèrent que ce choix fait preuve «d'un peu d'inconscience et les hommes veulent savoir si ça peut vraiment marcher sur le plan des relations personnelles», dit-elle. Mais elle avoue sans détours qu'elle aussi avait des doutes lorsqu'elle est entrée en fonction: «Ne connaissant quasiment que des équipes menées par des hommes, j'entrais dans un tout autre monde. Les préoccupations de l'équipe ainsi que les rapports entre ses membres sont totalement différents de ceux que j'avais connus jusqu'alors.» Et elle s'est effectivement heurtée au début à un climat de scepticisme; c'est à force de travail qu'elle a été acceptée par l'équipe et qu'elle a réussi à prouver qu'elle était capable, en tant que femme, d'assumer ces hautes responsabilités.

Elle attache une importance capitale à l'autonomie dans le travail; chacune des dix collabora-

Par des femmes pour des femmes

La banque coopérative Berliner Frauenbank (1910–1916) avait été créée pour répondre aux besoins spécifiques des femmes, mais n'a pas pu se développer à cause de la guerre et des conditions sociales de l'époque. Une société de prestations de services financiers de Munich veut obtenir une licence bancaire pour son entreprise «Frauenvermögensverwaltung» créée en 2004. La banque féminine WOSCA créée en 1998 est couronnée de succès. D'autres activités financières exercées par des femmes sont également reconnues au Rwanda, Mexique, Bahrain, Pakistan, Suède et dans d'autres pays. En outre, la World Women's Bank soutient – notamment en Asie – les femmes qui souhaitent créer leur propre entreprise agricole ou un petit commerce.

CARE SHOP

TOP QUALITY
TOP PRICES

PAR ÉGARD POUR VOTRE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE

Offres spéciales pour les lectrices et les lecteurs du magazine PANORAMA

Magnetic-Bike CARDIO

seulement **398.–**

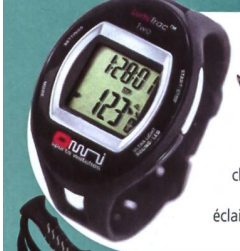
Hometrainer magnétique doté d'un système de freinage parfaitement silencieux et sans entretien. Modification manuelle de la résistance par molette indexée 8 positions. Pulsomètre par capteurs intégrés au guidon muni d'un récepteur indépendant adapté à l'émetteur de fréquence cardiaque. Ordinateur avec 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 all. Garantie de 2 ans.

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 fr, it, all, ang. 3 ans de garantie.



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 fr, all, it, ang. 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.

Veste fonctionnelle/extérieure PLATINUM 4 EN 1

au lieu de 498.– **198.–**

Veste d'extérieur (4 saisons) haut de gamme, testée en conditions himalayennes, répondant à toutes les exigences avec veste intérieure amovible en tissu polaire (450g/m²), portable des deux cotés et offrant toute une panoplie de détails techniques fabriquée en HIMATEX deux couches, une fibre respirante, 100% résistante au vent et à l'humidité, surface couche supérieure en ripstop, résistante à la déchirure et à l'abrasion. Imperméabilité: 12'000 mm; micro-aéré: 5'000 mvt (g/m²/24h); 1 poche de poitrine avec zip, 4 poches extérieures avec zip, 4 poches en tissu polaire; système de refroidissement: aération par des ouvertures (avec zip et 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 HIMALAYA OUTDOOR®.

7 couleurs: jaune, orange, rouge, olive, bleu, gris, noir. Tailles: S, M, L, XL, XXL

Pantalon fonctionnel/extérieur 2 EN 1

au lieu de 249.– **129.–**

Pantalon fonctionnel léger fabriqué en SherpaTex deux couches, une fibre respirante, 100% résistante au vent et à l'humidité, surface couche supérieure en ripstop, résistante à la déchirure et à l'abrasion. Imperméabilité: 12'000 mm; micro-aéré: 5'000 mvt (g/m²/24h). Un zip latéral sur toute la longueur, bas de jambe réglable avec une bande velcro, 3 poches avec zip. Protection des bords. Assorti à la veste 4 en 1. Fabriqué au Népal par HIMALAYA OUTDOOR®. Couleur: noir. Tailles: S, M, L, XL, XXL

Chaussures de trekking/ d'extérieur HI-TEC

au lieu de 149.– **98.–**

Chaussures aventure d'extérieur légères pour la randonnée, le trekking et les loisirs offrant un bon maintien grâce à leur tige haute. Cuir supérieur raffiné et imperméable en nubuk, avec une semelle respirante en nylon mesh. La chaussure se ferme rapidement et a été spécialement conçue pour en velopper et maintenir le pied de façon orthopédique. Semelle intérieure amovible e 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

Lunettes de sport EXPLORER ClimaControl

au lieu de 298.– **149.–**

GRATUIT: 1 insert optique pour les verres de correction + 3 paires de verres (valeur: 125.-). Tenue parfaite, lunette de sport avec verres interchangeables fonctionnels, très légères, flexibles et résistantes à la température, grâce à un matériel de haute technologie. 2x3 paires de verres (fumé, orange et clair) adaptés à des conditions d'éclairage extrêmes comme les glaciers, la neige, l'eau, le brouillard ou encore la tombée de la nuit. L'œil est protégé de manière optimale, grâce aux verres polarisants offrant un champ de vision plus élargi. Protection totale (100%) contre les UVA, B et C. Il est facile et rapide de changer les verres. Deux niveaux de réglages pour la position sur le nez. Garniture amovible pour la transpiration et le front. Cordon de lunette ajustable et amovible. Technologie d'aération „Anti-Fog ClimaControl". Est inclus: Une lingette microfibre, un boîtier rigide. 4 Couleurs: noir-mat, argenté, orange-métal, bleu-métal

Article / dimension / couleur	Quantité	Prix	Adresse Panorama 03/06
			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 nos magasins «Careshop»:

- **4052 Bâle, Lautengartenstr. 23, tél. 061 227 92 75**
  Lundi-jeudi 10.00 - 18.00 • vendredi 10.00 - 16.00 • samedi fermé
- **3380 Wangen a.A., Vorstadt 4, tél. 032 621 92 91**
  Lundi-vendredi 8.00 - 12.00 et 13.30 - 17.30 • samedi 10.00 - 15.00

P

trices possède son propre champ d'action dans lequel elle peut faire la preuve de ses compétences et dont elle porte l'entière responsabilité. Ne pas donner de motif d'envie, de jalousie ou d'intrigues, c'est là, à son avis, le secret de la réussite de toute équipe – qu'il s'agisse d'une équipe d'hommes ou de femmes. C'est aussi l'avis de Rosmarie Cassani, directrice de la Banque Raiffeisen Quarten, qui, depuis cinq ans, dirige avec succès une équipe de femmes. Les rapports personnels sont excellents, au point que les femmes se rencontrent régulièrement en privé. Les Banques Raiffeisen Calanda et Quarten sont la preuve éclatante que les équipes de femmes fonctionnent très bien.

Les besoins de la clientèle féminine

Qu'en est-il alors de la relation à la clientèle féminine: les clientes ont-elles le sentiment que leurs besoins sont mieux pris en compte selon le principe «par des femmes pour des femmes»? Cette déduction somme toute très logique est totalement écartée par la directrice Petra Kamer: «Non, nous n'avons pas enregistré d'augmentation particulière de la clientèle féminine et l'appartenance sexuelle ne saurait en aucun cas influencer notre gamme de produits.» Elle reprend en cela le credo général du groupe selon lequel, chez Raiffeisen, il n'existe aucun produit conçu sur la base de l'appartenance sexuelle. Les résultats d'une étude montrent d'ailleurs que ce n'est pas utile, car les femmes n'ont pas besoin de produits différents mais d'un conseil différent.

La société de conseil en management 4P Consulting de Stuttgart a réalisé une étude auprès de plus de 1000 clientes dans toute l'Europe sur le comportement des banques. Bilan: plus de la moitié ont le sentiment de devoir quémander les informations dans le cadre d'un conseil bancaire, un tiers ne se sentent pas prises au sérieux. À vrai dire, quelle femme n'a pas encore fait l'expérience suivante; lors d'une réunion de conseil, le conseiller répond à la question qu'elle vient de poser en s'adressant à son partenaire? Petra Kamer n'est pas du tout surprise par ces résultats. C'est là qu'une équipe de femmes possède des avantages incontestables. En effet, selon elle, une équipe de femmes est capable de mettre en œuvre un grand capital d'empathie: «les femmes sont dotées de capteurs, font davantage confiance à leur intuition et vont ainsi plus facilement à la rencontre des autres.»

Comment voyez-vous l'avenir de la Banque Raiffeisen Calanda, restera t-elle une banque de femmes? L'an prochain au plus tard, cela pourrait changer, car une place d'apprentissage se libère. «Pour un apprenti, faire ses débuts dans une équipe de femmes serait sans nul doute l'expérience de sa vie», dit Petra Kamer avec un sourire amusé. Elle sait que la sélection d'une jeune ou d'un jeune apprenti sera une question épineuse. Il y a trois ans, la Banque Raiffeisen Quarten se trouvait devant la même alternative. Un jeune apprenti a finalement remporté la course et il s'est, selon les dires de Rosmarie Cassani, très bien intégré à notre équipe de femmes. Elle souligne, cependant, que tous les jeunes garçons n'ont pas été franchement enchantés à l'idée d'une équipe de femmes. Pour Petra Kamer, une chose est certaine: «Mon coeur bat toujours du côté du meilleur candidat – qu'il soit homme ou femme.»

■ **JEANNETTE WILD LENZ**

Entretien avec Anja Busse, conseillère dans le domaine du développement personnel et organisationnel

Photo: Ldd

«Panorama»: Un conflit éclate au sein d'une équipe – comment réagissent les femmes et les hommes?

Anja Busse: Contrairement aux hommes, les femmes évitent les conflits et les affrontements, au moins à l'égard des représentants de leur sexe. Le maintien de l'harmonie et de bonnes relations est prioritaire. C'est pourquoi le conflit n'est que très rarement abordé de front. Au cas où cela se produit, il n'est pas rare d'obtenir l'effet contraire de l'objectif visé en raison des émotions et de la sensibilité féminine. Ainsi, les femmes vivent souvent leur agressivité de manière indirecte. Par conséquent, les conflits ne sont pas évacués et bouillonnent derrière la façade pour finalement dégénérer.

Les célèbres crêpages de chignon et accès d'hystérie ne seraient donc pas des préjugés?

Malheureusement pas. D'après mes observations, les femmes ont à l'égard des représentantes de leur sexe beaucoup plus de problèmes que les hommes dans leur collaboration avec des femmes. En fait, la fréquence plus importante des conflits n'est qu'un aspect de la rivalité féminine. Entre autres, on pourrait ajouter aussi que les femmes ont une attitude fondamentalement négative par rapport à leur propre sexe en raison des structures patriarcales et que, pour les raisons mentionnées plus haut, les conflits ont tendance à dégénérer.

Crêpages de chignon et accès d'hystérie sont bien des termes misogynes. Quels en seraient les pendants masculins?

Peut-être combats de coqs? Que les hommes entrent en confrontation directe pour battre un rival, cela est considéré comme tout naturel. Ce n'est visiblement pas le cas pour les femmes.

Malgré tout, n'attache-t-on pas trop d'importance à ce thème?

En gestion des conflits, on ne parle souvent que de conflits entre hommes. C'est pourquoi les femmes sont à court de solutions lorsque des conflits éclatent avec d'autres collaboratrices. Ce thème est d'emblée qualifié de misogyne, entre autres parce que les termes utilisés pour le décrire ont une forte connotation négative. Je suis convaincue qu'il est nécessaire et même urgent d'aborder sérieusement ce thème; c'est un problème trop longtemps resté en souffrance. En effet, les conflits entre femmes empêchent la promotion des femmes, d'une manière qu'il serait faux de sous-estimer. Sans prise de conscience de ce thème par la société, il n'y aura jamais de véritable émancipation de la femme.

Interview: Jeannette Wild Lenz

Côtoyer les champions de ski

Les quelque 200 hôtes qui ont participé début janvier sur invitation de Raiffeisen aux deux courses de la Coupe du Monde à Adelboden n'ont pas eu à regretter leur présence. L'ambiance au pied du légendaire Kuonisbergli était très détendue malgré l'absence sur le podium de skieurs suisses. En outre, les visiteurs de l'espace Raiffeisen ont côtoyé le champion olympique et champion du monde Pirmin Zurbriggen, avec des skieurs tels que Didier Defago, Silvan Zurbriggen, les deux stars en herbe Daniel Albrecht et Marc Berthod, ainsi que l'ancien entraîneur de l'équipe nationale Jacques Reymond, mari d'Erika Hess.

Le groupe Raiffeisen et les Banques Raiffeisen invitent cet hiver divers clients aux courses de la Coupe du monde d'Adelboden, Wengen et St-Moritz. C'est pour eux l'occasion de vivre le ski et surtout de rencontrer les champions. L'ouverture à Adelboden a montré que le concept fonctionne. «Les hôtes ont été enchantés, le programme cadre a été très bien accueilli et le samedi, les organisateurs ont enregistré un nouveau record avec 20 000 spectateurs», c'est en ces termes que Gerold Schneider, chef du service sponsoring de Raiffeisen, dresse le bilan de l'action.

Le sportif handicapé Hans Burn s'est mis à merveille au service des hôtes et s'est révélé extrêmement bien informé. Ceci n'a rien d'étonnant puisqu'il est lui-même skieur et la maison de ses parents est accrochée au flanc de l'une des pentes les plus abruptes au monde. Dans sa jeunesse, il n'a cessé de descendre cette pente pour se rendre à l'école. *(psi)*

Silvan Zurbriggen a particulièrement plu à la gagnante du concours des lecteurs de «Panorama», Heidi Schmid de Gossau.

Silvan Zurbriggen en compagnie du nouveau directeur de Swiss Ski, Hansruedi Laich (qui était il y a peu de temps encore directeur de la Banque Raiffeisen de St-Gall) et qui n'a pas perdu sa bonne humeur malgré les mauvais résultats.

Franz Marty nommé président de l'Aide Suisse aux Montagnards

Le conseil de l'Aide Suisse aux Montagnards a nommé Franz Marty au poste de président du conseil de fondation. Franz Marty prend la succession d'Adolf Ogi le 1er mai prochain. Au cours des dernières années, Adolf Ogi a modernisé en profondeur l'Aide Suisse aux Montagnards. Le changement de président intervient donc au terme d'une réorganisation menée avec succès.

L'action de l'Aide Suisse aux Montagnards porte essentiellement sur la formation et le perfectionnement, le développement des structures sociales ainsi que sur l'application de la nouvelle politique régionale à des conditions acceptables.

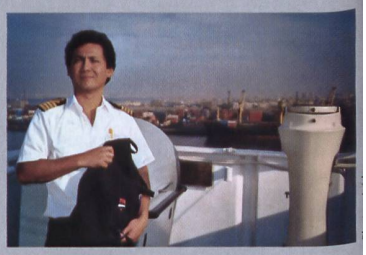
Rappelons que Franz Marty préside le conseil d'administration de l'Union Suisse des Banques Raiffeisen. *(cp.)*

Dora Schuster au sommet du Kilimandjaro avec les couleurs de sa Banque.

Raiffeisen aux quatre coins du globe

Le 11 janvier dernier, les couleurs Raiffeisen étaient à 6 h 38 du matin au sommet du Kilimandjaro (5896 mètres), le volcan inactif qui se trouve en Tanzanie. Dora Schuster, collaboratrice au siège de la Banque Raiffeisen Regione della Montagna à Rancate, entreprend chaque année un trekking comprenant plusieurs ascensions. Cette année, elle a choisi l'Afrique après avoir été en Equateur, en Patagonie et au Népal. Sa passion pour la montagne lui est venue de sa famille. Il faut dire qu'en toute saison, elle aime arpenter nos Alpes. Bien entraînée, elle n'hésite pas à se fixer des objectifs ambitieux. Ainsi, elle prévoit une expédition à l'Aconcagua (6959 m) en Argentine. Mais qu'est-ce qui pousse Dora? La volonté d'atteindre un objectif, sans se fixer de limites. Mais la montagne et la vie quotidienne lui ont aussi appris à savoir renoncer.

Henry Win, quant à lui, a reçu un petit sac à dos Raiffeisen en 2001 qui ne le quitte plus. Depuis, ce dernier a déjà fait plusieurs fois le tour du monde entre Europe, Etats-Unis, Alaska, Chine, Corée, Japon, Taiwan, Emirats, Singapour, etc. Il a même été recousu en Birmanie. Il faut aussi dire que son propriétaire n'est autre que le capitaine d'un navire marchand au long cours. *(ptz)*



Henry Win et son sac Raiffeisen qui l'accompagne sur toutes les routes maritimes.

Décollage réussi !

BR Région Delémont: déménagement et succession

Une cérémonie a réuni les responsables de la Banque Raiffeisen Région Delémont, les diverses autorités cantonales ainsi que les représentants des dix communes appartenant au rayon d'activité de l'établissement bancaire. La manifestation, empreinte de convivialité, a marqué le transfert du siège administratif de la Banque de Courrendlin à Delémont. C'est ainsi qu'une dizaine de places de travail viennent d'être implantées dans les locaux de la banque fraîchement rénovés pour la circonstance, afin de répondre aux exigences actuelles de la clientèle. Cette implantation définitive fait suite au succès rencontré par la Banque Raiffeisen depuis son ouverture en vieille ville delémontaine courant décembre 1998. Précisons ici que l'ancien siège de Courrendlin continuera à fonctionner en tant que succursale bénéficiant de toutes les prestations de bases utiles à la clientèle.

Les responsables de la banque ont profité de cette circonstance pour informer les invités de la passation de témoin entre le directeur actuel Ernest Guélat, qui prendra sa retraite au printemps 2006 après 30 années de services, et Frédéric Domon, qui est appelé à lui succéder. *(cp.)*

Photo: Ldd

Passage de témoin entre Ernest Guélat et Frédéric Domon à la direction de la Banque Raiffeisen Région Delémont.

Concours prévoyance: 1er prix à un Fribourgeois!

La prévoyance était le thème du traditionnel concours d'automne des Banques Raiffeisen. En comparant la photo figurant sur le coupon du concours, avec le poster de Pirmin Zurbriggen affiché dans les Banques Raiffeisen, il était possible de gagner directement 5, 10 ou 20 francs. En plus, grâce au tirage au sort, le 1er prix du concours a pu être gagné par Roland Devaud, client de la Banque Raiffeisen Fribourg-Ouest. Pas moins de Fr. 6000.– lui ont été versés sur un compte prévoyance. Voilà une belle reconnaissance pour un client déjà très satisfait de sa Banque! *(sb.)*

Photo: Ldd

Le directeur de la Banque Raiffeisen Fribourg-Ouest Pascal Schmutz et le responsable de la succursale de Givisiez Yves Burgy entourent l'heureux gagnant, Roland Devaud.

Broyard champion suisse de cyclo-cross

Le cyclo-cross se pratique durant la mauvaise saison, à travers chemins, prairies, et un peu de route. Des obstacles artificiels sont placés sur le parcours, afin de contraindre les participants à poser le pied par terre et à transporter le vélo. L'effort des participants est dense car l'épreuve se déroule sur 1,5 km à parcourir en 1 heure. A ce sport-là, la Suisse compte de multiples champions du monde: Alfred Zweifel (1976, 1977, 1978, 1979, 1986), Pascal Richard (1988) et Dieter Runkel (1995).

Aujourd'hui, la relève se profile brillamment avec le Broyard de Ménières Yves Corminbœuf qui est devenu au début de l'année, pour la deuxième année consécutive, champion suisse élite des moins de 23 ans, à Dagmersellen (LU). Malgré qu'il joue de malchance sur la scène internationale, Yves Corminbœuf a su s'imposer face au favori Lukas Flückiger, vice-champion du monde de VTT.

Photo: Ldd

Yves Corminbœuf a confirmé le titre national conquis l'an dernier à la surprise générale.

Yves Corminbœuf ne compte pas le temps passé aux entraînements, en parallèle à sa profession de décorateur qu'il exerce à mi-temps. Il peut compter sur le soutien de la Banque Raiffeisen de la Broye, qui est l'un de ses sponsors principaux. Cet établissement s'implique fortement dans la vie locale. Dans le cadre de son stand au récent Comptoir Broyard, la Banque Raiffeisen de la Broye a invité de nombreux sportifs reconnus, à l'instar d'Yves Corminbœuf. *(sb.)*

Fondation du Centenaire: aide au déminage de zones meurtries par la guerre

La Fondation du Centenaire Raiffeisen entend soutenir des projets d'utilité publique en Suisse. Elle met à disposition des fonds pour des projets qui ont pour but de développer l'éthique en économie, l'aide à soi-même ainsi que des projets culturels d'importance régionale ou nationale.

Dans le cadre de son engagement, la Fondation du Centenaire vient ainsi d'attribuer un don d'une valeur de 20 000 francs à la Fondation Digger pour la soutenir dans sa recherche de solutions au déminage de zones et de pistes qui ont subi les affres de la guerre. Le chèque a été remis par Ernest Guélat et Gérard Vögele, directeurs respectifs des BR Région Delémont et du District de Moutier.

Ce soutien vient saluer l'effort technologique pour la construction d'un engin d'une conception novatrice, qui pourrait avoir un avenir industriel intéressant, et, d'autre part, pour l'œuvre humanitaire qui en résulte. La contribution de la Fondation du Centenaire permet d'entrevoir la poursuite du travail de l'équipe d'ingénieurs toute dévouée au projet. *(cp.)*

Photo: Ldd

Le Digger D-2 est actuellement engagé au Sud-Soudan.

La sélection suisse imprime dès à présent dans la ligue des champions…

La montée en division supérieure est le résultat d'une gestion responsable. Nous avons en effet réuni les meilleurs éléments ainsi que la quintessence de deux entreprises en une équipe de rêve: the best of VS/H Druck and AZ Print. Une nouvelle organisation ouvre de nouveaux horizons vers le succès. Nous sommes particulièrement fiers de notre ensemble de bâtiments complètement rénovés et en situation centrale: ils représentent le nouveau stade où nous mettons en jeu nos prestations de pointe. Et à la façade de l'immeuble resplendit le symbole du dynamisme de l'entreprise: le «slash» rouge, une barre oblique qui s'élance vers le ciel. Considérez ceci comme une invitation. Nous jouerons très volontiers aussi dans vos rangs. Du conseil en passant par le design, prémédia, impression, distribution jusqu'aux prestations complètes de l'édition.

The best of… pour vos revues et autres publications périodiques

VOGT-SCHILD/DRUCK
print- & publishing-services

Vogt-Schild Druck AG
Gutenbergstrasse 1
CH-4552 Derendingen
Téléphone +41 (0)58 330 11 11
info@vsdruck.ch
www.vsdruck.ch

STOKKE™ TOK™

STOKKE™ PEEL™

STOKKE™ GRAVITY™ Balans®

Les sièges Stokke procurent un véritable bien-être du corps et de l'esprit. Rendez-vous chez un de nos revendeurs et testez la différence.

STOKKE®
MAKES LIFE WORTH SITTING

STOKKE AG, Panoramaweg 33, 5504 Othmarsingen Tel. 062 887 40 00, Fax. 062 896 40 05, E-Mail. info@Stokke.ch

Soutien à Lavaux pour son dossier d'inscription au patrimoine mondial de l'UNESCO

Comme nous l'évoquions dans la dernière édition de «Panorama», un dossier de candidature a été remis fin décembre au siège de l'UNESCO à Paris afin de faire figurer le vignoble de Lavaux au patrimoine mondial de l'humanité. Sensible à une démarche qui vise à protéger un paysage culturel exceptionnel de notre pays, Raiffeisen a tenu a apporter sa contribution au financement des importants travaux préparatoires. Grâce au soutien de la Fondation du Centenaire et des cinq établissements locaux – soit les Banques Raiffeisen Lausanne-Haute-Broye-Jorat, de Lavaux, de Chexbres, de Forel, de Puidoux et de la Riviera – un chèque de 25 000 francs a ainsi été remis, lors d'une petite cérémonie, à l'Association pour l'inscription de Lavaux au patrimoine mondial de l'Unesco (AILU). *(ptz)*

Photo: Ldd

Bernard Bovy, président de l'AILU, le chèque dans les mains, entouré par Pascal Zermatten, Jean-Michel Regamey et Roland Paschoud, directeurs des BR de Puidoux-Chexbres, Lavaux et Forel.

CONTACT

Rendons à Franz Weber...
Votre article «Incomparable Lavaux», paru dans le numéro de février me choque et me contrarie par rapport au principal sauveur de Lavaux qui est l'admirable Franz Weber, sans qui ce pays aurait certainement un tout autre aspect – voir l'espace de La Côte entre Lausanne et Morges ou aux environs de Genève.

A l'époque opposé à l'initiative de Franz Weber, Monsieur Bernard Bovy, que vous citez, semble aujourd'hui avoir trouvé la bonne voie pour cette magnifique région, qui est tout de même grignotée – quelques grues s'érigent ça et là. *Robert Reymond, Pully*

Durabilité des constructions Raiffeisen
C'est avec beaucoup d'intérêt que j'ai lu votre article sur la culture architecturale («Panorama» de septembre). J'ai cependant regretté l'absence d'un thème central dans l'approche de la culture architecturale des Banques Raiffeisen, à savoir la question environnementale. En tant que client de la Banque Raiffeisen, j'attends qu'elle aussi adopte le principe de durabilité pour ses bâtiments. Comme objectif déclaré, je souhaiterais que les normes Minergie soient appliquées pour les nouveaux projets de construction, ainsi que les transformations de bâtiments existants, ce qui représenterait un investissement supplémentaire à court terme modeste de moins de 10% permettant de réaliser des économies futures et de mieux conserver la valeur des bâtiments, ce qui rentabiliserait facilement l'opération dans les 10 à 20 ans. En même temps, ce serait une occasion rêvée pour Raiffeisen de servir de modèle à tous ses sociétaires.

joerg.ruetschi@swissonline.ch

Bien entendu, Raiffeisen considère aussi que l'écologie est un sujet actuel d'une importance capitale. Avec l'hypothèque Minergie, nous permettons aux futurs propriétaires ayant des convictions écologiques de réaliser un financement de leur bien immobilier intéressant sur le plan économique. Mais nous nous efforçons aussi d'être les premiers à donner l'exemple en apportant notre contribution en matière de construction écologique. Dès son ouverture, le nouveau bâtiment de la RB Wittenbach décrit dans «Panorama» portera le label Minergie. L'ensemble des nouveaux bâtiments de l'Union Suisse des Banques Raiffeisen de St-Gall a été conçu et réalisé conformément à la norme Minergie.

C'est ainsi qu'ont déjà été bâtis de-ci de-là de nombreux bâtiments respectant ces normes et il y en aura sans cesse davantage. Cependant, nous ne pouvons, ni ne voulons masquer le fait que ce sont les sociétaires qui portent traditionnellement la responsabilité de la construction de nouvelles Banques Raiffeisen et que certains bâtiments «ne font que» répondre aux exigences légales. Le conseil en construction de l'Union Suisse des Banques Raiffeisen recommande en tous cas la construction de bâtiments au bilan énergétique performant selon les normes Minergie.

Andreas Hüttenmoser, conseiller en construction à l'USBR

Propos par trop engagés...
Je vous informe que, à mon avis, l'édito signé Otto Ineichen est fort déplacé dans la revue d'une banque qui se targue d'être au service des «petites gens». Ce racolage d'un politicien radical qui en plus encense les agissements d'un conseiller fédéral d'extrême-droite est vraiment déconcertant de la part de Raiffeisen.

Henri-R. Graber, Evilard

Après coup, nous nous rendons effectivement compte qu'il n'était pas très heureux de laisser paraître les propos de M. Ineichen tel quel. Depuis un an, nous invitons différentes personnalités à s'exprimer sur le sujet de leur choix. Cette page rebaptisée «Prélude» a la vocation d'une tribune libre en quelque sorte. Dès lors, nous partions du principe que le lecteur ferait la part des choses entre l'opinion exprimée par le chef d'entreprise et celle de Raiffeisen. Cela ne semble pas être le cas. Nous nous excusons auprès des lecteurs qui se sentent blessés ou qui sont fâchés par les propos engagés de M. Ineichen dans la dernière édition de «Panorama». *(réd.)*

Entrée gratuite au Musée
Vers la fin des vacances, nous voulions visiter avec les enfants le Musée Suisse des Transports. Une fois sur place, on nous a signalé que seul le titulaire de la carte Maestro pouvait bénéficier de réductions. En l'occurrence, il s'agit de mon mari. J'ai certes une procuration pour tous nos comptes et suis également utilisatrice de la carte, mais je n'en suis pas titulaire. Etait-il normal que je paie l'entrée de mes enfants au Musée Suisse des Transports?

Katrin Hügi (kathue@ggs.ch)

L'offre du «Passeport musées suisses» gratuit ne vaut effectivement que pour la personne titulaire de la carte. Les musées ont reçu des instructions strictes et sont tenus de respecter les règles. Pour éviter d'encourager des pratiques abusives de notre offre, il nous est impossible de faire des exceptions. Si vous désirez également profiter de l'offre, nous vous conseillons de demander auprès de votre Banque Raiffeisen une carte conjoint établie également à votre nom. *(réd.)*

Prix des concours
De nombreux coupons de participation aux concours inclus dans les trois dernières éditions de «Panorama» sont parvenus à la rédaction.

Albert Röllin: Catherine Kaelin de Montricher (édition 6/2005), Birgitt Zingg-Heuberger de Flawil (édition 7/2005) et Thomas Hirschberger de Leinfelden-Echterdingen originaire d'Allemagne (édition 8/2005) vont recevoir un authentique sac de couchage Raiffeisen pour leurs réponses originales aux questions portant sur les histoires de point final d'Albert Röllin, par lesquelles celui-ci a pris congé des lectrices et lecteurs du magazine «Panorama».

Concours-loisir «Jeu et argent»: les participants suivants ont trouvé les bonnes réponses aux questions du concours-loisir.

«Panorama» 7/2005: on gagne en règle générale le «prix des sommets» au jeu «A l'estimation» avec 1000 points. Maria Kaufmann-Jost d'Uffikon, Heinz Ritter de Zurich et Louise Bessire d'Ipsach sont les heureux gagnants du jeu Ravensburger «Bluff».

«Panorama» 8/2005: seuls les porcelets femelles participent aux divertissements et au suspens des courses de cochons de l'Olma. Marie-Louise Fleury de Bassecourt, Alan Tanner d'Uetikon et Urs Gut d'Ennetmoos ont gagné le jeu «Labyrinthe» de Ravensburger.

Musée Suisse des Transports de Lucerne: Les 10 lectrices et lecteurs ont été tirés au sort parmi les quelque 1000 bonnes réponses à la question de la taille de l'écran géant du Cinéthéâtre IMAX (500 m²) dans «Panorama» 7/2005. Ils ont gagné une séance gratuite pour deux personnes au Cinéthéâtre IMAX. Il s'agit de: Marcel Thalmann (Brünisried); Marie-Laure Mani (Monthey); Anna Crivelli (Obino); Berthe Bähny-Pillonel (Payerne); Margrit Lindegger (Niedererlinsbach); Peter Wilhelm (Aarwangen); Susanna Blaser-Gut (Hämikon-Berg); Hanna Bossard-Moll (Kölliken); Margrit Hegglin Keller (Oberwil près de Zoug) et Heidi Christen (Schwadernau).

Nous adressons nos chaleureuses félicitations à tous les gagnantes et gagnants!

TESTÉ ET CERTIFIÉ

Protection anti-effraction

Coffre-fort Firesafe KB

- Isolation en beton ignifuge
- Serrure centrale 4 points

SÉCURITÉ TOTALE

Coffre-fort Firesafe KB
– Classes de sécurité I et II conformes à la norme EN-1143-1

Züblin Firesafe AG, Zürcherstr. 70, 8104 Weiningen,
tél 044 750 09 28, fax 044 750 09 54,
info@zueblin-firesafe.ch, **www.zueblin-firesafe.ch**

ZÜBLIN - FIRESAFE

Infocentro

Alptransit Gotthard San Gottardo

Découvrez avec nous le tunnel ferroviaire le plus long du monde!

Dans cette infrastructure moderne, équipée des technologies de communication les plus avancées, vous aurez en outre la possibilité de visiter de près le chantier du siècle.

Autoroute A2 (Bâle-Chiasso), sortie Biasca, direction Pollegio/Gothard

Horaires d'ouverture
De mardi à dimanche 09.00 -18.00 h
(certains jours fériés fermé)

Infocentro Gottardo Sud SA
CH - 6742 Pollegio
Informations
++41 (0)91 873 05 50
Réservations des visites guidées
++41 (0)91 873 05 51
Fax
++41 (0)91 873 05 55
www.infocentro.ch
info@infocentro.ch

Apprendre l'allemand de manière ludique – avec SPICK

Le cadeau de Pâques futé pour les enfants et les jeunes

10% de remise

Chaque numéro de SPICK est stupéfiant, divertissant et amusant. Avec SPICK, les enfants et les jeunes améliorent sur un mode ludique leurs connaissances en allemand et découvrent le plaisir de la lecture et de la culture générale. Lire SPICK devient pour chaque enfant une expérience palpitante!

11x Un suspense absolu

Spick paraît 11 x par an, y compris un numéro d'été super épais pour les vacances. Dans chaque numéro tu trouves une mine de savoir, blagues et suspense à l'état pur.

- **Devinettes et énigmes avec super prix**
- **Evénements et expériences uniques**
- **Kit de départ avec autocollants multicolores**
- **Amélioration des connaissances en allemand**
- **Spick, un magazine qui présente ses propres articles**
- **100% sans publicité**

Abo avec kit de départ: coffret, autocollants, poster/calendrier des anniversaires et code secret

SPICK Le magazine futé pour les élèves

RECOMMANDÉ PAR Stiftung Lesen

Je commande l'abonnement à SPICK suivant

☐ abonnement à SPICK d'un an, coffret compris, **au prix de Fr. 109.50**

☐ abonnement à SPICK de 2 ans, coffret compris, **au prix de Fr. 199.–** au lieu de Fr. 219.–.
Je profite d'une remise de 10%

☐ Le paquet-cadeau, avec coffret et facture, me sont adressés, pour que je puisse le remettre personnellement.

☐ Le paquet-cadeau, coffret compris, est adressé directement à son destinataire.

Adresse pour la facture

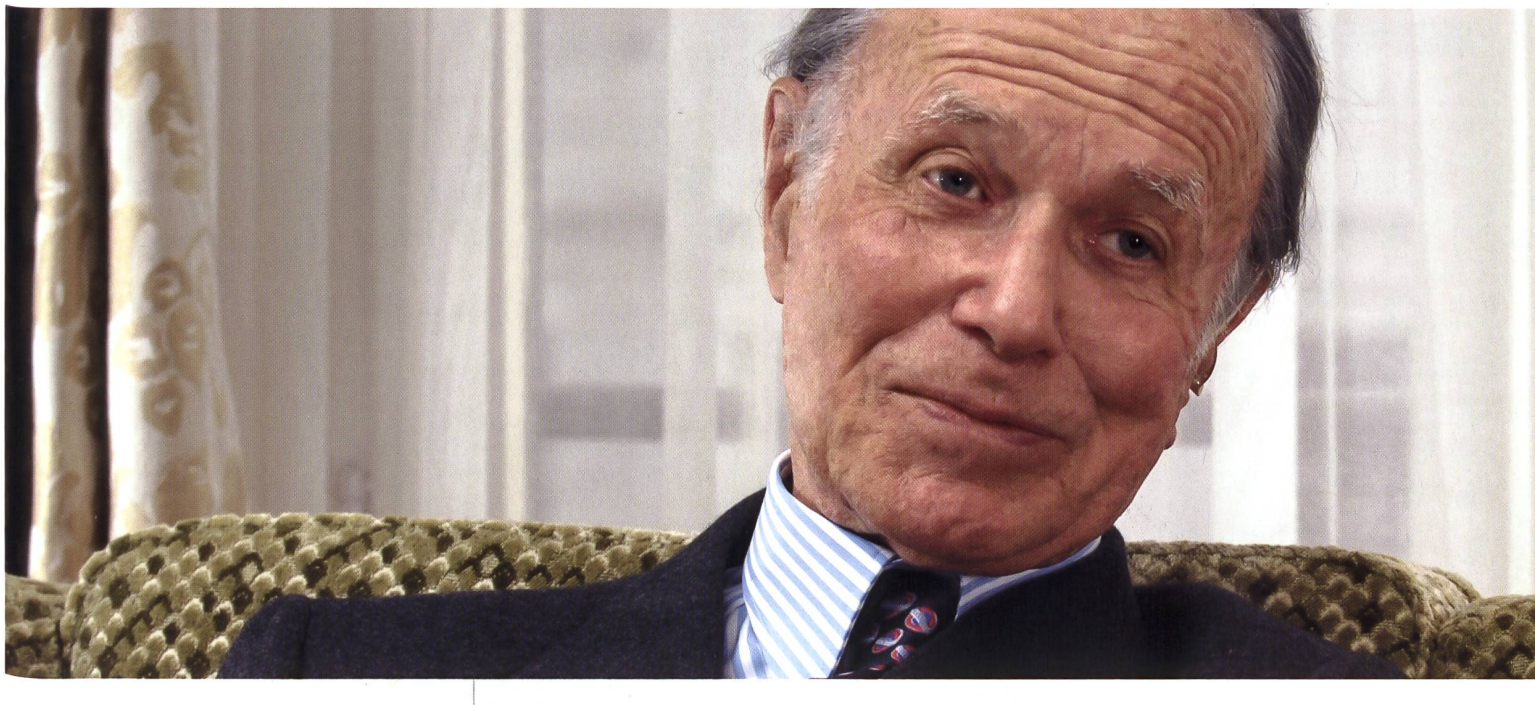
Prénom/nom _____
Rue _____
NPA/lieu _____
Date/signature _____

Destinataire

Prénom/nom _____
Rue _____
NPA/lieu _____
Début de l'abo (mois) _____ Anniversaire _____

DM-LB0602

Coupon à découper et envoyer à: **SPICK, Service des abonnements, Industriestrasse 37, 3178 Bösingen**
ou commander l'abonnement sans délai au n° 031 740 97 94



«Nous avons besoin d'anticonformistes»

Depuis presque deux ans, Raiffeisen a étendu à l'ensemble de la gamme de produits de placement sa coopération scellée en 1994 avec le groupe Vontobel en matière de fonds de placement. Raiffeisen a également confié à Vontobel ses activités de gestion de titres.

L'actionnaire principal de Vontobel Holding est Hans Vontobel, âgé de 89 ans et dont le père, Jakob, fonda la banque privée J. Vontobel & Cie en 1936. Hans Vontobel, né le 4 décembre 1916 à Zurich, intègre la banque paternelle après des études à l'Université de Zurich et un stage chez Pictet & Cie à Genève en 1943. Sous sa direction, la banque est devenue l'un des plus grands établissements de gestion de fortune de Suisse.

Il est toujours le président d'honneur dynamique de Vontobel Holding AG, se rend pratiquement tous les jours à son bureau de la Bahnhofstrasse et sa personnalité est toujours fortement associée à l'image du groupe bancaire. Il considère la coopération de Vontobel avec Raiffeisen comme une décision stratégique de la plus haute importance et a soutenu vigoureusement, à son époque, l'élargissement de la coopération. Dans l'interview suivante, nous vous proposons un éclairage passionnant sur la vie et la pensée de ce grand patron, qui va bientôt fêter ses 90 ans et assume de hautes responsabilités sociales et culturelles.

Hans Vontobel:
«Ce qui me procure le plus de plaisir est d'aller à la rencontre d'autres personnes et de les guider de la meilleure manière possible.»

«Panorama»: Vous êtes et avez été banquier, juriste, écrivain, officier de haut rang, philosophe, voyageur, humaniste, philanthrope et amateur d'art. Lorsque vous regardez en arrière: qu'avez-vous préféré, qu'avez-vous le mieux réussi?

Hans Vontobel: Que signifie réussir? Il est difficile de répondre à cette question. Je suis tombé dans le monde de la banque. En réalité, je voulais étudier la médecine ou la biologie. Plus ma connaissance des mécanismes de la banque et certaines de mes compétences se développaient, plus j'ai pris du plaisir à ce métier. Par bonheur, j'ai vraiment eu le sentiment que cela me permettait de créer quelque chose. Ce sentiment m'a accompagné toute ma vie: j'ai toujours voulu réaliser des choses, j'en éprouve une grande satisfaction.

Vous êtes considéré comme un révolutionnaire et un anticonformiste. Des hommes tels que vous ont-ils encore une chance dans l'économie et la politique d'aujourd'hui?

Je ne pense pas avoir été un révolutionnaire. J'ai toujours eu une opinion personnelle et l'ai exprimée très clairement dans tous les comités. Cela n'a pas toujours été accueilli favorablement. Un éminent banquier à la retraite m'a dit un jour: avec vous, on savait toujours à quoi s'en tenir. Cela m'a

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

LES SIEGES **SCHÖPF**®
pour une bonne assise

La solution pour vos

problèmes de dos!

Vous êtes automatiquement assis correctement.

Hermann Schöpf
Physiothérapeute
8345 Adetswil
Tél.+fax 01 939 31 20
info@schoepf-design.ch

www.schoepf-design.ch

La mobilité a un nom . . .

HERAG

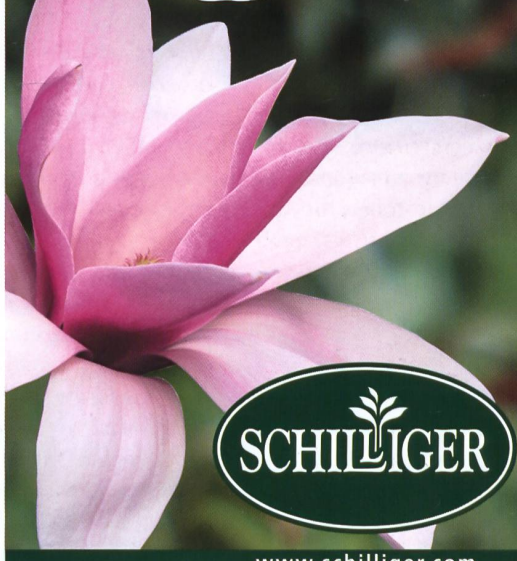
HERAG AG *Monte-escaliers* *www.herag.ch*
Tramstrasse 46
8707 Uetikon am See
info@herag.ch

044 920 05 04 *Tessin* *091 972 36 28*
044 920 05 02 *Suisse romande* *078 670 55 04*

☐ *Veuillez m'envoyer la documentation gratuite* ☐ *Je désire un devis sans engagement*

Nom / Prénom _____
Rue _____
NPA / lieu _____
Téléphone _____

Jardin & Décoration



GLAND
- Rte Suisse 40

GENÈVE
- Avenue Krieg 1
- Centre Comm. La Praille
- Rte de Base PLAN-LES-OUATES

LAUSANNE
- Madeleine 9

FRIBOURG
- Rte du Bois MATRAN

SCHILLIGER

www.schilliger.com

Lors de l'interview dans le bureau de la Bahnhofstrasse à Zurich.

toujours attristé que mes amis et collègues n'osent pas exprimer leurs opinions. Aujourd'hui plus que jamais, nous avons besoin d'anticonformistes, même si cela n'est pas toujours très confortable. Il n'y a rien de pire qu'un travail d'équipe où tout le monde ne fait qu'acquiescer.

Vous êtes convaincu qu'il est possible à un certain âge d'activer sa puissance créatrice. Vous en êtes vous-même un parfait exemple. N'êtes-vous jamais fatigué?
J'ai une très bonne constitution, un don de Dieu. J'ai aussi un mode de vie relativement raisonnable même si, dans ma jeunesse, cela a été parfois difficile. J'ai de très nombreux centres d'intérêts, je suis un homme curieux au sens positif du terme. Rester curieux le plus longtemps possible, c'est vraiment ce qui compte le plus pour les personnes âgées. Il y a tellement de choses nouvelles. Je ne veux jamais cesser d'apprendre.

La vieillesse est parfois perçue comme un fardeau pour la société – vous en avez tiré les conséquences en créant une fondation qui propose aux «anciens» un forum pour exprimer leur créativité spirituelle et participer à la société. Quels résultats avez-vous obtenus?
Les personnes les plus matures doivent avoir la possibilité de montrer qu'ils peuvent encore faire quelque chose et être créatifs. Plus de 500 personnes de plus de 65 ans participent à chacun des deux concours annuels. Pour le concours actuel, le participant le plus âgé a 93 ans. C'est vraiment surprenant de voir ce dont les gens sont encore capables à cet âge-là!

Pouvez-vous donner un exemple?
Un lauréat a, par exemple, écrit un roman historique se déroulant dans l'Égypte ancienne. Les égyptologues ont déclaré que les recherches que son auteur avait effectuées sur cette époque étaient vraiment remarquables. Cet homme a 83 ans, était maçon et vit dans une maison de retraite de Soleure. Je me souviens aussi d'une remise de prix et de la difficulté avec laquelle un homme se déplaçait sur la scène, malgré une assistance extérieure. Son ouvrage s'intitulait: «Ma vie avec Parkinson.»

Vous avez créé aussi Lyra, une fondation pour les familles (1986) et la Fondation Vontobel (1993): cette dernière vise à soulager la misère et à aider les gens en difficulté en Suisse. La pauvreté dans le pays riche qu'est la Suisse ne vous laisse-t-elle pas désemparé ou perplexe?
Ce problème me préoccupe et me pèse énormément. Je pense que ce développement ne sera pas supportable à long terme sur le plan social. Dans toute communauté, les plus forts ont la responsabilité de protéger les plus faibles. C'est une très belle mission. Il y a tellement de gens qui ont échoué, aussi bien sur le plan humain que professionnel. Lorsque j'examinais autrefois des demandes de soutien, j'ai souvent dit: c'est de leur faute. Mais qu'est-ce que la notion de faute? Si Dieu m'a donné certaines qualités comme une forte volonté et ne l'a pas donné à d'autres, que peut-on faire? C'est pourquoi je suis devenu très prudent dans l'utilisation du mot faute. Un changement de mentalité dans la société exige aussi beaucoup de temps.

Votre regard sur l'argent s'est-il modifié avec les années?
Quand j'étais étudiant, j'avais toujours des dettes pour les livres que j'achetais, car je lisais beaucoup. Ma mère les a toujours payées. Lorsque j'étais jeune banquier et père de famille, je touchais au début un salaire de 475 francs par mois. Nous devions compter pour tenir notre ménage. Lorsque j'ai eu vraiment assez d'argent, j'ai su que celui-ci ne rend pas heureux. Il donne simplement un sentiment de sécurité en cas de maladie et pour la retraite. En revanche, il est très beau de dépenser de l'argent de manière utile. Les fondations m'apportent beaucoup de joie.

L'argent ou l'excès d'argent corrompt-il l'homme?
Peut-on avoir trop d'argent? Pour rester général: plus on a de moyens, plus les tentations sont fortes. Bien sûr, je pourrais m'offrir un yacht en Méditerranée avec quelques mannequins ou une écurie de chevaux de course (rires). Sérieusement, je suis programmé tout autrement.

Donc, pour vous, d'autres valeurs ont plus d'importance que l'argent?
Oui. Une collaboration harmonieuse au sein de la banque est plus importante pour moi que la montée du cours des actions de l'entreprise.

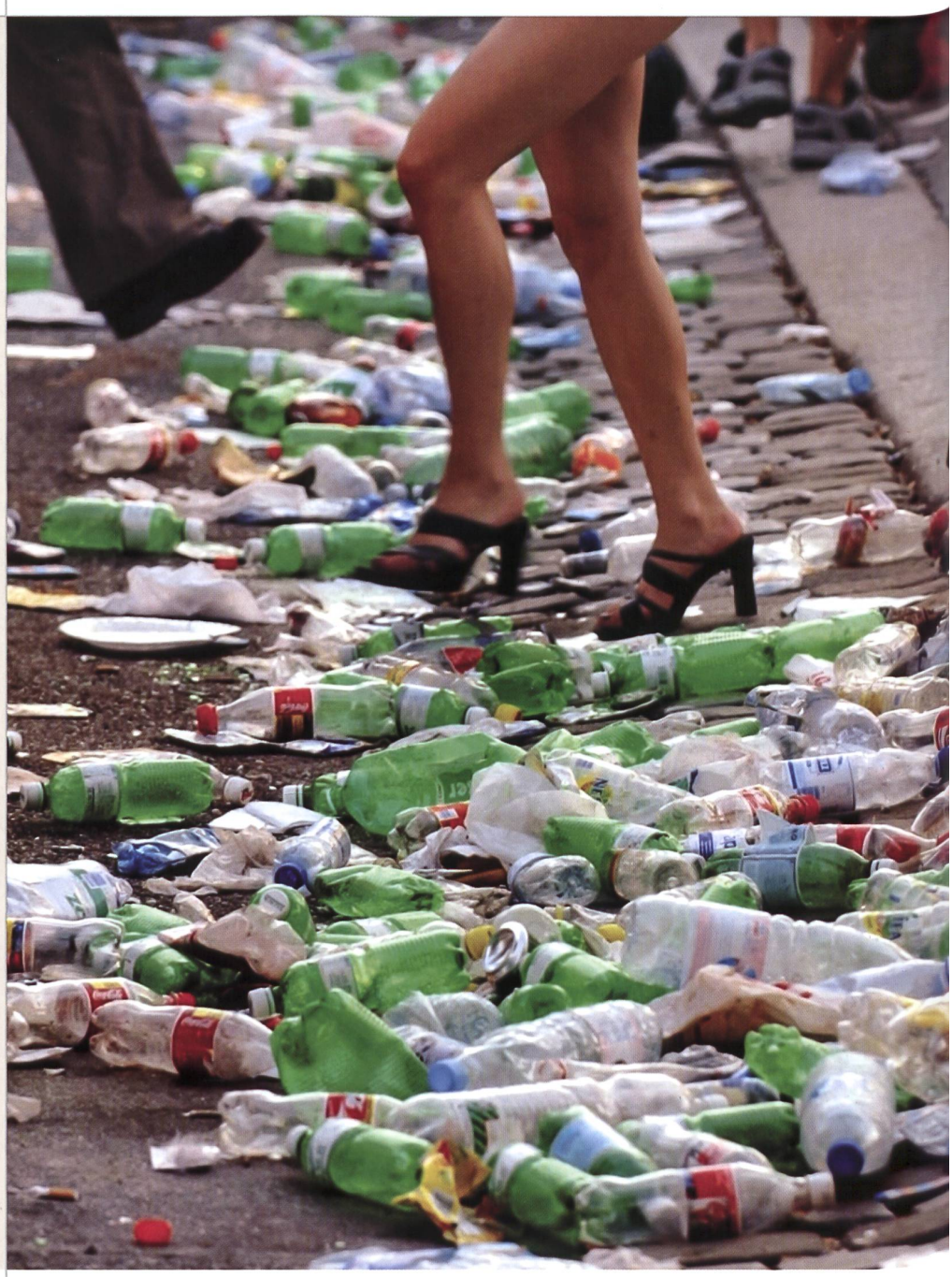
Pouvez-vous imaginer un monde sans argent? Souhaiteriez-vous un tel monde?
Le monde actuel est si complexe que je ne peux pas l'imaginer sans argent. Je ne souhaite rien d'absolument illusoire.

Interview: Pius Schärli/Philippe Thévoz

Moins d'ordures!

Environ 30% des déchets atterrissent sur le sol des lieux publics, mais pas dans les poubelles. Ce problème appelé «littering» fait peser des charges supplémentaires de nettoyage sur le budget des villes et des communes et défigure le paysage urbain.

«Qui va trop loin dans le désordre et la saleté, risque de s'y enfoncer un jour jusqu'au cou.» (Proverbe)



Pour sensibiliser au problème du littering, diverses actions et campagnes ont été menées. Par exemple, une journée annuelle de nettoyage, le clean-up day, est pratiquée sur tout le territoire suisse depuis 2001. Des centaines de personnes participent chaque année à cette «journée de ménage» en nettoyant les forêts, les bordures de route ou les berges de rivière.

De la même manière en 2001, la Fondation suisse pour la pratique environnementale (Pusch) a lancé une campagne sous la devise «trash ist kultur» (le trash c'est aussi la culture): des affiches, des autocollants de poubelles, des panneaux, des acteurs de théâtre de rue, etc. sont mis à disposition des communes, entreprises ou associations intéressées.

De nombreuses communes et cantons ont lancé leurs propres campagnes comme, par exemple, le canton de Soleure qui, l'an dernier, a mené l'opération «Action contre la saleté» avec un «radeau-poubelle» sur l'Aar, où ont été exposés des déchets pêchés dans cette rivière. Dans la ville de Bâle, on a même été jusqu'à ériger une tour de déchets de six mètres de hauteur. La ville de Thoune, quant à elle, a décidé de s'adresser aux jeunes par le biais d'un polar sur les déchets sous forme de bande dessinée.

Une journée d'action, organisée entre autres par le Push et l'ORED, est prévue pour la première fois en mai 2006 sur le thème d'une «gestion intelligente des matières premières, des produits et des déchets» sous la devise des «vraies valeurs». Cette action a pour objectif de sensibiliser la population à l'économie des matières premières, la réduction des déchets et le recyclage, ainsi qu'à l'élimination rationnelle des déchets. *(rus)*

Bouteilles de pet, emballages alimentaires, journaux et mégots de cigarettes: ce genre de détritus viennent de plus en plus souvent défigurer la place publique. «Littering» (de l'anglais «to litter» = «couvrir de détritus») est le nom donné à ce phénomène qui est littéralement entré dans le champ du débat public ces dernières années. «En l'espace de dix ans, le volume de déchets qui jonchent les rues a plus que doublé. Cela a bonnement fait exploser tous les cadres budgétaires», c'est ainsi qu'Alexandre Bukowiecki de l'Union des villes suisses caractérise la tendance actuelle.

En tant que directeur de l'Organisme pour les problèmes d'entretien des routes, d'épuration des eaux usées et d'élimination des déchets (ORED), il connaît bien cette problématique. Cela se traduit principalement pour les services publics par des coûts supplémentaires de nettoyage. Les grandes villes dépensent en tout environ 500 millions de francs pour le nettoyage, dont, selon les estimations, 10% sont imputables au littering.

Désordre quotidien

Des évènements de grande ampleur comme la Street Parade de Zurich placent la problématique des déchets au centre des débats, quand il s'agit pour les équipes d'agents d'entretien de débarrasser les rues de tonnes de matériaux de toute sorte. Cependant pour Bukowiecki, c'est le moindre de ses maux car, pour de telles manifestations, les organisateurs sont souvent coresponsables et doivent payer leur part de l'addition. «Le désordre quotidien nous pose beaucoup de problèmes», déclare Bukowiecki. Les points de rencontre très prisés tels que les places ou les zones de correspondance des transports publics sont particulièrement touchés par les détritus.

En matière de littering, Roland Binz des CFF peut aussi entonner son couplet: «Chez nous, le littering est une vraie préoccupation qui s'est encore aggravée avec l'explosion des journaux gratuits.» Ces derniers temps, le problème s'est légèrement atténué, constate Binz, sans doute en raison de la campagne de sensibilisation des CFF: «Nous encourageons nos clients à se débarrasser de leurs détritus dans les poubelles prévues à cet effet, et depuis peu même à trier le pet. Par exemple, depuis l'été dernier, les 115 compositions de rames du S-Bahn de Zurich sont équipées d'un container spécial pour la collecte des journaux.»

Modificaton des habitudes

Selon une étude de l'Université de Bâle, la culture alimentaire actuelle faite de fastfood et de plats à emporter exerce une influence importante sur le phénomène de littering. «Les élèves et étudiants mangent dans la rue pendant la pause de midi et les hommes d'affaires entre deux réunions», note Bukowiecki. Le fastfood et les plats à emporter ne vont pas sans leurs matériaux d'emballage qui finissent trop souvent à côté des poubelles. Cette étude mentionne aussi un élément tout à fait intéressant: les causes du littering ne sont ni l'absence de poubelles, ni des poubelles pleines, en effet, on trouve également des détritus dans les lieux à proximité de poubelles à moitié vides ou offrant de nombreuses autres possibilités de se débarrasser proprement des déchets. Bukowiecki parle d'une «certaine indifférence envers l'espace public». Il applique au littering la même analyse qu'au vandalisme et au manque de respect croissant. «C'est certainement une tendance de l'époque.» «Le littering touche, dérange et provoque l'indignation de beaucoup de monde», reconnaît Bukowiecki. C'est pourquoi des mesures anti-littering sont importantes. De nombreuses villes et cantons tentent de s'attaquer au problème à l'aide de campagnes et de travail d'information. «Les effets concrets restent cependant modestes. Ces mesures ne permettent guère d'atteindre les responsables», nous explique ce professionnel. «Il faudrait au moins orienter les campagnes en fonction du groupe-cible.» Il serait bien plus utile d'introduire le thème du littering au programme scolaire portant sur l'environnement.

Coopérations clés

Les amendes contre les pollueurs représentent un autre moyen de lutte pratiqué depuis deux ans dans le canton de Berne et en pourparlers dans plusieurs autres endroits. La mise en œuvre concrète est difficile, déclare Bukowiecki: «Les amendes repoussent certainement un peu. D'ailleurs, les seules amendes ne vont pas rendre nos villes propres.»

Des coopérations avec les responsables indirects que sont, par exemple, les vendeurs de plats à l'emporter sont à ses yeux plus prometteuses. Bukowiecki défend un concept selon lequel les vendeurs en question devraient être responsables de l'élimination des déchets dans un périmètre donné autour de leur commerce et être également chargés d'installer eux-mêmes des poubelles supplémentaires ou de participer aux coûts de nettoyage. Selon lui, une consigne sur les emballages des boissons serait une autre possibilité.

Ce professionnel est persuadé qu'en appliquant simultanément plusieurs mesures, il est possible au moins d'endiguer le problème du littering. Il prévoit cependant un processus sur le long terme: «Ce problème ne s'est manifesté que très progressivement et, espérons-le, disparaîtra aussi progressivement. Nous ne pourrons bien sûr jamais faire totalement disparaître ce phénomène de nos villes.» ■ **RUEDI STUDER**

7 jours dans le TYROL AUTRICHE

DES VACANCES EXCEPTIONNELLES

SÉJOUR À ST. CHRISTOPH

du 12 au 18 août 2006

St. Christoph est situé dans les alpages à 6 km de St. Anton, au col de l'Arlberg (1800 m). La région est célèbre et populaire dans le monde entier; c'est un lieu attrayant. On y apprécie la beauté de ses montagnes. L'hôtel se trouve au centre de St. Christoph et dispose de toutes les installations d'un hôtel 5 étoiles: toutes les chambres avec bain, douche et WC, plusieurs salles à manger, un grand salon orné d'une cheminée monumentale, un bar, une piscine chauffée avec jacuzzi, une terrasse. Toute la direction parle le français. C'est également une des meilleures tables du Tyrol, où l'animation est assurée par le patron, M. Werner. L'Hospiz c'est aussi un membre des «Relais & Châteaux» adoptant la règle des «5 C»: Caractère, Courtoisie, Calme, Charme, Cuisine. Vous y attendent confort, gentillesse, détente, les plaisirs de la haute montagne ainsi que les promenades dans les alpages du Tyrol... Tout simplement la joie de vivre! Un séjour à ne pas manquer, unique!

PRIX TOUT COMPRIS:

Fr. 1240.–

Les points forts:

Une semaine de rêve inoubliable dans un hôtel***** faisant partie des «Relais & Châteaux».

Pension complète.

Boissons à table à volonté.

Toutes les excursions incluses, soirée tyrolienne, soirées dansantes et séjour gratuit d'une semaine à l'Hospiz à gagner.

VOYAGE EN CAR

1er jour • samedi 12 août • Départ à 6 h 30 via St. Christoph (arrêt café en cours de route); arrivée pour le repas de midi puis prise des chambres à l'hôtel. Après-midi libre pour découvrir l'hôtel et profiter de sa belle piscine chauffée avec bain bouillonnant. Cocktail de bienvenue puis repas du soir.

2e jour • dimanche 13 août • Petit déjeuner à l'hôtel puis messe typique tyrolienne à l'église de St. Anton. Ensuite, visite du village puis retour à l'hôtel pour le repas de midi. Après-midi: excursion à Samnaun, petit village suisse dont l'unique accès se fait en passant par l'Autriche. Les marchandises proposées dans les magasins, qui sont ouverts le dimanche, sont détaxées. Repas du soir à l'hôtel puis départ à St. Anton pour la soirée tyrolienne présentée par le groupe folklorique local. Vers 23 h 30, retour à l'hôtel.

3e jour • lundi 14 août • Après le petit déjeuner, pêche à la truite à l'étang de Lech avec préparation et consommation sur place. A 16 h, café et gâteau à l'hôtel. En soirée: «Concours du Meilleur Cuisinier» (un grand succès). Grande soirée surprise sous la surveillance du maître queux, avec l'appui de toute l'équipe des cuisiniers de l'Hospiz. Orchestre et danse.

4e jour • mardi 15 août • Matinée libre. Après le repas de midi à l'hôtel, excursion pédestre (pour tous les âges) suivie d'un casse-croûte (spécialités tyroliennes) puis repas du soir surprise à la ferme avec soirée dansante. Nuit dans le même hôtel.

5e jour • mercredi 16 août • Après le petit déjeuner, départ via Innsbruck, la capitale du Tyrol, ville deux fois olympique. Visite guidée de la vieille ville avec le Toit d'Or de Maximilien qui surplombe une place magnifique bordée de belles maisons baroques et rococos, l'Eglise Impériale, etc. Repas de midi. Après-midi, visite d'une fabrique de bougies, la seule au Tyrol. Toutes les bougies sont exclusivement faites à la main et présentent donc des formes variées. Ensuite, à Rattenberg, visite d'ateliers avec souffleurs de verre, graveurs, peinture sur verre, exposition avec pièces uniques artisanales. En fin de journée, retour à l'hôtel. Apéritif surprise avec dégustation de différentes spécialités autrichiennes et vin à volonté, puis repas du soir.

6e jour • jeudi 17 août • Matinée libre pour le shopping à St. Anton. Repas de midi à l'hôtel. Après-midi «dolce farniente». Cocktail d'adieux et repas du soir.

7e jour • vendredi 18 août • Après le petit déjeuner, rentrée. Arrêt en cours de route pour le repas de midi. Arrivée vers 18 h.

NOS AUTRES MAGNIFIQUES VOYAGES

Forêt-Noire	du 4 au 7 avril
Côte d'Azur	du 17 au 21 avril
Venise	du 25 au 28 avril
Gênes, Euroflora	29 et 30 avril
Normandie / Bretagne	du 13 au 20 mai
Ile d'Elbe	du 25 au 28 mai
Nuits de Feu de l'Oise	du 15 au 18 juin
Le Vercors	du 3 au 5 juillet
Croisière sur le Danube	du 2 au 8 août
Luxembourg	du 21 au 24 août
Le Périgord	du 28 août au 1er sept.
Les Pyrénées - Andorre	du 3 au 7 septembre
Fête dans le Zillertal	du 8 au 10 septembre
La Corse	du 15 au 22 septembre
Rome	du 25 au 30 septembre
La Toscane	du 2 au 5 octobre
Croisière La Vallée du Rhin	du 23 au 26 octobre
Abano	du 29 octobre au 5 nov.
Bourg-en-Bresse, Floralies	11 et 12 novembre
Alsace / Kirrwiller	18 et 19 novembre
Shopping à Turin	25 et 26 novembre

Juillet - Août
Vacances balnéaires • Adriatique
dès Fr. 735.– en pension complète

Pèlerinages
Paray-le-Monial • Ars • Lyon •
Châteauneuf-de-Galaure • Lourdes • Fatima •
Saint-Jacques de Compostelle • La Salette • Medjugorje

Taxi Etoile
TÉL. 026 912 21 22 • 1630 BULLE
E-mail: taxietoile@bluewin.ch

Jean Marie Boursicot (52 ans) est à la tête d'une cinémathèque de films publicitaires unique au monde.

Photo: Ldd

Fou de pub

A Porrentruy, une cinémathèque de films publicitaires unique au monde réunit près d'un million de pièces de 1898 à nos jours. C'est ce que Jean Marie Boursicot a fondé en 25 ans. Une sélection annuelle des meilleurs films est présentée, partout dans le monde, lors de La Nuit des Publivores.

Passionné de cinéma, Jean Marie Boursicot, qui habite alors Marseille, demande des morceaux de pellicule aux opérateurs de quartier. «Ils refusent et, à défaut, me donnent des films publicitaires», explique l'intéressé. Progressivement, il se prend au jeu et s'approche de la source, les entreprises, pour agrandir sa collection.

Après un passage éclair chez le groupe Publicis, il met sur pied une projection publique de ses films à Paris en 1980. «Le directeur de la salle accepte de me la louer, à moitié-prix, à partir de minuit. Et c'est un carton.» La Nuit des Publivores est née. Et son succès ne s'est jamais démenti depuis, elle qui se déroule dans 160 villes de 45 pays!

400 films par an

Pour organiser chaque Nuit des Publivores, Jean Marie Boursicot sélectionne 400 films sur les 25 000 qu'il reçoit par année... Ses pourvoyeurs sont les agences publicitaires, les annonceurs et les producteurs du monde entier. A la tête de sa petite entreprise, le jovial cinquantenaire, outre La Nuit des Publivores, travaille pour quantité de télévisions. «Les chaînes comme TF1, pour les Enfants de la Télé, ou la TSR, pour Temps Présent, sans oublier les Américains, Mexicains, Chinois et Japonais, entre autres, sollicitent mes archives. Certains annonceurs me demandent un historique visuel de leurs films publicitaires. Je reçois aussi des demandes de privés», ajoute le dynamique patron.

12 camions d'archives

Jean Marie Boursicot a décidé de quitter l'Hexagone parce que sa cinémathèque est son bébé et qu'il ne veut pas qu'elle meure avec lui, d'autant qu'il n'a pas de descendance. «En France, ma collection n'est pas évaluée précisément. Donc, sa valeur est nulle. La Suisse, elle, m'a permis d'assurer mes films et de valoriser ma société.»

L'Helvète d'adoption choisit de s'installer à Porrentruy, suite à une rencontre de hasard. Voici quelques mois, 12 camions de films publicitaires partent de Paris pour venir occuper une aile du bâtiment Technopôle, dans le chef-lieu ajoulot.

«La publicité est un langage universel, une ouverture sur le monde, une véritable étude sociologique aussi. Un spot réussi raconte une histoire simple, dont l'idée saute aux yeux», conclut Jean Marie Boursicot. Sa cinémathèque emploiera dix personnes d'ici 2007. ■ **DIDIER WALZER**

Première mondiale à Genève

La première mondiale de La Nuit des Publivores 2006 se déroulera à l'Arena de Genève, le 29 avril, dès 22 h. Une avant-première, gratuite, aura lieu, entre le 15 et le 20 avril, au cinéma Colisée de Porrentruy. En mai, La Nuit des Publivores fera halte à Bâle et s'arrêtera dans huit villes helvétiques à partir de 2007.

Une projection gratuite est prévue sur l'esplanade de La Défense, à Paris, le 8 septembre. La Grande Arche fera alors office d'écran. *(dw.)*

Renseignements et réservations: www.publivores.com, Fnac, Ticketcorner

Photo: BGS

«Friends 4 ever»

Les amies, c'est toujours important – à n'importe quel âge. Avec elles, on peut plus qu'avec quiconque parler de tout, se disputer à propos de détails et ensuite se réconcilier, les larmes aux yeux ou encore se moquer des autres. Oui, c'est vrai, enfin quelqu'un le reconnaît: les filles se moquent souvent et volontiers des autres! Mais la plupart du temps, nos intentions ne sont pas bien méchantes.

Les amies sont à l'écoute et nous apportent, à partir de leurs propres expériences, des conseils concrets et dépeignent le type qui a osé tromper l'une d'entre elles comme le plus gros salaud de tous les temps. Et cela, c'est exactement ce que nous aimons entendre en ces moments-là! Beaucoup de mères ne comprennent pas pourquoi on ne s'adresse pas à elles pour parler de nos problèmes. En effet, c'est une bonne question. La réponse, en fait, est très simple: malgré leurs efforts pour nous comprendre, elles n'y arrivent pas, la plupart du temps.

Personne n'écoute vraiment, lorsqu'on se plaint auprès de nos mères du stress de nos vies d'adolescents accablés de travail (courir les magasins et téléphoner c'est aussi du boulot, après tout!): «À notre époque, on ne se plaignait pas sans arrêt, mais on serrait les dents». Et après, elles se demandent encore pourquoi, on s'énerve...

Malheureusement, les amitiés se délient aussi assez rapidement. Il est facile de dire: «Friends 4 ever», mais pour y arriver, c'est un vrai défi. De petites choses, comme le style de l'habillement ou d'autres filles jalouses de cette amitié, peuvent suffire à semer la discorde. Mais, malheureusement, il existe une autre raison particulièrement répandue: les garçons.

Les jeunes filles n'arrivent pas à vivre avec eux, et malheureusement pas non plus sans eux. La pire situation, c'est lorsque des amies tombent amoureuses du même garçon. J'ai déjà connu tant de situations qui ont amené des filles à se disputer pour des garçons et qui ont brisé leur amitié. En ce qui concerne mes amies et moi, nous avons une règle stricte: JAMAIS les garçons ne nous sépareront!

Heureusement, il existe aussi quelques exemplaires normaux de cette espèce, qui peuvent même faire partie du cercle d'amis, même si on ne peut pas parler avec eux de chaussures, de maquillage et de garçons, mais la plupart du temps seulement de foot et de jeux vidéo (Qu'est-ce qu'ils y trouvent d'intéressant?).

En tout cas, les amis c'est important, qu'ils soient filles ou garçons!

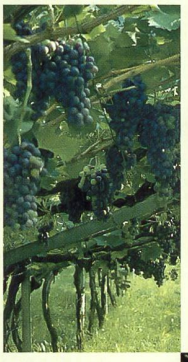
■ **NATALIE MARRER**

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 AG, 4601 Olten, www.brandl.ch; Photo de couverture: Marc Wetli | **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:** Vogt-Schild Druck AG, Gutenbergstrasse 1, 4552 Derendingen | **Mode de parution:** Panorama paraît huit fois par an: 334 000 ex. en allemand, 70 000 ex. en français, 46 000 ex. en italien | **Régie des annonces:** Jean Frey AG, Fachmedien, case postale, 8021 Zurich, Tél 043 444 51 07, Fax 043 444 51 01, panorama@jean-frey.ch, www.fachmedien.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.**

Les vins bio sont-ils donc si bon?!

On peut contempler ...

Envie de vin produit par une nature saine? Si tel est le cas, dites oui au service de dégustation Delinat. Il vous amène directement chez vous des vins rouges excellentissimes en provenance des meilleurs crus biologiques d'Europe ... et leur goût est inégalable!



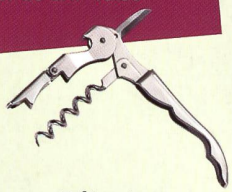
... sentir ...

En Suisse, le WWF et les organisations de protection du consommateur donnent à cette marque de qualité la meilleure note qui soit: *** très conseillée. En effet, elle est garante du respect des recommandations de culture de Delinat, et du contrôle multiple du produit suivant celles-ci.

... et savourer la nature!

Tous ont été contrôlés au regard de leur culture biologique et sélectionnés pour vous avec le plus grand soin. Faites la différence, subtilement. Votre pack de bienvenue est d'ores et déjà prêt pour vous ... avec un avantage tarifaire de plus de 40%!

Votre cadeau publicitaire gratuit: un tire-bouchon professionnel Pulltap d'une valeur de CHF 13.50



Réjouissez-vous de ce choix de vins:
Château Soulieres, Bordeaux 2003. Riche en finesse et en arômes, avec une combinaison fruitée de quetsches, de fruits des bois, de sureau et de réglisse. **Vinya Laia, Catalunya DO 2002**. Un fruit juteux, une ampleur harmonieuse et une agréable note de Cabernet au final. **La Sora, Chianti DOCG 2002**. Frais et doux, avec un sublime bouquet de mûres et de fraises. Un chianti avec Grandezza.

Votre pack de bienvenue pour seulement CHF 25.– au lieu de CHF 42.40 **Soit une économie de CHF 17.40!**

Votre coupon Dégustation

Art.-N° 9001.77
Valable jusqu'au 31.05.2006. Dans la limite des stocks disponibles.

A découper, compléter et envoyer immédiatement à: Delinat Kundenservice (Service Clientèle), Kirchstrasse 10, 9326 Horn.

Vos avantages!
- **3 vins de qualité**
- **plus de 40% d'économie**
- **un cadeau publicitaire gratuit**

☑ **Oui!** Faites-moi parvenir mon pack de bienvenue au prix super avantageux de seulement CHF 25.– (au lieu de CHF 42.40). J'économise plus de 40% et je reçois par-dessus le marché un appréciable cadeau publicitaire gratuit. Delinat me facture seulement CHF 6.50 pour le port/l'emballage.

Attention! Pas de livraison aux personnes de moins de 18 ans! Un seul pack de bienvenue possible par foyer.

Nom/Prénom

Rue/N°

595.886

NPA/Localité

Tél.

Données facultatives

E-mail

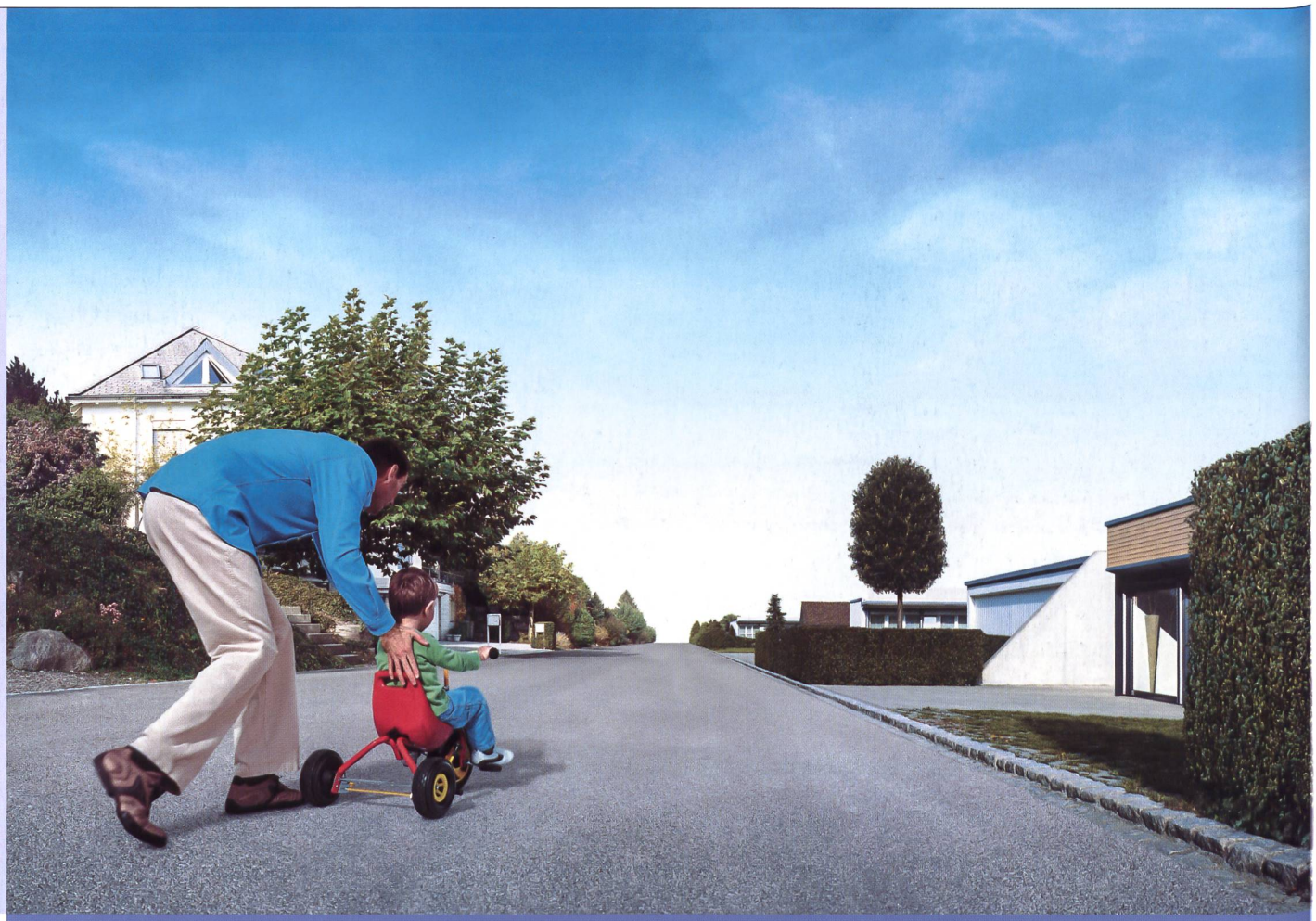
Date de naissance

Service de dégustation Delinat avec l'avantage Economie: Vous voici partant: vous recevez quatre fois par an 3 vins rouges sélectionnés. S'y ajoutent des informations et des recettes gratuites à propos du vin. Suivant la sélection, vous payez pour chaque pack entre CHF 30.– et CHF 45.– maximum. Vous n'avez aucune autre obligation et vous pouvez stopper les livraisons à tout moment: un coup de téléphone suffit.

Commandez dès à présent! La correspondance se déroule uniquement en allemand pour l'instant: merci de votre compréhension.
Par tél. 071 227 63 00
Par fax 071 227 63 01
Sur Internet sur le site www.delinat.ch ou au moyen du coupon.

DELINAT

Le vin produit par une nature saine



FINANCEEXPERT – Conseil complet en financement du logement.

Vous rêvez de vous installer dans vos propres murs? Nous vous accompagnons de la planification jusqu'à l'emménagement, et même par la suite. Convenez d'un rendez-vous avec votre Banque Raiffeisen.

www.raiffeisen.ch

Ouvrons la voie

RAIFFEISEN