

## Un parcours «à l'envers»

De formation commerciale, Mme Monnet a touché à la finance et aux assurances avant de devenir formatrice d'adultes puis Secrétaire générale du CVPC. «Mon parcours professionnel va à l'envers de ce que font beaucoup de femmes», explique Béatrice Monnet. «J'ai travaillé puis diminué considérablement mes activités professionnelles pour élever mes deux enfants. Lorsqu'ils ont pris leur envol, je me suis autorisée du temps pour moi et pour me consacrer entièrement à mon métier». La famille compte toujours beaucoup puisque Mme Monnet est grand-mère de trois petits-enfants.

## «J'aime l'être humain en progression»

Béatrice Monnet, 54 ans, est Secrétaire générale du Centre valaisan de perfectionnement des cadres (CVPC) depuis 2002. Travailleuse assidue, Mme Monnet se reconnaît une âme d'entrepreneur. Une qualité nécessaire dans un milieu extrêmement concurrentiel.

### Mme Monnet, quel est le rôle de la formation ?

La formation est à la base de tout. Sans elle, l'individu ne peut pas s'accomplir pleinement. La formation fournit des compétences et des outils qui permettent d'avancer, d'acquérir et de développer le sens de l'analyse et le sens critique. Au final, la formation permet d'être bien dans sa peau.

### Quel est votre apport à l'édifice ?

Je suis à l'écoute des gens car je porte un vif intérêt à l'être humain. Je me tiens à l'arrière-plan, prête à donner le coup de pouce décisif qui permettra à ceux qui le désirent de s'élever et d'entreprendre.

### Quelles sont vos forces pour remplir cette mission ?

Je suis une visionnaire mais aussi une communicatrice. Plutôt qu'une dirigeante, je suis une personne qui rallie. Je possède une vision globale des choses. Je ne suis pas une spécialiste mais une généraliste. Je peux autant m'occuper de finance que l'administration, de questions de personnel que de marketing. En fait, j'ai une âme d'entrepreneur. Je suis en adéquation avec les valeurs et la mission du CVPC. Le promouvoir m'est aisé et les résultats sont positifs, autant pour moi que pour l'entreprise.

### Vous êtes donc une travailleuse assidue ?

Oui... Mais lorsque ce que vous faites vous plaît, vous ne comptez par les heures, ça vit avec vous.

### Quelle est la mission exacte du CVPC ?

Sa mission est de répondre aux besoins des entreprises, de leurs cadres ou futurs cadres, grâce à un programme varié de formation continue dans les domaines du management, de la gestion d'entreprise, de la conduite de personnel et de l'efficacité personnelle. Des particuliers ou des indépendants peuvent aussi suivre nos formations. L'objectif est de leur donner la possibilité de mieux gérer, mieux diriger et mieux vendre.

### Combien d'élèves accueillez-vous chaque année ?

Environ 300 étudiants par année, encadrés par une vingtaine de professeurs.

### La concurrence est vive dans le milieu de la formation, comment vous démarquez-vous ?

Au CVPC, nous sommes très à l'écoute des besoins des particuliers et des entreprises. Nous avons la chance d'être une petite structure, ce qui nous confère une certaine souplesse. Nous nous adap-



tons rapidement aux besoins des uns et des autres et surtout, nous sommes proactifs. Nous tenons énormément à la personnalisation des contacts, aux notions de proximité et de suivi. C'est l'atout principal du CVPC.

### Etre femme et manager à la fois, quel est le défi ?

Celui de savoir allier vies privée et professionnelle. L'équilibre est très fragile. Il faut savoir accepter de ne pas toujours être une «superwoman» et ne pas vouloir rivaliser avec les hommes. Au contraire, l'homme et la femme sont fait pour travailler en complémentarité avec, à la clé, un précieux gain de force et d'équilibre.

### Vous-mêmes, dans quel esprit abordez-vous votre travail ?

Avec l'envie d'être au service des personnes qui se forment. Avec confiance également, sans pour autant qu'elle soit aveugle. Mais c'est bien cette confiance qui permet de progresser, de construire, pour autant que les bases soient là : les qualités professionnelles mais aussi les qualités humaines.

### Quels sont vos projets ?

Je vis une magnifique expérience de chef d'orchestre qui me convient parfaitement. Je souhaite que le CVPC se développe et puisse encore proposer des formations novatrices. Pour ma part, j'ambitionne de développer une activité déjà bien présente dans ma fonction, celle d'accroître l'aspect du conseil personnalisé.

## Le CVPC en bref

Le CVPC est une association sans but lucratif fondée en 1969 au sein de la Jeune Chambre économique valaisanne. Il souffle donc 40 bougies cette année. Le CVPC veille à offrir des connaissances et des méthodes pratiques directement applicables sur la place de travail. Les professeurs sont tous des formateurs, spécialistes et praticiens de la matière enseignée.

Les formations sont dispensées sous la forme de cours, séminaires ou interventions personnalisées intra-entreprises. Les formations aux sciences du management dispensées par le CVPC bénéficient du label EDUQUA.

# Plans de relance, une solution miracle ?

Des programmes conjoncturels massifs sont annoncés en Europe, aux Etats-Unis et en Asie pour faire face à la crise. S'il est une leçon à retenir du passé, c'est bien qu'il n'y a pas de plans de relance miracle, a fortiori dans un monde globalisé. Il importe d'adapter la recette aux spécificités de chaque économie. Dans le cas de la Suisse, cela signifie entre autres tenir compte du fait qu'un franc sur deux provient de nos exportations.

Les interventions monétaristes et les mesures visant à soutenir la demande globale représentent les deux grands axes des plans de relance. Ce sont généralement les banques centrales qui pratiquent les premières en abaissant les taux d'intérêt, ce qui stimule la consommation des ménages et réduit les coûts de financement des entreprises. Les mesures visant à soutenir la demande globale sont, pour leur part, principalement le fait des gouvernements. Elles peuvent prendre la forme de baisses d'impôt ou d'investissements supplémentaires. Pour être efficaces, ces mesures doivent satisfaire trois critères – en jargon TTT (pour timely, targeted, temporary). En clair, elles doivent pouvoir être mises en place rapidement (timely) pour produire leurs effets durant la crise, et non après. Les interventions doivent être ciblées (targeted) : un arrosage général, en allouant par exemple 500.- à toute la population, n'aurait aucun effet. Enfin, les mesures doivent être clairement limitées dans le temps (temporary), faute de quoi il ne s'agit plus de relancer l'économie mais de profiter de la crise pour faire passer des réformes de longue haleine.

## Les stabilisateurs automatiques

A côté des plans de relance existent aussi des mesures qui ont un effet stabilisateur sur la conjoncture, telles que l'assurance chômage. En période de basse conjoncture, cette dernière soutient la demande globale par le paiement des allocations. Le budget de l'Etat peut aussi jouer le rôle de stabilisateur auto-

matique. En creusant le budget de l'Etat, on protège en partie les agents privés de la mauvaise conjoncture. En Suisse, le concept de frein à l'endettement autorise des déficits pendant les périodes économiquement difficiles. Mais il est évident que ces nouvelles dettes devront par la suite être remboursées.

## Pas de recette unique

Il n'existe pas de plan de relance unique valable pour tous les pays et toutes les situations. L'économie suisse, très orientée vers les marchés extérieurs, requiert des mesures adaptées. Mais comment soutenir les entreprises exportatrices sachant que l'on ne peut pas stimuler la demande provenant d'autres pays, eux-mêmes confrontés à la crise ? Le Conseil fédéral a décidé, à juste titre, d'augmenter la durée du chômage partiel de 12 à 18 mois, de sorte que les entreprises puissent conserver leurs employés. Parallèlement, le gouvernement propose aux Chambres fédérales d'élargir temporairement le champ d'action de la SERV, une institution spécialisée dans la garantie contre les risques à l'exportation.

Il est essentiel que les conditions d'octroi de crédits aux entreprises ne se dégradent pas. Enfin, des investissements qui bénéficient aussi aux générations futures, dans les infrastructures notamment, devront être envisagés si la situation se détériore dans les mois à venir.

Combattre une crise requiert à la fois du courage et un savant dosage. Les grands coups d'annonces ne sont pas gages d'efficacité. L'activisme à tous crins, quant à lui, provoque à terme bien plus de problèmes qu'il n'en résout. Venir en aide aux entreprises et aux particuliers sans créer de distorsions, veiller à mettre en place des mesures temporaires et ciblées sans faire exploser la dette publique, voilà un exercice d'équilibre.

## Quelques dates !

1929 : Crash boursier de Wall Street et début de la Grande Dépression.

1933 : Lancement du New Deal aux Etats-Unis.

1947 : Plan Marshall destiné à reconstruire l'Europe.

1980 : Sévère crise mondiale. Ronald Reagan et Margaret Thatcher refusent des plans de relance et lancent des programmes d'économies.

2000 : Eclatement de la bulle technologique.

2001 : A la suite des attentats du 11 septembre, baisse du taux directeur aux Etats-Unis pour encourager la consommation.

2008 : Eclatement de la bulle immobilière aux Etats-Unis, suivi d'une crise financière et économique mondiale.

## Difficultés rencontrées lors de la mise en œuvre des différentes mesures conjoncturelles

Mesure	Rapidité («timely»)	Stratégie ciblée («targeted»)	Durée temporaire («temporary»)	Eléments réduisant l'efficacité de la mesure
<b>Baisses d'impôt</b>				
- TVA	●●	●●	●●	Les prix diminuent si la réduction de la TVA est importante
- Impôt sur le revenu	●●	●●	●●	Augmentation du volume et du taux d'épargne; allègements surtout pour les personnes à revenus élevés peu enclines à consommer
- Impôt sur les sociétés	●●●	●●●	●●	Attentes envers la demande future supérieures aux rabais fiscaux
<b>Augmentation des dépenses publiques</b>				
- Investissements	●●●	●●	●	Effet sur l'emploi réduit si les contrats vont à des entreprises étrangères, effet d'aubaine au niveau des cantons/communes
- Dépenses de consommation	●●	●●●	●●●	L'effet dépend du nombre de bénéficiaires

●●● Grandes difficultés

●● Difficultés moyennes

● Peu de difficultés

## Impressum

Les Rendez-Vous  
de l'économie  
Case postale 3684  
1211 Genève 3  
info@rdve.ch