

Les consommateurs voient de plus en plus noir

Conjoncture En octobre, l'indice du climat de consommation est passé à -27 points

ATS

Le moral des consommateurs reste orienté à la baisse. L'indice du climat de consommation est ainsi passé de -17 en juillet à -27 points en octobre, révèle l'enquête trimestrielle du Secrétariat d'Etat à l'économie (Seco) publiée lundi.

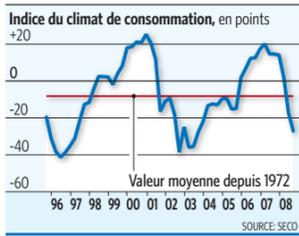
Le repli enregistré est toutefois moins marqué qu'au cours des deux trimestres précédents, précise le Seco, qui a interrogé quelque 1100 ménages. En juillet, l'indice avait plongé dans le négatif pour la première fois depuis trois ans.

Seul un des trois indices partiels servant à déterminer le climat de consommation s'est nettement détérioré: l'évaluation de la situation économique générale, pour les douze derniers mois, a continué de baisser (-57, contre -25 en juillet).

Avec -27 points, la valeur de l'indice du climat de consommation en octobre se situe nettement au-dessous de sa moyenne à long terme (environ -8 points de 1972 à 2008). Les niveaux les plus bas enregistrés par le passé (-54 points en octobre 1992, -41 en juillet 1996 et -39 en octobre 2002) n'ont pas été atteints jusqu'à présent.

Les autres indicateurs, qui n'entrent pas dans le calcul de l'indice global, se sont presque tous détériorés par rapport à la dernière enquête. Les attentes concernant la situation économique générale

Au plus bas depuis 2003



de ces douze prochains mois ont nettement diminué, passant à -61 points, contre -45 en juillet.

Craintes pour l'emploi

Les évaluations concernant la sécurité de l'emploi se sont détériorées de manière encore plus marquée (-61 en octobre contre -21 en juillet). Les consommateurs jugent aussi les possibilités d'épargne de manière moins favorable qu'en juillet (+37 contre +43).

Opportunité de faire des acquisitions importantes est en revanche évaluée de manière relativement stable (-25 contre -23 en juillet). S'agissant de l'évolution des prix au cours des douze derniers mois, les ménages interrogés l'ont jugée moins marquée en octobre qu'en juillet (+110 contre +119 en juillet). On constate la même tendance pour les attentes pour les douze prochains mois (+75 contre +101 en juillet).

La Suisse livrerait des noms au fisc américain

Entraide La presse parle d'une liste d'une centaine de clients d'UBS suspectés de fraude fiscale. Ce ne serait qu'un début

François Pilet

Pour la seconde fois en à peine plus d'un mois, la presse américaine affirme que le gouvernement suisse a bel et bien commencé de transmettre des noms de clients d'UBS suspectés de fraude fiscale. Le *Washington Post* écrit dans son édition d'hier que 70 noms ont été transmis au Département américain de la justice ces derniers mois dans le cadre d'une procédure civile d'entraide administrative.

Toujours selon le journal, les autorités pénales américaines posséderaient une seconde liste d'une trentaine de noms. La source «proche du dossier» citée par le quotidien n'explique pas par quels moyens les enquêteurs auraient pu se procurer cette liste. UBS n'a pas souhaité commenter ces informations.

Le *New York Times* avait relaté des faits similaires le 1er octobre dernier, en précisant que ces noms seraient transmis à l'autorité fiscale américaine (IRS) par le Département de la justice. Les Etats-Unis avaient déposé une demande d'entraide administrative en juin, suite aux révélations d'un ancien gérant de fortune de la banque, Bradley Birkenfeld. Celui-ci avait plaidé coupable de-

vant une Cour fédérale de Miami, reconnaissant avoir aidé ses clients américains à frauder le fisc. UBS avait reconnu les faits devant le Sénat le 17 juillet et s'était engagée à fermer 19 000 comptes de citoyens américains gérés en Suisse. Les autorités américaines cherchent à identifier les titulaires de 250 d'entre eux.

Enquête en cours

La liste de 70 noms mentionnée par le *Washington Post* pourrait n'être qu'un début. L'Administration fédérale des contributions (AFC), chargée de répondre à la demande d'entraide, ne fait aucun commentaire sur les affirmations du quotidien. Elle confirme toutefois qu'une enquête est bien en cours pour juger du bien-fondé de cette demande. Si l'AFC décidait d'y répondre et de transmettre des noms, les clients américains devraient être avertis et seraient susceptibles de faire recours contre cette décision auprès du Tribunal administratif fédéral (TAF). Sous le couvert de l'anonymat, un fonctionnaire fédéral estime que le TAF pourrait effectivement rendre une décision en ce sens «d'ici à la fin de l'année ou au printemps prochain». Il est toutefois possible que des noms soient

transmis avant cette date, confirme le porte-parole de l'Administration fédérale des contributions, Beat Furrer. Si des clients américains concernés ne répondent pas à l'avertissement de l'AFC et ne déposent pas leur recours dans les trente jours, leurs noms seraient alors automatiquement communiqués à la justice américaine.

La deuxième liste de 30 noms aux mains des procureurs américains ne provient pas d'une demande d'entraide. Le porte-parole de l'Office fédéral de la justice affirme en effet qu'aucune commission rogatoire concernant des clients d'UBS n'a été déposée récemment par les Etats-Unis.

Audition le 9 janvier

Ces noms auraient plutôt été soufflés aux oreilles des enquêteurs par Bradley Birkenfeld, qui négocie avec la justice depuis des mois dans l'espoir d'une remise de peine. «Lorsque tout sera terminé, la nature et l'ampleur de la participation de Brad Birkenfeld à l'enquête deviendront parfaitement claires pour tout le monde», a confié par e-mail un de ses avocats au *Washington Post*. L'audition de jugement est prévue le 9 janvier.

Entreprises suisses

Syngenta

Syngenta acquiert l'entreprise argentine SPS, spécialisée dans le développement, la production et la commercialisation de semences de soja, maïs et tournesol. Les détails financiers de la transaction n'ont pas été communiqués. (ATS)

PostFinance

Le négoce autonome de titres sur Internet a le vent en poupe. La plateforme de PostFinance, lancée il y a sept ans, a connu une progression record en 2008 et compte à ce jour quelque 30 000 clients, a indiqué lundi l'entreprise. (ATS)

Sia Abrasives

Sia Abrasives convoque le 16 décembre une assemblée générale extraordinaire. Ses actionnaires devront ouvrir la voie à la reprise de la société thurgovienne de produits et de techniques de ponçage par le groupe allemand Bosch. (ATS)

Xstrata

La chute subite de la demande en ferro-chromes contraint le groupe minier zougouis Xstrata à fermer provisoirement six hauts fourneaux en Afrique du Sud. Les employés touchés seront affectés à d'autres tâches jusqu'à nouvel avis. (ATS)

Oridion

Oridion a enregistré un chiffre d'affaires et un bénéfice en nette hausse sur les neuf premiers mois. Le fabricant israélien d'appareils de diagnostics médicaux a vu ses ventes passer à 33,97 millions de dollars (40 millions de francs), contre 26,66 millions. (ATS)

Le forum Humagora de Philias, un succès sur fond de crise

Genève Plus de 300 représentants d'entreprises et d'associations réunis

Au troisième forum Humagora, qui s'est tenu la semaine passée à Genève, entreprises et milieux associatifs se sont rencontrés pour «mieux se connaître, mieux se comprendre», en vertu du slogan choisi par Philias. A l'initiative de cette fondation, qui se voue à promouvoir la responsabilité sociale des entreprises, plus de 300 personnes se sont réunies, dont 104 représentants d'entreprises et 144 d'associations, le reste étant issu des mondes politiques ou académiques. Un score deux fois plus élevé que lors de la première édition.

A l'ordre du jour: trouver des terrains d'entente, des intérêts communs. Comme dans un marché, les représentants de l'économie, badges bleus, déambulaient à travers des étales de dépliants et de cartes de visite, tenus par des associations en tous genres. Trois «rayons» à disposition: l'espace environnemental, badges verts, l'espace social, badges orange, et l'espace humanitaire international, badges jaunes.

Ne restait qu'à imaginer comment harmoniser ces couleurs. «Nous voulons collaborer avec des organisations actives dans l'éducation des enfants», indiquait cette représentante de Merrill Lynch en passant d'un stand à un autre. «Nous soutenons les projets de préservation de l'environnement et d'éducation», déclarait cette déléguée de HSBC, tandis qu'elle discutait avec un représentant de Pro Natura.

Démasquer les opportunistes

Simple rencontre entre ceux qui ont de l'argent et ceux qui en réclament? Pas du tout, répondaient les participants. Tous s'accordaient à expliquer qu'une entreprise peut aussi manifester son esprit citoyen en mettant à disposition d'une ONG les compétences professionnelles de ses collaborateurs qui le désirent.

Pour se donner des idées, deux multinationales, Firmenich et Dassault System, et deux organisations sans but lucratif, Partage et Aqua-Verde, se sont succédé à la tribune

pour raconter des projets où elles ont collaboré avec des acteurs de «l'autre monde».

Autour d'un café et d'une tranche de cake, l'après-midi s'est passée entre prises de contact et allusions à l'inévitable sujet du moment: la crise économique. Comment va-t-elle affecter les budgets dédiés à la responsabilité sociale des entreprises?

«Nous voulons rester optimistes», a déclaré Bettina Ferdman Guerrier, directrice de Philias. Les démarches citoyennes sont des investissements à long terme, a-t-elle expliqué, et il est toujours plus facile de s'y lancer quand tout va bien. Mais en temps de crise plus que jamais, ces investissements doivent être maintenus. Les populations précaires seront les premières affectées, c'est maintenant qu'elles ont besoin de soutien. Cette crise, si elle conduit à des retraites de budgets dans le développement durable et la responsabilité sociale, révélera peut-être ceux qui ne se sont engagés que de façon opportuniste.»

Rinny Gremaud

Mécénat et sponsoring, quelle différence?

Un débat s'est tenu dans le cadre du forum Humagora

La crise économique mondiale aura-t-elle une influence néfaste sur les budgets de sponsoring et le mécénat? «Durant les périodes de crise précédentes, les associations et les ONG ont beaucoup redouté une baisse des financements, mais elle n'est jamais vraiment venue. Cette crise sera peut-être plus sévère, mais pour l'heure c'est impossible à estimer», déclarait Nicolas Borsinger, directeur de la fondation Pro Victimis, dans le cadre du débat organisé sur le thème «Quelles frontières entre le mécénat et le sponsoring?» durant le forum Humagora.

La discussion a d'abord cherché à clarifier ces différences. Pour Pa-

trick Odier, associé de la banque privée LODH, ces deux activités sont complémentaires au sein de l'entreprise. Le mécénat est un acte philanthropique. C'est une volonté de partage qui demeure, indépendamment des résultats commerciaux du mécène. Le sponsoring, lui, est un acte intéressé. C'est un outil de marketing qui sert à vendre une marque. Cette activité est assimilable à la publicité.

Nicolas Borsinger, quant à lui, s'est interrogé sur la nécessité de faire une telle différence. De son point de vue, il n'y a pas plus de noblesse à donner sans contrepartie qu'à faire du sponsoring. Seul le résultat compte, c'est-à-dire le financement d'une cause noble.

Pour Jean-Claude Biver, patron de Hublot, la différence est sim-

ple: «Par le sponsoring, on ne vise que le profit. Nous investissons 15 en espérant récolter 40. Le mécénat, c'est le silence.» Et d'expliquer que le sponsoring est un transfert de notoriété alors que le mécénat est un don à fonds perdus. «Donner est plus enrichissant qu'investir», ajoute-t-il.

Enfin, Xavier Oberson, avocat, fiscaliste et professeur à l'Université de Genève, a précisé que le droit fiscal fait une différence claire. Le mécénat est considéré comme un don, et peut être déduit jusqu'à 20% du bénéfice. Le sponsoring, lui, est considéré comme une charge, qui diminue le résultat d'exploitation et n'est donc pas plafonné. Fiscalement, le sponsoring est donc plus intéressant. Christian Brühlhart

PUBLICITE

www.bcge.ch

1 Assurer le minimum vital
Gourde, sac de couchage, trousse de secours font partie des indispensables pour une longue randonnée. Tout comme l'AVS garantit les besoins vitaux.

2 Sécuriser votre niveau de vie actuel
Matelas, tente, réchaud, autant d'éléments qui rendent la vie du randonneur plus agréable. Le deuxième pilier, quant à lui, vise le maintien du niveau de vie.

3 Bénéficier de ressources supplémentaires
Lampe frontale, boussole et jumelles vous aident à garder le cap tout au long du chemin.

Epargne 3^{ème} pilier 2,5%

En route vers votre deuxième vie active

Considérez-vous la retraite comme un événement lointain?
L'envisagez-vous comme une nouvelle vie active?
Comment assurer votre indépendance financière demain?

La BCGE définit avec vous la solution de prévoyance la mieux adaptée à votre situation personnelle et familiale.

Pour une première évaluation, prenez rendez-vous dès maintenant avec un de nos experts en prévoyance bancaire au 022 317 27 27

BCGE | Praelvisio™
la sécurité financière de votre vie future