

**Zeitschrift:** Domaine public  
**Herausgeber:** Domaine public  
**Band:** - (2010)  
**Heft:** 1851

**Artikel:** Ce n'est pas en limitant les bonus qu'on évitera la prochaine crise financière : "Lernen aus der Krise - auf dem Weg zu einer Verfassung des Kapitalismus" : une réflexion stimulante d'universitaire suisses  
**Autor:** Delley, Jean-Daniel  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-1009717>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

### **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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 29.03.2025

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

## Ce n'est pas en limitant les bonus qu'on évitera la prochaine crise financière

«*Lernen aus der Krise – auf dem Weg zu einer Verfassung des Kapitalismus*», une réflexion stimulante d'universitaires suisses

Jean-Daniel Delley (22 décembre 2009)

Les bonus et autres rémunérations exorbitantes des dirigeants bancaires et industriels, outre qu'ils n'ont aucune justification économique (DP 1738), constituent un objet commode de fixation. L'opinion publique trouve là une occasion tangible d'exprimer une indignation par ailleurs justifiée. Une indignation à laquelle les autorités peuvent répondre à bon compte: en imposant des limitations plus ou moins substantielles à la cupidité de ces dirigeants, ils ne touchent pas aux causes profondes de la crise économique et financière.

Ces causes, il faut aller les chercher dans les dérives d'un capitalisme émancipé du contrôle politique et enivré par la spirale du profit. *Kontrapunkt*, un groupe d'universitaires qui ambitionne d'analyser l'actualité économique et sociale sur la base des connaissances scientifiques, vient de publier un ouvrage éclairant. Conjuguant les approches de différentes sciences sociales, *Kontrapunkt* tente de disséquer la crise pour en rechercher les causes profondes et esquisser les mesures susceptibles d'en éviter la répétition. Survol rapide.

Comment caractériser simplement le capitalisme? C'est un système économique condamné à la croissance. L'investissement doit fructifier, sans quoi personne ne serait

prêt à faire crédit. Ce profit est à son tour réinvesti et génère du profit, et ainsi de suite.

Dans cette «*spirale de la croissance*», pour reprendre le terme de l'économiste saint-gallois Hans Christoph Binswanger, l'inégalité dans la répartition des profits conduits à l'apparition de fortunes et de revenus colossaux. La croissance des fortunes privées n'a plus aucun rapport avec l'évolution économique. Ainsi entre 1950 et 1995 en Allemagne, la fortune financière a été multipliée par 461, le PIB par 141 et le revenu net des salariés par 18.

Si l'on ajoute les vannes grande ouvertes du crédit bancaire, on aboutit à une énorme concentration de moyens financiers à la recherche d'un rendement. La pression à l'investissement est telle que les véhicules classiques – actions, obligations, foncier – ne suffisent plus. Les banques imaginent alors des produits sophistiqués tels que les dérivés, censés assurer profit élevé et sécurité. Ces produits représentent aujourd'hui le double de la valeur des formes classiques de la fortune.

Parallèlement l'intensité et la rapidité des transaction financières ne connaissent plus de limites, un phénomène qui se traduit par le gonflement du bilan des banques. Mais ces dernières n'adaptent pas pour autant le volume de leurs fonds propres, ce qu'exigerait

pourtant une gestion adéquate du risque. Le succès apparent de l'industrie financière n'est pas sans effet sur l'économie réelle qui se voit soumise à des attentes de rentabilité insensées.

Tous les acteurs – banques, agences de notation, pouvoirs publics, économistes – participent de cette euphorie et de cet aveuglement. Les quelques esprits critiques parmi les spécialistes sont moqués.

On connaît l'épilogue: insolvabilité des propriétaires immobiliers pauvres des Etats-Unis; effondrement des produits financiers à haut rendement et truffés de titres hypothécaires pourris dont s'étaient gorgées les banques, amortissements gigantesques imposés à ces dernières qui ferment le robinet du crédit, crise économique, endettement sans précédent des Etats pour relancer la machine.

Pour certains, la tempête est passée, tout peut reprendre comme avant: n'a-t-on pas entendu les patrons d'UBS et de Credit Suisse envisager un taux de rendement de 15 à 20% sur fonds propres? Et les mêmes rejeter un durcissement des prescriptions qui ne ferait qu'empirer la situation?

Or le besoin de règles apparaît évident. C'est leur absence ou leur insuffisance ainsi qu'un contrôle public laxiste qui ont permis ces dérives.

*Kontrapunkt* fixe d'abord l'objectif: faire revenir la finance au principe de réalité. Car ce secteur économique n'a qu'une fonction, soutenir l'économie réelle. L'argent ne crée pas l'argent. Les propositions de relever de manière substantielle le niveau des fonds propres et de ralentir

le rythme des transactions (taxe Tobin ou une autre forme dissuasive de pénalisation) sont connues, même si leur adoption et leur mise en oeuvre sont loin d'être acquises. Mais ces mesures sont encore à mi-chemin de la source de la dérive financière, à savoir la concentration de la richesse.

C'est donc à la répartition actuelle des revenus et de la fortune qu'il faut s'attaquer. En augmentant la part du travail dans l'affectation du profit. En prélevant une proportion beaucoup plus significative des revenus élevés grâce à une fiscalité progressive.

## Journaux en rupture, information et journalisme en mutation

*Diminution des recettes publicitaires et nouvelles pratiques des consommateurs d'informations menacent la presse. Mais le bon journalisme a de l'avenir*

Yvette Jaggi (4 janvier 2010)

Moins 17%. C'est à ce taux moyen que se chiffre la diminution des recettes publicitaires enregistrée l'an dernier par la presse suisse, tous titres et genres confondus. En novembre 2009 par exemple, les journaux ont encaissé 156,3 millions de francs, soit tout juste 17% de moins qu'en novembre 2008. Les offres d'emploi ont diminué de 42%, les annonces immobilières de 18,5%, les prospectus insérés de 14,3 % tandis que les annonces commerciales et diverses, les plus importantes en volume, ont produit 125,5 millions de francs, en diminution de 13,5%.

Les annonceurs-presse persistants font payer le prix de leur fidélité et posent leurs conditions, notamment en matière de placement. Il est loin le temps où les quotidiens parvenaient à contenir la publicité dans leurs pages paires, réservant les «*bonnes pages*» impaires à la partie rédactionnelle; désormais, l'intervention n'est plus une rareté. Plus significative encore

si possible: la nouvelle tendance à littéralement emballer le journal dans la publicité, à le cacher dans quatre pages de couverture réservées à une marque de prestige, telle Rolex pour l'*International Herald Tribune* du 14 décembre dernier ou Yves Saint-Laurent pour *Le Temps* du 22 décembre.

Voilà qui illustre à l'évidence l'évolution brutale du rapport de forces entre la publicité et la presse, et cela pas seulement sous l'effet de la crise. Car les journaux se trouvent confrontés à des concurrences et difficultés nouvelles: Internet, gratuité, réseaux sociaux comme diffuseurs d'une information individualisée tant au niveau de l'émission que de la réception, de la production que de la réaction, interactivité oblige. Outre les potentialités multiples qu'elle offre en matière de placement et d'animations, la publicité en ligne permet en exclusivité le passage direct, par un simple clic de souris, de l'annonce vue

à la passation de commande, de la découverte du produit à son achat.

Avec une diminution durable de la majeure partie de ses ressources – dont les recettes publicitaires représentaient en règle générale 70% – la presse doit se réinventer un modèle de financement. Lequel devrait prévoir que soit payé moins le prix du journal-papier que celui de la «*marque de presse*», ce que les grands titres sont devenus. Les journaux vendaient un support et un public-cible à leurs annonceurs; ils tendent à se proposer comme un label censé garantir le standing de leurs lecteurs et, presque subsidiairement, la qualité de leur contenu.

Car les besoins des consommateurs d'informations évoluent eux aussi, comme l'a bien décrit entre autres Bernard Poulet dans son livre sur *La fin des journaux et l'avenir de l'information* (Le Débat/Gallimard, 2009). Les fanatiques de *news* à tout prix