

12 Forum

Retrouvez tous les invités et les analyses sur: www.letemps.ch/economie

Une économie de marché plus froide pour un monde meilleur

D'Apple à Zara, les entreprises soumettent les sanctions étatiques et interrompent volontairement leurs activités en Russie. En Suisse, la vodka russe disparaît des étagères. Les entreprises forment une véritable ligne de bataille. Pendant longtemps, les marques se sont retenues de participer aux débats politiques par crainte d'offenser leur clientèle ou de la perdre. Aujourd'hui, elles font tout le contraire. Les marques élaborent des prises de position éthiques pour valoriser leur positionnement, parfois avec bienveillance.

Ainsi, la position solidaire de l'industrie occidentale en faveur de l'Ukraine et à l'encontre de la Russie n'est pas étonnante; elle s'inscrit dans un courant de mutations sociales. Depuis quelques années, le scepticisme à l'égard des grandes entreprises grandit et touche aussi les cercles bourgeois. Cette attitude s'est notamment reflétée dans le résultat de la votation pour des multinationales responsables.

L'éthique de responsabilité, jusqu'ici prédominante, cède la place à l'éthique de conviction. Ce ne sont plus tant les conséquences du marché qui sont évaluées sur le plan moral, mais plutôt ses objectifs. Les grands patrons sont contraints d'adhérer aux principes défendus par le grand public, c'est-à-dire aux valeurs de la démocratie libérale, mais aussi de l'inclusion, de la diversité et de l'inclusion. Plus l'incertitude est grande, plus les consommateurs sont critiques. Aussi, les entreprises qui s'engagent dans le débat avec une opinion et une attitude marquées, largement reprises dans les médias, ont-elles raison?

Si certains considèrent cette pratique comme un véritable étalage de vertu (de l'anglais virtue signaling), elle n'en reste pas moins intéressante pour les entreprises sur le plan économique. En effet, le succès d'un fabricant de biens de consommation dépend de sa réputation et de son image de marque, ainsi que de sa capacité à fidéliser les consommateurs dans le but d'accroître la valeur de l'entreprise sur le long terme. Les entreprises florissantes font du bénéfice, notamment parce qu'elles sont en phase

avec leur époque. Elles ont compris que la politique, la société et l'économie ne font qu'un. En outre, le marché exige des pollieux d'entreprise diversifiées et des chaînes d'approvisionnement respectueuses de l'environnement et des droits humains. Avec l'ascension des médias sociaux, la société civile est devenue la principale partie prenante.

Les entreprises s'adaptent-elles rapidement aux besoins des consommateurs, ou sont-elles véritablement à l'origine de ces besoins, et donc des normes sociétales? L'entreprise Tesla n'a-t-elle pas créé un produit de consommation à partir du principe de l'électromobilité?

Dans tous les cas, nous pouvons faire le constat suivant: le grand public n'a jamais été aussi exigeant envers les entreprises. Désormais, la société a le pouvoir d'instaurer des sanctions, et de nombreuses opportunités s'offrent aux collaborateurs les plus talentueux. Dans ce contexte, les entreprises n'ont pas droit au faux pas. Par exemple, toute tentative de greenwashing déclenche une vague de critique.

Le grand public n'a jamais été aussi exigeant envers les entreprises

À titre d'exemple, actuellement, les entreprises qui ne participent pas au boycott de la Russie, ou pas totalement, sont pointées du doigt. Dans la période complexe que nous traversons, la société exige des engagements concrets et unilatéraux. Le Covid-19, le réchauffement climatique et les conflits géopolitiques constituent les menaces de notre décennie. Dans le contexte actuel, le capitalisme woke répond aux besoins du marché, comme en

témoignent les sondages. Les marchés financiers font pression sur les entreprises face à une prise de conscience accrue sur le plan écologique et social. La réputation d'une entreprise ne dépend plus de la qualité de ses produits, mais de son positionnement par rapport à l'environnement. Les anciens leaders en matière de biens de consommation l'ont appris, parfois à leurs dépens. Le Trust Barometer, baromètre annuel de l'agence Edelman, démontre que l'économie est perçue comme l'institution la plus faible, juste devant les ONG et bien avant les autorités et les médias. Toutefois, une grande partie des personnes interrogées soutient que l'économie ne lutte pas suffisamment contre le changement climatique et les inégalités économiques. Selon la société de conseil EurAsia, deux tiers de la génération Y auraient déjà renoncé à acheter des produits parce qu'ils ne partageaient pas les mêmes valeurs que l'entreprise qui les fabriquait. En outre, deux consommateurs sur trois affirment préférer les entreprises qui s'expriment publiquement sur des questions liées à la société ou à la politique.

Par ailleurs, les opinions des entreprises sont au centre des discussions. Celles qui s'expriment publiquement seraient donc les plus enclines à permettre un monde meilleur. En effet, elles sont à même de transformer le monde pour favoriser la démocratie libérale, la paix, l'écologie et la diversité. Les entreprises qui ont manqué le tournant numérique ont disparu du marché. Aujourd'hui, celles qui ne s'engagent pas en faveur de la durabilité ou qui ne travaillent pas sur leurs valeurs subiront le même sort. L'un des principes du libéralisme était qu'une démocratie saine constitue une condition sine qua non au bon fonctionnement de l'économie de marché. Aujourd'hui, la tendance pourrait s'être inversée.

DAVID SCHÄRER COFONDATEUR ET ASSOCIÉ DE RÖD KOMMUNIKATION



Imaginez l'étouffante fiscalité vaudoise!

Imaginez que je sois un entrepreneur propriétaire de son entreprise. Ma PME industrielle est essentiellement tournée vers l'exportation.

J'y ai mis tout mon argent et toute mon énergie. Elle compte une centaine d'emplois. Alors que les affaires tournaient plutôt bien, j'ai subi de plein fouet la crise mondiale du covid. Exportations en berne, plan de sécurité compliqué pour assurer la production, problèmes d'approvisionnement et prix des transports de marchandises qui explosent - encore faut-il trouver des containers, avec un fret maritime complètement chamboulé. Les RHT ont certes apporté une bouffée d'air frais et nos réserves nous ont permis de ne pas avoir recours aux prêts covid. En février, l'espoir d'un redémarrage des affaires se dessine enfin quand, tout à coup, la guerre éclate en Ukraine. Le prix de l'essence flambe, les composants et matières premières manquent. Les incertitudes planent et chaque franc compte.

Les signaux sont au vert pour entamer une véritable réforme de l'imposition des personnes physiques

Certes, la troisième réforme cantonale de la fiscalité des entreprises (RIE III) a offert un ballon d'oxygène à l'imposition des personnes morales. Malgré cela, l'augmentation du prix de l'électricité, des charges vaudoises sur les salaires plus élevées que dans nos cantons voisins et, surtout, l'impôt sur la fortune pèsent sur l'entreprise. Actuellement, le canton de Vaud connaît l'un des barèmes d'imposition sur la fortune parmi les plus élevés de Suisse. Cet impôt, payé par une personne physique, incite les actions de l'entreprise dont je suis propriétaire. Celle-ci constitue pourtant mon outil de travail et ne représente pas en tant que telle une fortune «liquide». Il s'agit d'un facteur de production qui génère des places de travail et qui est par ailleurs source d'un revenu commercial imposable.

Imaginez que je sois marié avec deux enfants en bas âge et que j'aie un revenu de 150 000 francs. Je vis à Lausanne et j'appartiens à la classe moyenne. Je suis manifestement bien plus taxé que dans les cantons de Genève, Zurich et Berne. L'imposition sur le revenu n'a pratiquement pas connu de grande réforme ces dix dernières années. Quand bien même mon salaire peut paraître confortable, j'ai plein pot dans tous les domaines, sans obtenir d'aides particulières. Le quotient familial est mon seul «avantage». En revanche, mes frais de crèche ou d'APÈMS sont calculés sur mon salaire. De nouvelles taxes au sac ou sur l'électricité grèvent un peu plus le budget. Dernièrement, la reprise de charges communales par le canton n'a pas ou peu été répercutée sur mon taux d'im-

position lausannois. Mon pouvoir d'achat diminue donc. Et sur la fortune, ce n'est guère mieux: que je possède 200 000 ou 500 000 francs de fortune, je suis largement moins bien loti qu'un Bernois ou qu'un Zurichois.

Imaginez que je sois le canton de Vaud. Lourde-ment endetté au sortir des années 1990, j'ai fait appel aux efforts des communes et des contribuables vaudois. Ils ont largement permis mon redressement. Depuis, les bilatérales, la diversité de mon tissu économique ainsi que le développement de l'EPFL et de l'innovation m'ont positionné comme poumon économique suisse. Devant Zurich! Mon PIB est de loin le premier du pays. Depuis dix ans, mes finances ont accumulé près de 6 milliards de bénéfices. Oui, 6 milliards! Nonobstant quelques adaptations fiscales à la baisse, mes revenus d'impôts ont augmenté de 60% sur la période 2005-2020. Je vais tellement bien que la crise covid a été absorbée, sans trop d'effets sur mes charges. Alors que je me porte à merveille, les communes serrent actuellement les dents parce qu'elles assument une partie des charges sociales que je décreète. Pas étonnant que mes charges augmentent d'année en année et que mon administration ne cesse de croître, bien au-delà de l'augmentation du PIB et de la démographie.

Imaginez que je sois le canton de Zurich. J'ai une topographie identique et une population sensiblement plus importante, mais je déploie les mêmes infrastructures et j'ai les mêmes besoins que le canton de Vaud. Je possède une université, une EPF, un hôpital cantonal similaire... Pourtant, la part de mon administration publique y est moins importante par rapport aux emplois totaux du canton (25,1% / 31,3%). En comparaison intercantonale, mon imposition sur le revenu et sur la fortune est en deca, quels que soient mon statut et mon salaire. Cherchez l'erreur!

Dans le canton de Vaud, les signaux sont au vert pour entamer une véritable réforme de l'imposition des personnes physiques. L'état florissant des finances cantonales nous le permet. Apporter une bouffée d'oxygène au pouvoir d'achat de toute la population, à commencer par la classe moyenne, ou soulager les entrepreneurs permettrait de maintenir notre compétitivité. Sans quoi nous n'éviterons pas le départ de contribuables et les délocalisations d'entreprises. Face aux défis à venir, il est temps d'oser et d'innover également en matière de fiscalité. Sans quoi le canton risque de perdre ce qui a permis son redressement et contribué à son succès.

PHILIPPE MIAUTON DIRECTEUR ADJOINT DE LA CHAMBRE VAUDOISE DU COMMERCE ET DE L'INDUSTRIE



letemps#MYRIAM DELOUVRIER C/O FARNER

MÉTÉO ÉPHÉMÉRIDE Mardi 29 mars 2022. Includes weather map, temperature forecasts for various Swiss regions, and a 5-day forecast table.