

CRISE FINANCIÈRE

Responsabilité et transparence

Etika / CNCD

Après la projection en avant première de «Let's make money», l'association etika et le Centre national de coopération au développement de Belgique présentent des pistes de solutions pour sortir de la crise.

Nous sommes loin d'avoir fini de comptabiliser les conséquences de la crise au Luxembourg comme à l'étranger. Cette débâcle aura été au moins l'occasion de poser dans le débat public des questions fondamentales relatives à la finalité de l'outil financier comme vecteur de développement humain. [...] Pour Mohamed Yunus, le Prix Nobel de la paix 2007, cette crise n'est pas "la seule crise à l'heure actuelle" mais une épreuve supplémentaire qui vient s'ajouter aux crises alimentaire, énergétique et climatique. [...] Selon le fondateur emblématique de la microfinance moderne, "toutes ces crises ont la même origine, elles sont nées des failles structurelles de notre système, [...] et l'économie actuelle est exclusivement tournée vers la maximisation des profits".

Les organismes de développement et les banques sociales ont depuis longtemps travaillé sur cette problématique. Comme tous les acteurs de la finance sociale présents dans le monde entier, etika milite plus que jamais pour que la finance sociale ne soit pas l'apanage d'un petit club d'investisseurs éclairés traitant avec quelques entrepreneurs privilégiés, mais pour que les pratiques de la finance sociale se développent de manière conséquente au Nord comme au Sud. [...] Pour cela les pouvoirs publics doivent prendre leurs responsabilités pour réintégrer les principes de responsabilité et transparence qui sont le ciment de la finance sociale. Les pays disposant d'une place financière importante doivent de manière coordonnée réfléchir à :

1. Inciter les banques à se concentrer sur leur métier de base, à savoir mettre en relation des investisseurs et des entrepreneurs afin de favoriser le financement d'activités de long terme. Cela revient à se concentrer sur des créations de richesses répondant aux besoins humains, en prenant en compte en plus de la création de valeur financière l'impératif social et environnemental. [...]

2. Pénaliser les investissements dédiés au court-terme et à la spéculation : Il convient de taxer progressivement les mouvements de capitaux spéculatifs, de façon à rendre ceux-ci financièrement non rentables : c'est le principe de la taxe Tobin-Spahn sur les marchés de devises qui a été votée par le Parlement Belge en 2004. Elle est praticable sous réserve de son adoption par les autres pays membres de l'UE. [...]

3. Fixer des limites d'endettement pour les établissements financiers - y compris les fonds spéculatifs et les fonds de capital investissement - de telle sorte que les conséquences de leurs éventuelles faillites ne soient plus une menace pour une économie nationale voire mondiale. [...] L'immense majorité des habitants de cette planète ne doivent plus payer à l'avenir des erreurs qui ne sont pas de leur responsabilité;

4. Interdire aux banques d'accepter les flux financiers issus de l'évasion fiscale : une finance à finalité sociale n'est pas compatible avec la pratique d'un dumping fiscal.

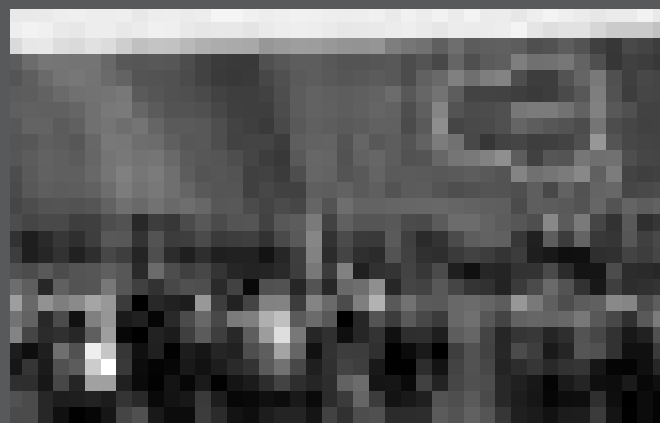
5. Mettre sous tutelle publique les agences de notations, mais également les chambres de compensation Clearstream et Euroclear et la société Swift, sachant que tous les flux de capitaux de la finance mondiale transitent par ces trois sociétés. [...]

Ces mesures sont toutes techniquement applicables. Jusqu'à présent la volonté politique à la fois déterminée et concertée entre les gouvernements des pays abritant les grandes places boursières ont fait défaut. La crise que nous vivons a permis d'ouvrir une fenêtre. Etika et le CNCD continueront de travailler avec les réseaux européens et mondiaux pour que ces propositions soient démocratiquement débattues et progressivement appliquées.

Ces propositions sont soutenues par : Amis du Monde diplomatique Luxembourg, l'ASTM, ATTAC Luxembourg, le Cercle des ONGD, Co-labor, Commission "Justice et Paix", Demeter Bond, Fondation Caritas, Fondation Ökofonds, Haus vun der Natur, l'INEES et Transfair Minka.

Plus d'informations sur le site www.etika.lu

Ceský sen - à qui le rêve?



(lc) - Le marketing est depuis longtemps une composante intégrante de notre société, souvent à notre insu. Ses débuts, au tournant du siècle dernier, paraissaient encore inoffensifs. La publicité de cette époque enchantait même le monde artistique et créatif, chose inimaginable de nos jours. Alors que pour les commanditaires l'idée était tout simplement de se créer une image de marque facilement reconnaissable, agréable à l'oeil et à tous les autres sens et qui ne servait à rien d'autre qu'à faire du profit. Combien d'images de marque ainsi créées sont passées dans notre quotidien ? Combien de slogans ont trouvé leur chemin dans nos langues ? C'est dire la capacité de pénétration des stratégies du marketing.

De nos jours, l'omniprésence des marques n'est plus à mettre en question. La société occidentale s'en sert pour codifier son quotidien, pour se démarquer de certaines communautés ou pour signaler son appartenance à tel ou tel autre groupe. Souvent même, les objets sont désignés par leur marque et non par leur qualité : on ne dit pas « ma voiture », mais « ma Ford ».

Les experts du marketing sont bel et bien conscients de leur pouvoir et du fait que ce dernier reste invisible. C'est ce que démontre le film tchèque « Ceský sen » datant de l'année 2004.

Les deux étudiants en cinéma Filip Remunda et Vit Klusák ont choisi un thème pas comme les autres pour leur mémoire de fin d'études : le marketing. Plutôt que d'en faire un documentaire, les deux s'investissent à fond et personnellement



dans l'affaire. Ils décident de mettre sur pied une campagne marketing pour un hypermarché qui n'existera jamais. Tout au long de leur film, des experts en image et en marketing leur montreront les meilleurs moyens pour mentir au public qui semble enchanté par l'idée de ce centre commercial qui promet les plus bas prix du siècle. Jusqu'au jour de l'ouverture...

Dans le cadre d'un projet sur le marketing, des jeunes du Lycée technique de Bonnevoie (LTB) se sont associés à l'hebdomadaire woxx afin de présenter ce film au public et d'en débattre.

Un échange entre professionnels en la matière, étudiants et journalistes, aura lieu après la projection. Dans le cadre de ce débat, plusieurs acteurs du monde politique, économique et du marketing s'affronteront dans la perspective de faire découvrir au public la véritable ampleur du consumérisme sur nos vies et identités.

Mardi, 14 avril 2009 à 20h30 à la Cinémathèque de la Ville de Luxembourg.