

# La Deux

## Les Américains veulent un président démocrate

Une majorité d'Américains (50 %) souhaite qu'un démocrate soit élu président des Etats-Unis en novembre, selon un sondage publié hier par le « Wall Street Journal ». Ils sont 37 % à souhaiter qu'il soit républicain. En cas de duel entre le républicain John McCain et le démocrate Barack Obama, le sénateur de l'Illinois l'emporterait par 47 % des voix contre 44 % pour le sénateur de l'Arizona. En cas de duel entre McCain et la démocrate Hillary Clinton, la sénatrice de New York gagnerait avec une marge plus étroite (47 % contre 45 %).

## On peut faire confiance aux banques, dit Febelfin

Le secteur financier belge est très stable et il n'y a pas de raison d'être inquiet, a indiqué à l'agence Belga Marina De Moerlooze, porte-parole de la Fédération belge du secteur financier (Febelfin) en réaction à l'enquête de « Trends » qui met en évidence que le Belge ne fait plus confiance à son banquier. Les banques belges ont bien résisté comme en témoignent les résultats annuels, dit-elle. De plus, grâce aux excellents résultats des années antérieures, les banques se sont constituées des réserves.

## Le patron de Blackstone, l'un des mieux payés

Stephen Schwarzman, le patron de Blackstone, a reçu un salaire de 350,7 millions de dollars (226,58 millions d'euros) en 2007, le rendant l'un des patrons les mieux payés au monde. Il avait fondé le groupe avec Peter Peterson en 1985 avec seulement 400 000 dollars d'actifs. Il s'est également vu octroyer pour plus de 4,77 milliards de dollars (3,08 milliards d'euros) d'actions lors de l'introduction en Bourse de sa société l'an dernier. Même si le titre a chuté de près de moitié depuis lors, ce pactole n'a pas empêché Stephen Schwarzman de donner 100 millions de dollars à la New York Public Library. Il est actuellement montré du doigt comme le symbole des excès du « private equity » ces dernières années.



PHOTO AFP

## Pub interdite aux dentistes : la CEJ confirme

La Cour européenne de Justice (CEJ) a confirmé la validité de la loi belge interdisant aux dentistes de faire de la publicité. Saisie par le tribunal de première instance de Bruxelles, la Cour de Luxembourg avait à examiner le cas d'un dentiste belge, poursuivi pour avoir fait publier dans les pages jaunes un encart publicitaire pour son laboratoire et sa clinique dentaire, et ce en infraction d'une loi de 1958 qui interdit toute publicité pour cette profession. Le dentiste soutenait que la publicité est un instrument indispensable à la libre concurrence.

### Editorial

par  
Serge Quoidbach  
Journaliste Marchés & Placements



## Les mesures passent, les maux demeurent...

Aussi musclée qu'ait été l'intervention des banques centrales mardi dernier, force est de constater que les résultats sont bien maigres.

Côté américain, la débâcle du fonds Carlyle Capital en est la preuve la plus éclatante. Les 200 milliards de dollars de bons du Trésor américain mis à la disposition des banques n'ont pas eu beaucoup plus de succès. L'aide visait à diminuer la pression sur les taux auxquels les banques se prêtent entre elles. Les taux interbancaires à trois mois restent inégalement perchés sur leur sommet. Reste ce triple-

Carlyle Capital étaient lourdes. Sur chaque dollar investi par les fonds, 20 étaient prêtés...

Quant à l'Europe, les 60 milliards d'euros mis par la Banque centrale européenne (BCE) à la disposition des banques n'ont pas eu beaucoup plus de succès. L'aide visait à diminuer la pression sur les taux auxquels les banques se prêtent entre elles. Les taux interbancaires à trois mois restent inégalement perchés sur leur sommet. Reste ce triple-

Le moins que l'on puisse dire aujourd'hui, c'est que les banques d'investissement n'accordent aucun crédit à la main tendue de la Fed.

genre de problèmes. Le geste de la Réserve fédérale (Fed) se devait en effet de faciliter un accord entre les hedge funds et leurs créanciers. Il permettait à ces derniers de soigner leurs ratios de capitalisation à la veille de l'annonce de leurs résultats, avec comme outil de financement ces bons du Trésor gracieusement prêtés par la Fed. Et d'empêcher leur agressivité vis-à-vis de ces fonds à qui elles ont prêté, pour leur plus grand malheur aujourd'hui.

Le moins que l'on puisse dire aujourd'hui, c'est que ces mêmes créanciers n'accordent aucun crédit à la main tendue de la Fed. Ils ont préféré décliner l'offre et maintenir leurs crocs enfoncés dans les flancs des hedge funds. Il faut dire que les créances sur les 21,7 milliards de dollars d'actifs gérés par

ment de la ligne de crédit en dollars accordé par la Fed aux banques européennes. Il ne faut que remettre le doigt sur un constat peu encourageant : que ces dernières années nos banques ont acheté massivement des dettes libellées en dollars, dont celles adossées aux crédits hypothécaires US, et financées par des emprunts à court terme en devise américaine qui doivent être régulièrement renouvelés. C'est qu'en cette fin de trimestre les banques européennes doivent également soigner leurs bilans.

Le problème est que chacune de ces injections de liquidités, sous quelque forme que ce soit, met une pression supplémentaire sur l'inflation, l'autre grand souci des banques centrales. Mais ça, c'est visiblement une autre histoire...

# Duval Guillaume laisse tomber les lettres de l'alphabet

Remise à plat et redistribution des cartes pour l'agence de pub qui va regrouper en un seul endroit ses trois antennes anversoises tout en remettant l'idée au centre de la création.

Remettre l'idée au centre des préoccupations quel que soit le média. Voilà globalement la philosophie qui devrait sous-tendre la réorganisation interne qui sourd au sein de l'agence de publicité Duval Guillaume.

### S'ADAPTER AU MARCHÉ

Globalement, sans que les responsables ne souhaitent trop s'étendre sur le sujet avant d'avoir complètement informé les quelque 210 travailleurs de l'agence, la réorganisation sera tant géographique qu'idéologique. Duval Guillaume, qui fut tout un temps considéré comme la première agence indépendante du pays, est le fruit de la rencontre entre André Duval et Guillaume Vander Stighelen. Au milieu des années nonante, le premier est directeur de la filiale belge de TBWA et le second est en charge de la création chez Young & Rubicam. Lassés du peu de marge de manoeuvre dont ils disposent et de devoir rendre des comptes à des actionnaires, les deux hommes se lancent et créent leur propre agence. Ils installent une première antenne à Bruxelles (B), avant d'ouvrir, deux ans plus tard, une antenne à Anvers (A). Autour de ces deux pôles, Duval et Vander Stighelen décident d'organiser une structure s'occupant de tout ce qui touche à la « corporate communication » (C), au digital (D) et au marketing direct et à l'Internet (E). Pour tout le monde, on parle alors de DG A, B, C, D, ou E, en fonction de la localisation de l'antenne ou du média le plus adéquat compte tenu du message à faire passer. C'est ce système que les patrons de Duval Guillaume veulent redessiner. Concrètement, les trois antennes anversoises vont être réunies en un seul endroit et il n'existera en Belgique plus que deux bu-

reaux de Duval Guillaume, contre cinq actuellement.

L'agence, qui a forgé sa réputation entre autres sur l'impertinence, semble vouloir remettre à plat les fondements qui ont fait son succès afin d'épouser au mieux les courbes d'un marché en constante évolution et à l'audience de plus en plus éclatée. Aujourd'hui, le marché de la publicité semble appartenir aux agences intégrées, ce qui signifie qu'un média ne prime plus nécessairement par rapport à un autre. Pendant des décennies, dans le marché de la publicité, le papier a primé, mais cette époque est largement révolue. L'idée des fondateurs de l'agence est de remettre l'idée au centre des débats et d'envisager voir quel sera le meilleur média pour la diffuser. Une chose est certaine, les créatifs de l'agence font feu de tout bois, à l'image de l'épisode de la photo prise d'une note que Jean-Luc Dehaene s'appropriait à aller présenter au roi en pleines négociations de l'orange bleue. En deux temps trois mouvements, l'affaire a été transformée en publicité en faveur de Nikon, de la marque de l'appareil qui a pris la photo, et des fardes Leitz.

### L'agence Duval Guillaume s'adapte à un marché en constante évolution

Derrière les mouvements à venir au sein de l'agence, il faut aussi voir la crainte de deux entrepreneurs de se voir déposséder de leur liberté de mouvement. Même si Duval Guillaume est entré dans le giron de Publicis en 2006, il semble que les Belges aient réussi à sauvegarder leur



Photos Reporters &amp; Thomas De Boever



André Duval et Guillaume Vander Stighelen remettent une fois encore l'ouvrage sur le métier.

autonomie et leur liberté de ton. Actuellement, les agences qui marchent très fort aux Etats-Unis sont des petites structures, capables de s'adapter quel que soit le média. Duval Guillaume, en se regroupant sous la bannière unique DG, avec un siège à Bruxelles et un autre à

Anvers, entend s'inscrire dans ce mouvement, plus proche de ses débuts conquérants. Cette redistribution des cartes ne devrait déboucher sur aucun licenciement et les filiales parisienne et new-yorkaise ne sont pas concernées. Duval Guillaume, dans un irrésistible be-

soin d'innovation, laisse tomber les lettres de l'alphabet pour se recentrer sur la création. Ce ne sont pas Dexia, Inbev, Spadel, Nikon Europe, Center Parcs Europe ou Douwe Egberts, pour ne citer que quelques-uns des principaux clients de l'agence, qui s'en plaindront. **LNK**

## ÉPINGLÉ PAR RIF



### Portrait

## Shimon Peres et les foudres littéraires

PRÉSIDENT DE L'ÉTAT D'ISRAËL



Son rôle de président de l'État d'Israël est essentiellement protocolaire. Mais comme tout ce qui touche à l'État hébreu, le président Shimon Peres véhicule avec lui son lot de réactions épidermiques. Sa visite officielle en France en est la dernière illustration. Le conflit israélo-palestinien s'exporte décidément partout où se présente un des protagonistes. Certes, le président israélien s'est employé à célébrer à chaque occasion le réchauffement des relations franco-israéliennes. L'avènement de Nicolas Sarkozy, qui a pourtant reçu Kadhafi en grande pompe, coïncide avec un retournement diplomatique vis-à-vis de l'État hébreu. Une nouvelle amitié qui n'empêche pas la critique puisque Sarkozy ne s'est pas gêné pour plaider pour un arrêt de la colonisation juive dans les territoires occupés et a appelé à la création d'un état palestinien moderne. La visite de Peres n'a pas causé de remous particulier en France, sauf lors de sa visite au Salon du Livre de Paris, qu'il a inauguré. Israël en est en effet l'invité d'honneur à l'occasion de son 60ème anniversaire. Pas moins de 39 écrivains israéliens sont

invités par les éditeurs. Dont quelques grandes figures de la gauche israélienne comme Amos Oz ou David Grossman, que l'on ne peut taxer de va-t-en-guerre. Le choix d'Israël comme invité d'honneur vise à faire connaître « une littérature dynamique, d'une immense richesse, à l'image d'une société multiculturelle », précise-t-on sur le site du Salon du livre. Mais malgré ces précautions oratoires, il n'en fallait pas plus pour que les nations, éditeurs et auteurs arabes ne boycottent purement et simplement cette grand-messe de la littérature. Pour Shimon Peres, « ceux qui boycottent, [...] se boycottent eux-mêmes. » « Je suis contre les autodéfes, je suis contre le boycott des livres [...] Les livres sont faits pour éveiller la réflexion, pour essayer de faire se rejoindre les idées », estime Peres. Mais las, plusieurs pays, comme le Liban, l'un des fers de lance de la francophonie dans le monde arabe, l'Arabie saoudite, l'Iran, mais aussi l'Union des écrivains palestiniens, des éditeurs algériens, marocains ou égyptiens ont appelé à boycotter la manifestation. **Lo.F.**