

VESTIGES DE LA BPS

Au centre de Bâle, le bâtiment de l'entreprise Mitte, racheté en 1998 par la fondation Edith Maryon, d'inspiration anthroposophe, pour 10 millions de francs, était le siège de la défunte Banque populaire suisse et en a gardé les caractéristiques, comme un escalier monumental et cette incroyable salle des coffres datant des années 1930.

L'homme qui voulait libérer l'argent

VOTATION FÉDÉRALE

Le 5 juin prochain, le peuple devra décider s'il accepte l'idée d'octroyer à tout un chacun un revenu de base sans condition. Rencontre avec le Bâlois Daniel Häni, l'un des coauteurs de cette initiative iconoclaste, qui pose cette question: «Que feriez-vous si votre subsistance était assurée?»

Photo JULIE DE TRIBOLET - Texte CHIARA MEICHTRY-GONET

UNE VRAIE SALLE DES COFFRES

A 50 ans, l'entrepreneur bâlois Daniel Häni aime jouer avec les symboles, comme ici dans la salle des coffres désaffectée de l'ancienne banque qu'il a transformée en café à succès. Après dix-sept ans d'activité, son entreprise qui, outre plusieurs bars où il n'est pas nécessaire de consommer, comporte une académie du café, des salles dévolues à des cours, un théâtre et un centre de médecines douces dégage près de 1 million de francs de chiffre d'affaires et emploie près de 90 personnes. Daniel Häni habite lui-même un étage du bâtiment avec sa famille recomposée.

PORTRAIT REVENU DE BASE INCONDITIONNEL

Texte CHIARA MEICHTRY-GONET

Au cœur de la vieille ville de Bâle, dans ce qui fut l'un des fleurons d'une des plus grandes banques de notre pays, la Banque populaire suisse, il règne en maître discret depuis près de vingt ans sur une entreprise florissante, le café Mitte. Démarche nonchalante et coolitude assumée, en baskets bleu roi et col roulé, Daniel Häni, 50 ans, père de deux filles et déjà grand-père, a le charisme tranquille et la parole assurée.

Avec notamment le cinéaste Enno Schmidt, 58 ans, l'économiste et «père de famille» Christian Müller, 34 ans, et le chercheur Daniel Straub, 49 ans, cet entrepreneur, «dessinateur géomètre de formation, mais surtout autodidacte», est l'un des coauteurs de l'initiative dite «Pour un revenu de base inconditionnel». Pour le Bâlois d'origine bernoise, l'introduction d'un revenu de base inconditionnel pour tout un chacun est bien plus qu'une idée politique. Selon lui, il s'agit ni plus ni moins d'une réponse «pragmatique et réaliste» à un changement sociétal. «Notre économie doit faire face à une évolution fondamentale, la révolution numérique, comparable dans ses effets à la révolution industrielle. Nous devons anticiper, réfléchir différemment, concevoir le travail autrement, nous ouvrir de nouvelles voies, notamment à la créativité, qui est la véritable matière première du futur. Le revenu de base inconditionnel est une des réponses que nous pouvons donner à cette évolution. Il ne s'agit pas de dire aux gens de ne plus travailler, mais de travailler mieux!»

Idée ancienne pour faire face à l'avenir

Selon Daniel Häni, l'idée de base des initiants n'est pas nouvelle. «Cela fait des années que nous réfléchissons à cela. En 2008, avec Enno Schmidt, nous avons même produit un film-essai. Mais il faut dire que l'idée d'un revenu inconditionnel date d'à peu près 500 ans, avec Thomas More et son *Utopia*. Je pourrais aussi citer, plus près de nous, l'écrivain Erich Fromm ou la philosophe Hannah Arendt. L'idée, en fait, est très simple: il s'agit de permettre à chacun, sans aucune condition, de bénéficier d'une somme lui permettant d'assurer son quotidien. Cela permet de libérer les gens de la pression de leur subsistance. De la peur aussi, qui n'a rien de constructif. Et donc de les rendre moins manipulables, plus libres.

«Il ne s'agit pas de dire aux gens de ne plus travailler, mais de travailler mieux!»

Daniel Häni, coauteur de l'initiative



Campagne créative L'art de faire des coups

Si le revenu de base a peu de chances devant le peuple, le comité d'initiative ne recule devant rien pour sensibiliser la société civile à son credo. Il s'est fait connaître en octobre 2013 déjà, lors du dépôt du texte, en déversant 8 millions de pièces de 5 centimes sur la place Fédérale, à Berne (en haut à gauche). Ces pièces ont ensuite été mises en vente pour rembourser le crédit contracté pour leur achat. Le 14 mars dernier, ce sont des billets de 10 francs qui ont été distribués à la gare de Zurich (en bas). Considérant que leur proposition est une réponse à la révolution numérique, les initiants ont convié des robots de leur fabrication à des parades, dont la dernière a eu lieu dans les rues de Zurich le 30 avril dernier (en haut à droite).

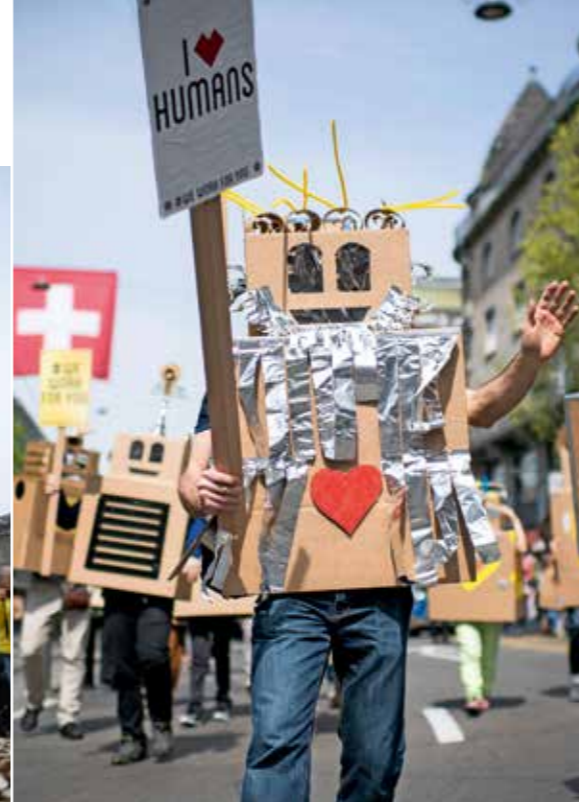
Ce faisant, nous libérerons l'empathie, la créativité. C'est une idée très libérale, au fond, reposant sur la responsabilité individuelle, sans oublier la solidarité entre les personnes. Je dirai clairement que, si mon cœur est social, ma tête est libérale! Nous sommes très réalistes, en fait.»

Un vote populaire unique au monde Conforté de plus en plus dans la nécessité de provoquer le débat, le petit comité, entièrement indépendant de toute appartenance politique, décide de lancer une initiative populaire en 2010. La récolte de signatures sera inespérée: l'initiative est déposée en octobre 2013 et sera soumise au peuple le 5 juin prochain. Une première au niveau



mondial dans l'histoire du revenu de base inconditionnel! Daniel Häni salue la vivacité de la démocratie suisse. «Quand j'étais jeune, je pensais comme beaucoup que notre pays était enfermé dans une logique petite-bourgeoise un peu étriquée, sans beaucoup d'imagination. Et puis, en 1989, il y a eu le vote sur l'initiative «Pour une Suisse sans armée». J'ai été époustouflé qu'une telle question puisse être débattue et posée au peuple.»

Aujourd'hui, c'est au café Mitte que bat le cœur de la campagne pour l'initiative, dont les bureaux sont installés dans une arrière-salle de l'ancienne banque. Daniel Häni en est le chef d'orchestre discret, entouré d'une vingtaine de personnalités de tous horizons. «Nous travaillons véritablement en équipe.



gares et places publiques, réseaux sociaux, trustant sans complexe la une des journaux, parfois même jusqu'à l'autre bout du monde. Ces drôles d'hurluberlus se sont déguisés en robots, paradant joyeusement dans les rues de Zurich et lors du dernier sommet économique mondial (WEF) de Davos. Ils ont envoyé trois ambassadrices en jupe paillonnée distribuer à des pendulaires éberlués des liasses de billets de 10 francs. Ils se sont armés de micros estampillés d'un énorme G noir sur fond or pour documenter leurs exploits sur une chaîne de télévision autoproduite et se déplacent sur toutes sortes de véhicules entièrement dorés: vélos, voiturettes d'enfants en plastique, voiture électrique... Ils ont même, pour marquer le dépôt de leur initiative, réquisitionné un camion-remorque pour déverser sur la place Fédérale 8 millions de pièces de 5 centimes, en en régaland passants et badauds.

Dons individuels et débrouille financière

Comme il préfère ne pas donner des réponses à toutes les questions pragmatiques que soulève l'initiative, argumentant que «les questions sont plus intéressantes que les réponses», Daniel Häni ne s'étendra pas sur les montants utilisés pour la campagne. «Elle est entièrement autofinancée, grâce à des dons et à des initiatives particulières. Ainsi, notre prochaine action, le déploiement, le 14 mai prochain, sur la place de Plainpalais, à Genève, de la plus grande affiche du monde (8000 m²), a pu se réaliser en toute transparence à la suite d'une campagne de *crowdfunding*. Nous allons ensuite transformer la bâche qui aura servi à poser la plus grande question du monde en sacs et musettes... Nous comptons sérieusement entrer dans le livre *Guinness des records* avec cette nouvelle action!» De même les fameux flyers de la campagne, de vrais billets de 10 francs, estampillés du slogan autocollant de l'initiative. «Tous ces billets, qui sont nos uniques flyers de campagne, sont potentiellement en circulation dans tout le pays, quoi de mieux pour faire voyager l'information? Cela ne coûte pas plus que la traditionnelle impression et distribution de brochures de campagne. Et puis notre idée est de montrer que l'argent n'est pas un but en soi, mais un moyen...»

Les derniers sondages montrent que l'initiative a très peu de chances de passer la rampe devant le peuple. Daniel Häni ne se fait aucune illusion particulière, mais il se réjouit déjà des débats qui ont lieu. «Nous posons des questions, et c'est cela qui est intéressant. Les réponses arriveront peut-être un jour. Mais la discussion est vitale. Je pense simplement que notre initiative est une sorte de *trailer* (bande-annonce). Nous arriverons un jour à réaliser ce concept, j'en suis sûr.»

epitact[®]
SPORT

Disponible en
pharmacies
et drogueries

GENOUILLÈRE | EPITHELIUM
FLEX01



UNE ERGONOMIE INCOMPARABLE :

Concentré de technologies dans moins de 60g, la genouillère ne glisse pas et ne provoque aucune gêne derrière le genou (pli poplité). Extra fine, elle peut se porter sous tous types de vêtements.

UNE ACTION DE MAINTIEN:

Son tendon de maintien en silicone breveté EPITHELIUMFLEX[®] associé au tissu de compression REFLEX amélie le maintien rotulien et la stabilité de votre genou. La genouillère accompagne le mouvement en optimisant la fluidité de votre geste sans l'entraver afin de préserver votre capital musculaire.

POURQUOI ÇA MARCHE ? Dans la plupart des sports, le genou est une articulation très sollicitée, que ce soit par la répétition de mouvements unidirectionnels ou bien par des changements de direction brusques.

C'est souvent lorsque la fatigue musculaire s'installe et que la proprioception faiblit que l'accident ou les traumatismes se produisent. Pour garantir des sensations optimales au niveau du genou, le port d'une genouillère proprioceptive et stabilisatrice prend alors tout son intérêt...

	TAILLES	PHARMACODE
Mesurez la circonférence de votre genou en position semi-fléchie en plaçant votre mètre au centre de la rotule.	XS < 35 cm	6286523
	S 35 < 38 cm	6286486
	M 38 < 41 cm	6286492
	L 41 < 44 cm	6286500
	XL > 44 cm	6286517



Disponible en
pharmacies et
drogueries

Distribution :
F. Uhlmann-Eyraud SA
1217 MEYRIN
Email: epitact@uhlmann.ch

www.epitactsport.ch

INNOVATION