

Courrier des lecteurs

L'arme blanche contre la démocratie

Lettre du jour

Genève, 13 août Tout comme Samuel Paty, Salman Rushdie s'est fait agresser à l'arme blanche, à la gorge. Les deux affaires n'ont rien en commun, à part la volonté de défendre la liberté d'expression, dans l'enseignement là, et en tant qu'écrivain ici.

La fatwa de 1989 a ouvert la fenêtre de la haine de l'Occident; on s'attaque au cœur de la démocratie républicaine: le roman, la caricature, la transmission de nos normes, la manière de vivre, de disputer, de rire, d'être libre. Les fondamentalistes ne rient pas. Nos ennemis sont aussi au cœur même de notre civilisation. Tous



ceux qui, évidemment, déplorent de pareils actes et s'en émeuvent, mais qui affirment que pour Rushdie ou pour «Charlie Hebdo», on

qu'ils auraient mieux fait de se taire. Se taire? Le respect, chez nous, ne se cantonne pas à la morale. Il existe un respect culturel tout aussi important. Car le roman et la caricature n'expriment pas la réalité, mais l'existence.

L'existence n'est pas ce qui s'est passé ni ce qui devra se passer, c'est l'exploration fictive des possibilités humaines. Cette distance entre le réel et le possible est au cœur même de la démocratie: prendre de la distance pour évaluer dans ce qui est possible ce qui est souhaitable, voilà le cœur de notre liberté, si détestée par les autres civilisations.

Les artistes sont des explorateurs de la carte des possibilités humaines. **Jean Romain**

Salade de reproches

Chambésy, 13 août La rubrique Opinion signée par M. Michel Barde, le 12 août dernier, avait un titre accrocheur qui flairait bon le gibier «La chasse à courre électorale est lancée». L'auteur dégage une salade de reproches contre celles et ceux qui usent de leurs droits démocratiques. Feu à volonté, entre autres sur l'initiative lancée par les Vert'libéraux genevois, bien avant qu'une quelconque course électorale ne soit lancée. Et ce n'est pas la première fois que Michel Barde fustige l'initiative pour un congé parental, sous prétexte qu'il serait «difficilement applicable et coûteux pour les PME». Position à tendance dogmatique et tellement conservatrice! Le congé parental de 24 semaines est précisément raisonnable et conçu pour ne pas déstabiliser les entreprises. Cette initiative constitutionnelle permettra au législateur, le Grand Conseil genevois, de rédiger une

loi d'application pragmatique. Dans l'intention des Vert'libéraux, les 8 semaines de congé prévues pour le conjoint ou la conjointe seront planifiées de manière la plus souple possible, en tenant compte des besoins des employeurs et des employés. M. Barde n'a visiblement pas saisi les enjeux familiaux et sociétaux d'un congé parental. Pour des employeurs qui peinent à recruter, un congé parental, dont le coût est mutualisé et ainsi rendu accessible à tous, peut justement s'avérer attractif face à des concurrents disposant de ressources financières plus importantes. À tirer sur tout ce qui bouge, M. Barde risque de passer pour un mauvais chasseur. **Manuelle Pernoud du comité directeur des Vert'libéraux genevois**

Balayeuse à eau Vandœuvres, 12 août En me rendant de Vandœuvres à Puplinge ce matin vendredi 12 août, en pleine canicule, quelle n'a pas été ma stupéfaction de voir deux

balayuses arroser copieusement les caniveaux et trottoirs bordant la route de Mon-Ideé à l'intersection avec la route de Jussy, trottoirs et caniveaux au demeurant étincelants de propreté... Le règlement qui doit prévoir le passage de la balayeuse arroseuse selon un calendrier préétabli ne pourrait-il pas être appliqué avec un minimum de bon sens, voire de décence, en ces temps de sécheresse lorsque l'on sait qu'à 100 mètres de là, au-delà de la douane de Mon-Ideé, nos voisins

de Haute-Savoie sont en situation de crise niveau 4/4 en ce qui concerne l'usage de l'eau! **Joce-lyne Delsouiller**

Cher Soleil...

Genève, 13 août Cher grand-père Soleil, par ce petit message j'aimerais te demander d'être moins égoïste et de permettre à la pluie de venir arroser notre précieuse Terre nourricière qui en a tant besoin. Oui, le Soleil dans son côté ombre (comique n'est-ce pas) représente en partie l'ego: «Regarde-moi je brille et personne n'est aussi brillant que moi!» D'accord avec toi mais si tu brilles trop tu brûles et c'est ce que tu fais en ce moment en brûlant les forêts, en assoiffant la nature, les humains, les animaux! As-tu pris conscience de cela? Alors grand-père Soleil, je sais bien que tu es très très âgé et qu'à ton âge il t'arrive de faire des extravagances, mais il est temps maintenant de travailler sur ce défaut et être dans le par-tage [...]. **Zina Fornasier**

Écrivez-nous

Vos réactions, votre opinion nous intéressent. Envoyez votre lettre à courrier@tdg.ch, ou à Tribune de Genève, courrier des lecteurs, case postale 5155, 1211 Genève 11. Votre texte doit être concis (1400 signes maximum), signé et comporter vos adresse et téléphone. La rédaction se réserve le droit de choisir les titres et de réduire les lettres.

Bientôt un e-euro, de la main à la main?

Chronique économique

Marian Stepczynski



Oublions un instant les folies cryptiques pour nous intéresser aux applications plus raisonnables et surtout plus utiles de ce qui pourrait devenir de vraies «e-monnaies». On parle ici des projets de monnaie numérique de banques centrales, qui font leur chemin mais demeurent le plus souvent, à l'instar des initiatives privées en la matière (bitcoin, ether, etc.), étroitement liées à l'internet ainsi que, plus généralement, à leur ravitaillement en énergie électrique, puisque les composants informatiques moulinant les algorithmes qui les sous-tendent sont, comme tant d'autres choses en ce bas monde, mus par du courant continu de 1,6, 5 ou 12 V.

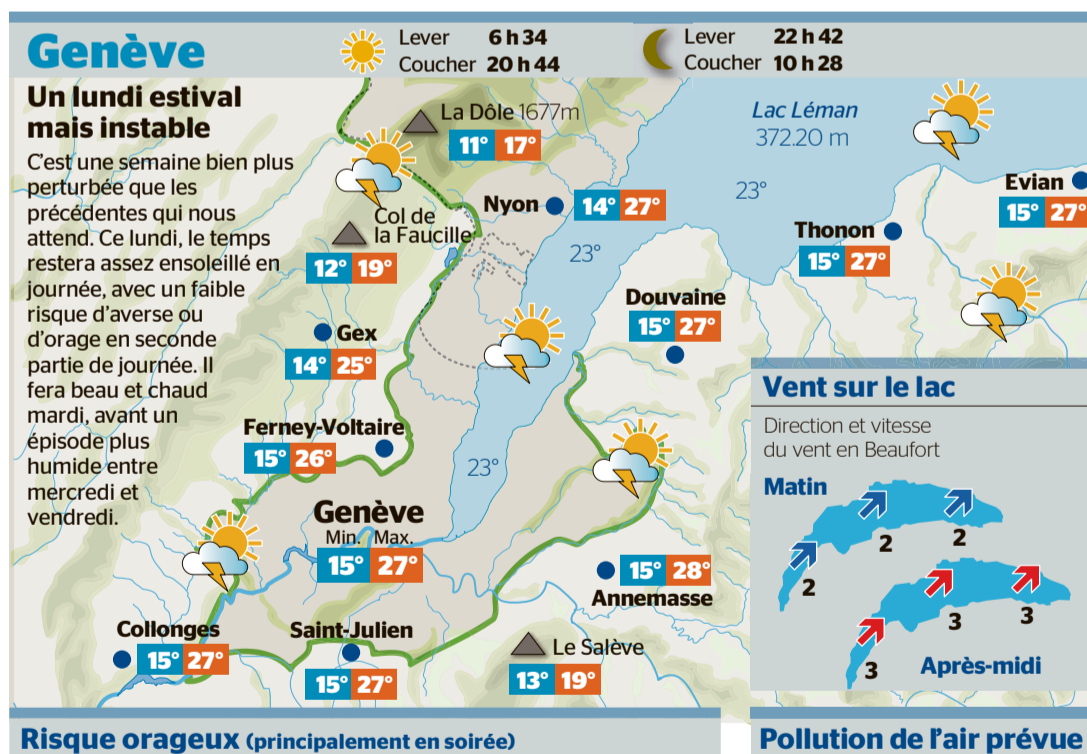
Cette dépendance pose un problème délicat à quiconque entend façonner une monnaie numérique «souveraine» (c'est-à-dire équivalente à nos billets de banque) à disposition de publics non bancarisés voire numériquement analphabètes, qui ne soit par conséquent dépendante, du point de vue de la sécurité, de l'anonymat et de la robustesse, ni de la Toile, ni des banques, ni du réseau électrique.

Ce casse-tête trouvera peut-être un jour sa solution dans des systèmes de paiement offline, tels ceux auxquels réfléchissent les cellules ad hoc de quelques instituts monétaires, BRI en tête. Les recherches sur le sujet ne datent pas d'hier. Comme le rappelle John Kiff, un ancien du FMI qui conseille aujourd'hui les banques centrales, les premiers

pas dans cette direction remontent à une trentaine d'années - la Banque de Finlande en particulier, en 1993, avec son Avant smart card - et plusieurs pays sont sur le point (ou ont déjà franchi le pas) d'émettre des monnaies numériques (Bahamas, Nigeria, bientôt l'Afrique du Sud et le Ghana).

Le projet finlandais a pu être considéré non seulement comme la première monnaie numérique de banque centrale au monde, mais aussi comme la première e-monnaie offline, puisqu'elle permettait d'effectuer des paiements hors de tout registre central grâce à un lecteur ad hoc. L'expérience a malheureusement fait long feu, faute d'intérêt suffisant de la part des commerçants qui auraient dû s'équiper du dispositif nécessaire. Idem pour la plateforme Mondex testée trois ans plus tôt par la NatWest britannique. Les esprits n'étaient manifestement pas encore préparés à pareil saut technologique.

Tout autre sera la destinée du projet d'euro numérique auquel travaille la Banque centrale européenne et dont le lancement pourrait intervenir en 2023 déjà. Cet «e-euro» présentera non seulement les qualités de sécurité et de fiabilité inhérentes à l'euro en tant que monnaie fiduciaire légale, mais il devra également, dans la version offline envisagée, permettre l'inclusion financière de populations aujourd'hui privées d'accès aux services financiers de base. Le diable se cache ici aussi dans les détails, il se peut que le passage en revue des multiples sources possibles de détournements (de fonds, d'objectifs, etc.) prenne plus de temps que prévu. La question n'est toutefois plus de savoir si, mais quand un tel «e-euro» sera introduit.



Tribune de Genève

Adresses: 11 rue des Rois, 1211 Genève 8. Tél. 022 322 40 00 - Case postale 256 - 1211 Genève 8. Fax rédaction: 022 781 01 07. Adresse électronique: redaction@tdg.ch (non valable pour annonces et abonnements). Internet: www.tdg.ch. Pour signaler vos manifestations: events@eventbooster.ch

Une publication de Tamedia Publications romandes SA
Pietro Supino, éditeur

Publicité
Goldbach Publishing SA
Av. de la Gare 33
1003 Lausanne. +41 21 349 50 50
annonces@tdg.ch
Guichet: rue des Rois 11, 1211 Genève 8.
adbox.goldbach.com

Abonnements:
Tarifs pour la Suisse (TVA 2.5% incluse)
12 mois: Fr. 565.-
Courrier: Case postale 256, 1211 Genève 8
Tél.: 0842 850 150 (lu-ve 8h-12h/13h30-17h)
Contact: abo.tdg.ch
Suspension et changement d'adresse: www.tdg.ch
Autres services: Tél. 0842 850 150
Fax. 022 322 33 74
Rédacteur en chef responsable: Frédéric Julliard
Rédacteurs en chef adjoints: Sophie Davaris (responsable des contenus) Olivier Bot (responsable du numérique)
Directeur artistique: Sébastien Contocollias
Adjointe (resp. photo): Ester Paredes
Chef d'édition: Philippe Villard
Rubriques:
Genève: Catherine Focas
Culture et Week-end: Jérôme Estèbe
Courrier des lecteurs: Françoise Nydegger
Opinions: Benjamin Chaix
Blogs: Olivier Bot
Signé Genève: Fabien Kuhn
Internet: Daniel Klopfenstein
Médiateur: Denis Etienne
denis.etienne@tamedia.ch
Rédaction Tamedia
Rédaction en chef: Ariane Dayer, Fabian Muhieddine, Patrick Monay
Suisse: Fabian Muhieddine, Patrick Monay
Monde: Malika Nedir
Economie: Pierre Veya

Responsable commercial: Karim Mahjoub
Partenariats: Olivier Cretton
Club lecteurs: Nunzia Barral

Indications des participations importantes selon l'article 322 CP:
Actua Immobilier SA,
CIL Centre d'Impression Lausanne SA.

Imprimé en Suisse
Tous les droits sont réservés. Toute réimpression, copie de texte ou d'annonce, ainsi que toute utilisation sur des supports optiques ou électroniques, sont soumis à l'approbation préalable de la rédaction. L'exploitation intégrale ou partielle des annonces par tiers non autorisés, notamment sur des services en ligne, est expressément interdite. En plus des formats publicitaires classiques, deux formats de contenus publicitaires spécifiques sont présents dans les médias de Tamedia: -Branded Content: en principe, le focus est mis sur produit ou la prestation proposés par le client. De par son layout et de par sa typographie propres, le publiportage se distingue du contenu rédactionnel. Le publiportage est clairement identifié et désigné sous l'appellation «Paid Post» ou «publiportage». -Native Advertising: son contenu est articulé autour d'un sujet ou d'une thématique qui sont généralement en lien avec le produit ou la prestation proposés par le client. Le contenu est traité sous forme journalistique. Le layout est le même que celui utilisé pour les contenus rédactionnels du titre. Cette forme publicitaire est clairement identifiée et désignée sous l'appellation «sponsored» ou «sponsorisé». Ces deux types de contenus publicitaires sont conçus par le département de Commercial Publishing. La collaboration de membres des rédactions de Tamedia est prohibée.

Une marque de Tamedia

Imprimé en Suisse

Les médias de presse influencent fortement l'achat de produits du quotidien. Source: MACH Consumer 2016

Contactez-nous pour réserver votre annonce! 021 349 50 50 | annonces@tdg.ch | www.goldbach.com **GOLDBACH**