Go West Les géants chinois du Net en pleine expansion

DOMO

Ringier
Le magazine de l'entreprise
Juin 2018

L'assassinat du journaliste Jan Kuciak

Trop proche de la vérité

SOMMAIRE

4 Coups de feu en plein cœur de l'Europe
Le journaliste d'investigation Jan Kuciak voulait rendre publics les liens entre le gouvernement slovaque et la mafia. Il a été abattu, avec sa fiancée Martina Kusnirova.

10 Le succès par les événements!
Le quotidien romand «Le Temps» accueille le Forum des 100. Par cette manifestation, et d'autres encore, il veut fidéliser son lectorat. Et être un succès économique.

16 Point de vue Ringier
Les meilleures photos de presse du trimestre.

18 Le Made in China a le vent en poupe
Jusqu'ici, les géants chinois du Net s'activaient surtout sur leur marché domestique. Mais ils se sentent désormais suffisamment forts pour défier Google & Cie.

22 L'attaque du crocodile
Interview de Gerrit Heinemann, docteur ès sciences économiques. Selon ce spécialiste de l'e-commerce, tout est seulement affaire de «données, données et données».

24 Jubilés et grands moments
Des nouvelle du monde Ringier: du rapport annuel de Ringier sous forme de réalité à une croisière en musique.

26 Ma journée avec les Royals
Reportage très spécial sur un mariage: René Haenig, journaliste de DOMO, s'extasie devant de royaux mollets (nus).

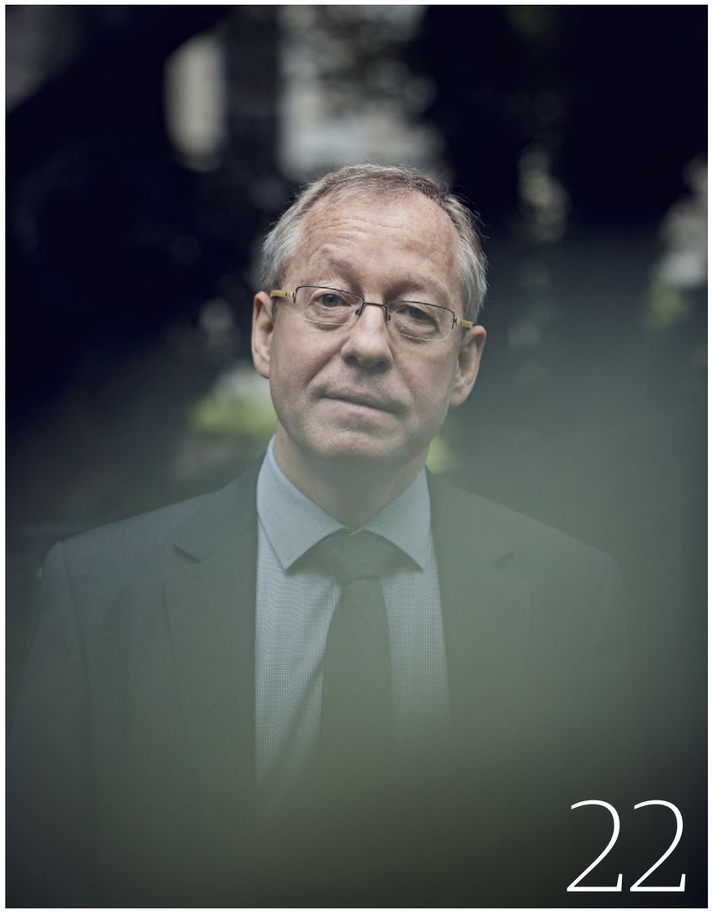
28 (Badly) made in USA
L'éditeur Michael Ringier est en visite chez les leaders du marché numérique de la Silicon Valley. Et comprend qu'à l'avenir Tel-Aviv sera une meilleure destination.

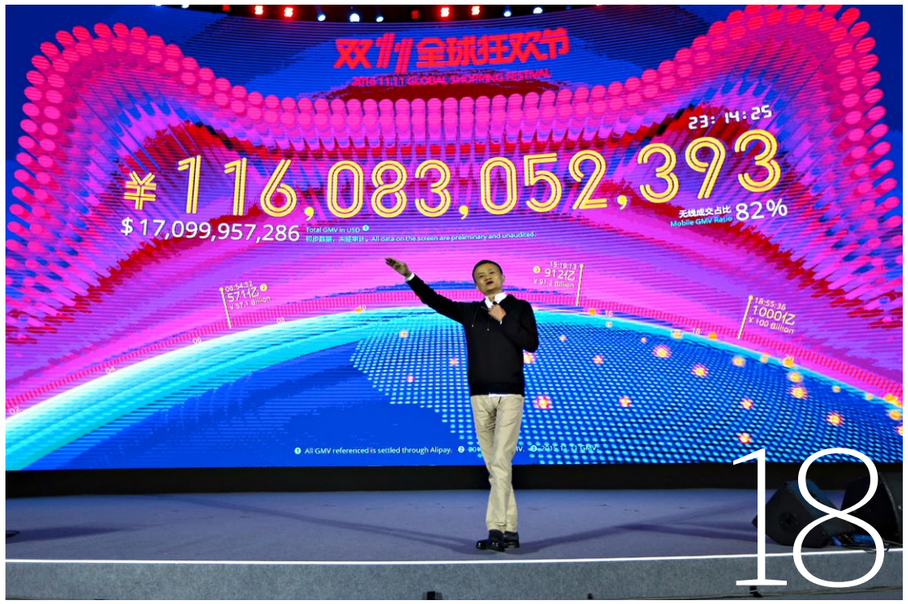
29 My Week – Pyi Nyein Maung
Quelle semaine! Réception à l'ambassade d'Angleterre, superbe tournage vidéo et recherche incessante d'une mission.

30 Toujours avide de savoir
Jubilé: André Frensch
Conseils de lectures de Marc Walder

Photo de couverture:
Vladimir Simicek/AFP Photo

Impressum
Editeur: Ringier AG, Corporate Communications. **Direction:** René Beutner, CCO, Dufourstrasse 23, 8008 Zürich. Contact: domo@ringier.ch **Rédacteur en chef:** Alejandro Velert. **Collaborations rédactionnelles:** Ulli Glantz und Markus Senn (réalisation visuelle), Vinzenz Greiner, René Haenig, Alain Jeannet **Traduction:** Gian Pozzy (français), Claudia Bodmer (anglais), Ioana Chivoiu, (roumain), **Relecture:** Peter Hofer, Regula Osman, Kurt Schuiki (allemand), Patrick Morier-Genoud (français), Claudia Bodmer (anglais), Mihaela Stănculescu, Lucia Gruescu (roumain). **Layout/Production:** Zuni Halpern (Suisse) **Traitement des images:** Ringier Redaktions-Services Zürich. **Impression:** Ringier Print Ostrava et SNP Leefung Printers. Reproduction (même partielle) uniquement avec l'accord de la rédaction. **Tirage:** 10 000 exemplaires. **DOMO** paraît en allemand, en français, en anglais, et en roumain.





Notre édition e-magazine

Télécharger dans l'App Store

Photos: Maurice Haas, Getty Images, Keystone, Geri Born

Le village de Stiavnik, proche de la frontière tchèque. C'est ici que Jan Kuciak a grandi, et c'est ici que sa famille l'a mis en terre début mars. Depuis 2015, il travaillait pour l'équipe d'enquête d'aktuality.sk, une publication de Ringier Axel Springer Slovakia.

Bruits de balles au cœur de l'Europe

Jan Kuciak entendait révéler les liens entre gouvernement et mafia. Mais le journaliste d'investigation a été assassiné. Reportage dans un pays qui espérait être plus avancé qu'il ne l'est effectivement.

De Vinzenz Greiner

Photo: AFP

Un homme dans la mi-quarantaine, le cheveu dru, extrait un trousseau de clés. De la main droite, il le brandit, regarde autour de lui, par-delà les milliers de personnes qui se sont retrouvées ce vendredi soir sur la place du Soulèvement national slovaque. Elles sont dans les 60 000 sur cette longue place bondée de la capitale, Bratislava. Il y a les étudiants, libérés des cours pour manifester «pour une Slovaquie décente». Des personnes âgées, qui manifestaient déjà ici lorsque la Slovaquie n'était pas encore un Etat indépendant mais autoritaire, sont là aussi. Des pères de famille brandissent des calicots où l'on lit «Dégage!», «Criminels», «Menteurs».

L'homme secoue son trousseau de clés. Dans l'atmosphère de mars, peu à peu, toujours plus de trousseaux de clés sont brandis. Et tintent. Des centaines, des milliers. Comme autrefois, en 1989, lorsque les manifestants signifiaient au gouvernement tchécoslovaque soumis au Kremlin: «Rentrez chez vous.» Et annonçaient ainsi la fin de l'Etat socialiste.

Aujourd'hui, les gens protestent contre le gouvernement du premier ministre, Robert Fico, et la corruption. Et en faveur d'un visage imprimé sur des transparents et collé sur des panneaux de carton.

C'est par cette image que tout commence. Une image qui apparaît pour la première fois lundi 26 février sur Facebook et sur les timelines de Twitter. Elle montre un jeune homme qui regarde l'objectif avec indifférence, peut-être même avec un peu d'énervement. Un gros grain de beauté sous la lèvre inférieure, des yeux étirés derrière les verres de ses lunettes rectangulaires, quelques poils au-dessus de la lèvre supérieure.

L'image est en noir et blanc. Au-dessous, on lit des mots comme «Attentat» et «Assassiné». Il s'agit de la photo de Jan Kuciak, ce jeune Slovaque de 27 ans qui a été retrouvé abattu ce lundi matin de février devant sa petite maison. La police a également retrouvé sa fiancée, Martina Kusnirova. Abattue elle aussi. Ils avaient déjà choisi les vêtements et la voiture pour leur mariage le 5 mai.

La police part de l'idée que le crime est lié au travail de Jan Kuciak. Le journaliste d'investigation n'avait cessé de livrer des informations sur la corruption au site Aktuality.sk, qui appartient à la joint-venture Ringier Axel Springer (RASCH). Kuciak n'a pas mené la vie dure qu'à une seule

«Ils étaient déjà nombreux à savoir que Jan était un bon journaliste. Avec cette story, il aurait percé.»

personne, il marchait sans cesse sur les pieds de quelqu'un.

Que les journalistes vivent dangereusement, on le voit en Turquie, en Russie, en Syrie et dans les pays infestés par la mafia comme l'Italie et Malte. Sur cette île, moins de quatre mois avant Kuciak, la blogueuse Daphne Caruana Galizia a été tuée par une bombe placée dans sa voiture. Mais le meurtre d'un journaliste en Slovaquie? Un pays qui ne semblait pas faire trop pâle figure entre une Hongrie toujours plus autocratique et une Pologne réactionnaire sous la botte du parti PIS? Un pays qui a écrit en 2016, dans son programme pour la présidence du Conseil de l'Union européenne, qu'il fallait promouvoir la démocratie aussi parmi les pays voisins de l'UE?

Tout juste deux mois après l'assassinat de Jan Kuciak, le premier ministre et deux de ses affidés ont quitté le gouvernement, de même que le ministre de la Culture. Le ministre de l'Intérieur a démissionné et son successeur est aussi déjà parti. Le commissaire de police a annoncé son départ. Un Italien suspecté de liens avec la mafia est en détention extraditionnelle en Slovaquie orientale. La Commission de l'UE exige du gouvernement des explications sur des subventions agricoles versées illégalement.

Que s'est-il passé?

Flash-back. Le 5 septembre 2017, le

La première grande enquête de Kuciak portait sur la corruption dans les hôpitaux: ils payaient des prix surfaits pour les tomographies assistées par ordinateur. Puis il a parlé des intrications entre politique et économie. Ça a déplu, notamment à l'entrepreneur Marian Kocner, qui a menacé Kuciak.

téléphone de Kuciak sonne. A l'autre bout du fil, Marian Kocner. L'homme d'affaires avertit Kuciak qu'il va rassembler un tombereau d'immondices sur lui et sa famille. Et qu'il fera en sorte que Kuciak n'écrive plus jamais. C'est ainsi que Kuciak décrit les faits des semaines plus tard sur sa page Facebook.

Le nom de Kocner émerge à tout bout de champ dans les textes et notices de Kuciak. Egalement celui du ministre de l'Intérieur, Robert Kalinak, l'élève de Robert Fico. Kalinak est suspecté d'avoir couvert le promoteur immobilier Ladislav Basternak, assigné en justice pour des fraudes fiscales à hauteur de millions. Le premier ministre Fico habite un de ses complexes résidentiels. C'est là justement que Kocner vendait des appartements. Le politique et l'économie s'entremêlent. Or Kuciak essayait de démêler les fils. Mais son grand reportage était encore à paraître. Et Kuciak, lui, ne le verra pas.

On est au soir du 21 février 2018. A 19 heures, le train de Kuciak arrive en gare de Galanta, à une cinquantaine de kilomètres à l'est de Bratislava, son lieu de travail. Sa fiancée, Martina Kusnirova, vient le prendre en voiture. Ils roulent jusqu'au petit village de Velka Maca, où ils s'affairent à restaurer une maisonnette. Comme l'a reconstitué le Blick, en collaboration avec l'équipe d'Aktuality.sk, Kuciak descend à la cave pour recharger la batterie de sa VW Passat qui a rendu l'âme la veille. Martina Kusnirova va au salon. Il y a du thé et du café sur la table. A 19 h 45, Kuciak écrit à un ami, à 19 h 50 Kusnirova écrit un message à la sœur de Kuciak. Ce sont leurs derniers signes de vie.

Kuciak est abattu à la cave, deux balles dans le cœur. Martina Kusnirova succombe à une balle dans la tête tirée de face. Une exécution. Les douilles et les projectiles sur les lieux indiquent des meurtres commandités par la mafia, pensent certains. La grande story de Kuciak le laisse aussi penser.

28 février, deux jours après que le corps sans vie de Kuciak a été retrouvé. Conférence téléphonique. Zurich, Belgrade, Berlin, Bratislava sont en ligne. Les rédacteurs en chef des médias des éditeurs d'Axel Springer, Ringier et Ringier Axel Springer discutent de ce qu'il y a désormais à faire. Une newsroom internationale doit être mise sur pied à Bratislava, dans laquelle des reporters des trois éditeurs poursuivront les investigations de Kuciak. Un livre de condoléances numérique est activé.

Photos: AFP Keystone

Plus: les dernières investigations de Kuciak, que ses collègues encore sous le choc ont compilées et mises en forme, sont publiées de manière concertée par les éditeurs. «Pour montrer que son travail n'a pas été vain», écrit le rédacteur en chef du Blick, Christian Dorer, dans un courriel après la conférence téléphonique.

La publication est révélatrice. Plus tard, un journaliste slovaque dira: «Premièrement, nous étions beaucoup à savoir que Jan était un bon journaliste. Il avait percé avec cette histoire. Elle est titrée: «Mafia italienne en Slovaquie: les tentacules s'étendent à la politique».

Kuciak y montre comment la mafia italienne dupe l'Etat slovaque sur la TVA par des ventes d'appartements à la structure très complexe et comment elle pioche illégalement dans les fonds de l'UE destinés à l'agriculture. En plus, Kuciak établit que l'Italien Antonino Vadala, établi en Slovaquie, n'a pas seulement des liens avec la mafia mais soigne aussi ses contacts avec le parti de gouvernement Smer-SD. Il a fondé une entreprise avec Maria Troskova et fait des affaires avec le politicien Smer-SD Viliam Jasan. Lorsque l'enquête de Kuciak paraît, Troskova est l'assistante du premier ministre Robert Fico, tandis que Jasan dirige le conseil de sécurité du gouvernement.

Un homme de la mafia qui entretient des liens avec le sommet du gouvernement et a, peut-être, un accès aux infos sensibles sur la sécurité de l'Etat? Quelles révélations!

Lorsque RASCH publie un com-

De retour à Bratislava

Vinzenz Greiner, journaliste pour DOMO, a travaillé en Slovaquie orientale comme bénévole pour l'UE, puis étudié un semestre à Bratislava. Il n'aurait jamais pensé se retrouver là-bas pour enquêter sur le meurtre d'un journaliste.

muniqué de presse sur les dernières enquêtes de Kuciak, il se passe quelque chose de stupéfiant: trente minutes plus tard, tous les sites de l'entreprise en Slovaquie sont hors service pour plusieurs heures. Panne technique? Exclu. Ils sont beaucoup à se demander: Robert Fico voulait-il empêcher la publication? Cela reste peu clair. En attendant, l'attitude du premier ministre, elle, ne saurait être plus claire.

D'abord, il présente un million d'euros en liasses, en guise de récompense pour des informations sur les meurtres. Mais lorsque les manifestants et l'opposition exigent la démission des hommes liges de Fico, le ministre de l'Intérieur Robert Kalinak et le commissaire de police Tibor Gaspar, le chef du gouvernement passe à l'attaque. Il affirme que l'opposition manipule le cas Kuciak «pour faire descendre les gens dans la rue»; que cela entraîne «une déstabilisation de la société et le délitement de l'Etat».

Cela montre deux choses: premièrement que Fico sait que l'appel au sentiment de sécurité slovaque fonctionne toujours. Imprégnée par le collectivisme, la société slovaque est allergique aux menaces, réelles ou supposées. Fico a déjà conduit avec succès des campagnes électorales axées sur la peur de l'islam et des réfugiés – tout en se disant social-démocrate. Il a déjà formé deux coalitions avec l'extrême droite et avec un

Mise en scène: peu après que la nouvelle du meurtre de Kuciak s'est répandue, le premier ministre Robert Fico (centre) promet 1 million d'euros pour des renseignements. A côté de Fico, ses affidés: le commissaire de police Tibor Gaspar (à g.) et le ministre de l'Intérieur Robert Kalinak (à dr.). Fico et Kalinak ne sont plus en poste. Gaspar devait démissionner à fin mai.

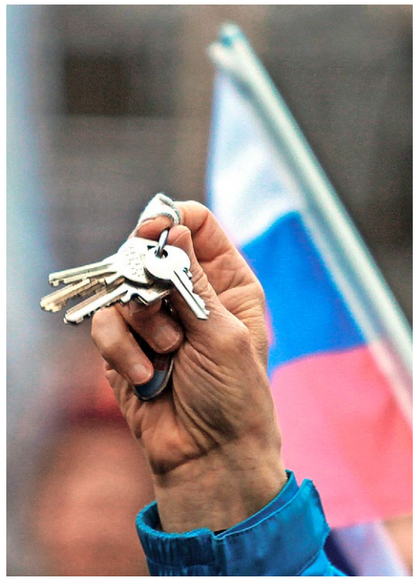
parti nationaliste qui rejette le libre marché.

Précédemment, Fico avait durablement cultivé le conflit avec son grand voisin hongrois. Scénario: la minorité hongroise du sud de la Slovaquie se rattacherait à la Hongrie qui, comme du temps de l'Empire, déborderait sur le territoire slovaque.

Lorsque, quelques jours plus tard, le président slovaque Andrej Kiska propose de refondre entièrement le gouvernement ou d'organiser de nouvelles élections pour restaurer la confiance en l'Etat, Fico joue de nouveau la carte hongroise: le président aurait forgé un complot avec George Soros, le grand investisseur américain d'origine hongroise.

La déclaration de Fico montre aussi qu'il vit dans son petit monde. Quand la réalité ne lui convient pas, cet homme qui jouait naguère au football comme attaquant, commute sur le mode de défense qu'il connaît le mieux: l'attaque. Les journalistes n'ont cessé de l'expérimenter. Lors d'une conférence de presse en 2016, il a dit aux journalistes présents: «Beaucoup d'entre vous sont de sales putes anti-slovaques.» Puis il s'est levé et est parti plutôt que de répondre aux révélations de la lanceuse d'alerte Zuzana Hlavkova.

A l'époque, elle travaillait au Ministère des affaires étrangères. Elle avait remarqué que les manifestations dans le cadre de la présidence slovaque de l'UE dépassaient ▸



Photos: AFP, Keystone

soudain de beaucoup le budget. De l'argent s'évaporait-il? Elle en fait part publiquement. Aujourd'hui, le ministre des Affaires étrangères est toujours en fonction. Zuzana Hlavkova est assise dans un bistrot de la rue commerçante Obchodna, à Bratislava, une semaine après que la photo de Kuciak a fait le tour des médias sociaux. Devant la femme proche de la trentaine au visage étroit se trouve une boisson que l'on surnomme parfois «Slovak libre», en référence au cocktail bien connu. C'est du rhum allongé de Kofola, l'ancienne alternative tchécoslovaque au Coca-Cola impérialiste.

Après le meurtre de Kuciak, les commentateurs parlent d'un retour aux années 90, faisant référence d'une part au meurtre de l'ex-ministre Jan Ducky en 1999, d'autre part à l'époque du premier ministre Vladimir Meciar qui se souciait de la démocratie comme d'une guigne. Tristement, Hlavkova constate: «On a l'impression que le peu de progrès que nous avons fait au fil des ans s'annule.» Elle boit une gorgée.

Au-dehors, les passants défilent dans le froid devant les façades restaurées de la rue Obchodna. Derrière les immeubles aux couleurs vives, les magasins, la nouvelle ligne de tram, des ordures pourrissent à même le sol; de vieux murs de béton s'effritent dans les arrière-cours grises. C'est un symbole du pays. Depuis que le socialisme a pris fin en 1990 et que, trois ans plus tard, la Slovaquie est devenue un Etat indépendant, il y a eu du changement, mais le plus souvent en surface seulement.

Des coteries d'oligarques et d'entreprises suspectes infiltrent la politique et l'administration. Les juges, les procureurs et les responsables policiers sont souvent des hommes qui occupaient déjà les mêmes postes il y a quelques décennies. Un politicien du parti d'opposition SAS les nomme «les gens de l'ancien système». Ils se serrent les coudes. «Les grosses affaires de corruption restent non résolues», assure Gabriel Sipos, de l'organisation anti-corruption Transparency International. La raison: la plupart des pontes de la police doivent leur emploi aux politiciens du pouvoir. «Or, dans les cas délicats, il faudrait enquêter contre les amis de ces politiciens.» Son organisation place la Slovaquie au 54e rang (sur 180) pour ce qui est de la perception de la corruption.

Comme en 1989 pour la Révolution de velours, les Slovaques ont manifesté contre les gouvernants sur la place du Soulèvement national, à Bratislava. Et, comme à l'époque, ils faisaient tinter leurs trousseaux de clés pour dire aux puissants: «Rentrez chez vous!»

> «L'Etat slovaque est un village Potemkine!»
>
> Peter Bardy, rédacteur en chef de www.aktuality.sk

La Slovaquie est-elle construite sur des fondations pourries? Même le président du jeune Etat semble le penser. «Il y a quelque chose de mauvais sous la surface, quelque chose de mauvais dans les fondements de notre Etat», déclarait Andrej Kiska dix jours après le double assassinat. C'est aussi l'avis du rédacteur en chef d'Aktuality.sk, Peter Bardy: «L'Etat slovaque est un village Potemkine», assure-t-il.

Mardi 6 mai. Peter Bardy est dans la salle de conférences de sa rédaction. Au mur, des photos de politiciens, d'entrepreneurs, de mafieux. Les photos sont reliées par des traits tracés au stylo-feutre. C'est le réseau sur lequel Kuciak enquêtait. Bardy, un colosse chauve, est perplexe. Il se demande: «Ai-je suffisamment protégé mon journaliste?» Un collègue est sous protection policière mais, à l'époque, Kuciak jugeait la mesure superflue. Des agents de sécurité tatoués montent la garde dans le couloir devant la rédaction. Plus tard, un chargé de la sécurité descendra les stores de la salle de conférences: de l'immeuble d'en face, il est trop facile d'espionner.

En une semaine, Peter Bardy a amélioré son anglais. Même le New York Times est passé l'interviewer. Il dit sans cesse: «Thank you!» Y compris aux journalistes de la newsroom internationale, Marcin Wyrwal, du site polonais de RASCH Onet, Tim Röhn de Die Welt et moi du Blick. Des reporters de Blick vont encore arriver. A vrai dire, les journalistes étrangers sont censés aider à compléter des notes laissées en rade pour reconstruire l'histoire. Mais ces notes sont parfois trop compliquées même pour les collègues de Kuciak, des indices se cachent un peu partout sur son ordinateur. Bardy remarque: «Vous nous aidez en publiant dans vos pays ce qui se passe ici.»

Or il se passe beaucoup de choses. Un jeune procureur a déposé plainte contre le ministre de l'Intérieur, le chef de la police criminelle et le commissaire de police. Suspectés de «sabotage», ce qui, en Slovaquie, comprend des actes contre l'ordre constitutionnel. Puis des documents émergent, qui montrent que l'Italie avait averti la Slovaquie il y a des années déjà des agissements de la mafia. Or le ministre de l'Intérieur avait déclaré n'en rien savoir.

A côté des informations quotidiennes, l'équipe d'investigation réalise des interviews, examine les notes de Kuciak, tente de reconstruire le déroulement des faits.

De l'hôtel à la rédaction, pizza au bureau, retour à l'hôtel, finir de taper le texte sur le lit. Discussions avec les journalistes, échanges avec des gens dans la rue où des théories se font jour. La mafia italienne est-elle responsable de la mort de Kuciak? Ou des criminels albano-macédoniens? Qu'en est-il des oligarques? Kuciak a-t-il été torturé?

Une info absurde chasse l'autre. Derrière les pin's portant l'inscription #allforjan, Robert Fico suspecte une production étrangère. Le chef de l'unité anti-corruption nationale se trouvait hors de son domaine d'attribution, sur les lieux du crime. Le commissaire de police avait affirmé rigoureusement le contraire. Bizarre: les deux hommes sont liés au même oligarque. Une chaîne TV – à vrai dire un concurrent d'Aktuality.sk – révèle le mensonge. Mais la plupart des médias se sont désormais réunis à l'enseigne de «tous pour Jan». Solidarité plutôt que scoop.

L'homme de la rue tente le sarcasme. «Heureusement que la prochaine saison de Game of Thrones ne sort que l'année prochaine, je suis incapable de suivre deux séries à la fois», dit quelqu'un face aux mensonges et aux accusations. Des manifestants brandissent un panneau sur lequel le ministre de l'Intérieur Kalinak est figuré sous les traits du narcotrafiquant de la série Netflix Narcos.

Karolina Farska, organisatrice de la manif du 9 mars, ne s'attendait pas à ce qu'ils soient 60 000 dans la rue contre «l'arrogance du pouvoir» et «pour une Slovaquie décente». La semaine précédente, ils n'étaient encore que la moitié. La veille de la manif, elle évoque sa motivation. «Il en va de la liberté de la presse. Je ne veux pas que ma famille et mes amis vivent dans un Etat lié à la mafia.»

Jan Kuciak et sa fiancée Martina Kusnirova (à dr.) devaient se marier le 5 mai. La robe et la voiture de cérémonie étaient déjà choisies. Mais ils ont été abattus dans leur maisonnette le 21 février. Les manifestants rendent hommage aux deux jeunes Slovaques.

Pense-t-elle que, comme en 1989, les participants à la manif agiteront leurs trousseaux de clés? Karolina Farska est sceptique. Elle sait que les Slovaques aiment rouspéter contre la politique en buvant une bière avec les copains mais que cela ne va en général pas plus loin.

Mais comme le temps est passé en une semaine de l'hiver au printemps, les Slovaques semblent émerger de leur passivité. Pourquoi cette fois? Une réponse possible se situe à deux heures de voiture de Bratislava. A Stiavnik, un village proche de la frontière tchèque. C'est ici que Kuciak a grandi. Des chalets de guingois entre champs et collines douces. Des maisonnettes grises, parfois roses, une église jaune. La famille aligne des trophées de hockey sur une étagère, il y a des images saintes au mur, des poules dans la cour. C'est simple, c'est slovaque.

Jozef, le père, parle de son fils Jan. «Lorsque je lui demandais parfois au téléphone sur quoi il travaillait, il me disait: «C'est secret.» A l'époque, je croyais que c'était sa manière de faire de l'humour.» De la police, cet homme doux et triste n'attend qu'une chose: «Qu'elle fasse son travail.»

Jan Kuciak, le journaliste d'investigation de la capitale, venait d'un milieu très modeste. En l'abattant, c'est un homme du peuple qu'on assassinait.

Les événements pour agrandir l'audience des journaux

Avec le Forum des 100, «Le Temps» organise un rendez-vous devenu incontournable. Mais ce n'est pas le seul: les événements Horizon, Forward et d'autres plus légers organisés au sein des rédactions aident les titres romands de Ringier Axel Springer à augmenter leurs recettes et à étendre leurs audiences.

Texte Alain Jeannet (Responsable du Forum des 100 et des événements de Ringier Axel Springer Suisse Romande)

Où va Uber? Sur la scène du Forum des 100, Alexandre Droulers, responsable des projets de nouvelle mobilité pour l'Europe, annonce la mise en circulation de voitures volantes.

Photo: Keystone

On a craint des mouvements d'humeur, voire des désaffections. En passant au payant pour cette 14e édition, nous n'étions pas sûrs de la réaction des habitués du Forum des 100. Jusqu'ici, ils étaient invités gracieusement à participer à un événement qui rassemble chaque année à l'Université de Lausanne quelque 800 décideurs romands. Il faut désormais payer entre 250 et 450 francs pour en être.

Notre inquiétude s'est avérée infondée. Une fois encore, ce 24 mai, la salle est comble pour une journée consacrée à la mobilité. Le signe que le Forum des 100 reste un rendez-vous incontournable. La preuve, surtout, que les événements sont devenus pour Le Temps et pour les titres de Ringier Axel Springer en Suisse romande un vrai relais de croissance et un moyen de renforcer et d'agrandir leurs audiences. Ils constituent ce que nous pourrions appeler la 3e vitesse du journalisme: web, print… et live!

Depuis sa création en 2005 par L'Hebdo, le Forum des 100 a eu pour ambition de poser les grandes questions économiques et sociétales en réunissant les milieux économiques, politiques, académiques et artistiques des cantons de Suisse occidentale. Repris par Le Temps en 2017, l'événement a trouvé un nouvel élan. Il peut désormais s'appuyer sur un quotidien dirigé par Stéphane Benoit-Godet et sur la stratégie numérique ambitieuse imaginée par le rédacteur en chef digital Gaël Hürlimann.

Sur ce marché des conférences devenu très concurrentiel, les titres de presse jouissent d'un avantage immense. D'abord parce que, en amont, pendant et après le jour J, ils peuvent accompagner et nourrir l'événement par des contenus éditoriaux mais aussi par une offre publicitaire et de communication unique. Voilà pourquoi nous parlons volontiers d'«événements à forte valeur ajoutée journalistique».

L'an passé, le Forum des 100 était consacré à l'explosion des coûts à l'heure de la santé 4.0. Le spectre thématique de l'édition du 24 mai 2018 n'est pas moins ambitieux. Comment la digitalisation bouleverse-t-elle nos manières de nous déplacer? Allons-nous vers plus de mobilité ou le télétravail incite-t-il à plus de sédentarité? Pour provoquer la discussion et réfléchir à dix, quinze ou vingt ans, les «disrupteurs» ouvrent les feux. Avec, par exemple, Alexandre Droulers, d'Uber, venu convaincre que les taxis volants seront bientôt une réalité.

La conseillère fédérale Doris Leuthard s'est livrée à un échange spontané avec les 800 participants au Forum. Un tabac! Ici, avant son passage sur scène.

Le Forum des 100 a pour ambition de poser les grandes questions économiques et sociétales.

A la fin de la matinée, nous accueillons Doris Leuthard arrivée dans sa Tesla noire et donc parée pour débattre avec une salle enthousiaste du plan ferroviaire 2025 mais aussi de l'avenir électrique de la mobilité ou de la position pionnière du pays dans le domaine des drones. Et la conseillère fédérale de lancer comme un point d'orgue l'expression «smart nation» pour qualifier la Suisse.

La recette d'un Forum réussi? Elle commence, justement, par le choix du sujet. Et celui des orateurs. Au fil des ans, le Forum a accueilli des personnalités prestigieuses comme l'ancien chancelier Gerhard Schröder, Joschka Fischer, le patron de Fiat Sergio Marchionne, François Fillon, Nicolas Hulot, Roberto Saviano… et de manière rituelle un membre du Conseil fédéral et une douzaine au moins de conseillers d'Etat. Mais aussi de nombreuses personnalités talentueuses et inspirantes moins connues et donc plus surprenantes. Autres ingrédients du succès: le respect de l'horaire des interventions et le traditionnel lunch-networking accompagné d'excellents vins du Valais. Ainsi qu'une organisation rigoureuse grâce à la dream team du marketing et business développement composée de quatre personnes.

Mais sans appuis financiers importants, pas d'événements. Qu'il est loin le temps où il s'agissait avant tout de cultiver le rayonnement et la notoriété des titres. L'événementiel est devenu un centre d'activités à part entière et répond désormais à de clairs critères de rentabilité. Ainsi le Forum des 100 peut-il compter sur une dizaine de fidèles sponsors. Comme la compagnie SWISS, la Banque cantonale vaudoise (BCV), la Loterie romande, Vaudoise Assurances, les montres Tissot, la Clinique La Source, l'Aéroport de Genève-Cointrin, Honda… Partenaire stratégique de l'édition 2018: les CFF. Sans oublier l'Université de Lausanne, l'Institut M.I.S. Trend et la RTS.

Parmi les publications liées au Forum des 100, le cahier spécial qui distingue chaque année depuis ▸

Photos: Hélène Tobler, Keystone

Des orateurs prestigieux

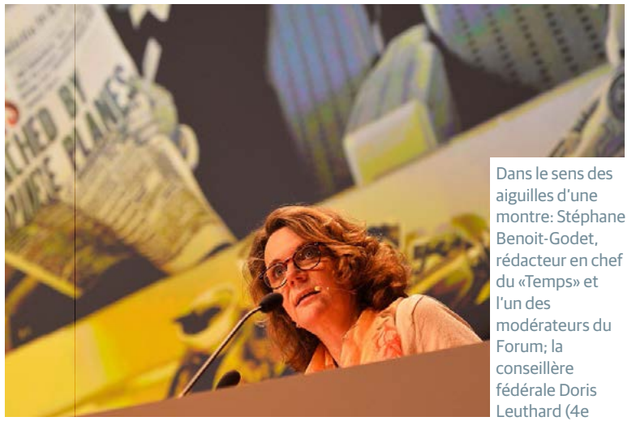
Depuis sa création en 2005, le Forum des 100 a accueilli de nombreux intervenants prestigieux. Ici de haut en bas: Nicolas Hayek, alors patron de Swatch Group, et le designer star Yves Béhar. Peter Brabeck, président de Nestlé. L'écrivain traqué par la mafia Roberto Saviano, ici en discussion avec la conseillère fédérale Simonetta Sommaruga. Et l'ancien vice-chancelier allemand Joschka Fischer. On pourrait ajouter l'homme politique François Fillon, le patron de Fiat Sergio Marchionne. Ou encore l'actuel ministre de l'Environnement français Nicolas Hulot et le «savanturier» Bertrand Piccard qui se sont rencontrés à cette occasion.

2005 une centaine de personnalités «qui font la Suisse romande». Cette liste est en réalité à l'origine du nom de l'événement. Année après année, ce sont ainsi quelque 1400 représentants de tous les milieux qui ont été choisis et qui sont devenus autant d'ambassadeurs du journal. Parmi les lauréats 2018, beaucoup d'entrepreneurs, de managers, de chercheurs et de politiques actifs dans la mobilité. Mais aussi la rappeuse genevoise Danitsa, le chef très étoilé Franck Giovannini et le Prix Nobel de Chimie Jacques Dubochet.

Si le Forum des 100 est le plus connu, il fait désormais partie d'une gamme d'événements qui n'a cessé de s'enrichir. Lancé en 2016, Horizon rassemble en début d'année près de 300 participants à la prestigieuse business school IMD pour débattre des perspectives économiques des douze mois à venir.

Coorganisé par Le Temps, PME Magazine et l'EPFL, l'événement Forward, le Forum pour l'innovation des PME, a, lui, pour ambition d'aider les entreprises tous secteurs confondus à affronter les défis pratiques de la digitalisation. Le 19 avril dernier, ce sont 950 personnes qui se sont inscrites (et qui ont payé leur entrée) pour la première édition de cette journée au spectaculaire Swiss Tech Convention Center de l'EPFL.

Dans la demi-douzaine d'événements organisés en 2018, deux le sont en étroit partenariat avec des médias étrangers. Pour le Health Care Summit, Le Temps fait équipe avec le site Politico. Quant au Forum sur la philanthropie, il est le fruit d'une collaboration avec le journal Le Monde. Un modèle qui, lui aussi, se révèle rémunérateur.



Dans le sens des aiguilles d'une montre: Stéphane Benoit-Godet, rédacteur en chef du «Temps» et l'un des modérateurs du Forum; la conseillère fédérale Doris Leuthard (4e depuis la droite) avec Marc Walder, CEO de Ringier, Nouria Hernandez, rectrice de l'Université de Lausanne, Daniel Pillard, directeur de RASCH Suisse romande, et Gaël Hürlimann, rédacteur en chef digital du «Temps»; Virginie Raisson, spécialiste des questions géopolitiques; Ponz Pandikuthira, vice-président Product Planning de Nissan Europe, avec Alain Jeannet, producteur du Forum des 100 (de dos).

Photos: Eddy Mottaz, Keystone

Voilà pour les événements de taille qui impliquent planification à long terme et moyens financiers substantiels. Mais les journalistes du Temps ont imaginé aussi des manifestations plus légères qui permettent d'élargir la communauté du journal à de nouvelles audiences (lire l'article de Cédric Garrofé ci-contre). A l'occasion des 20 ans du journal, la rédaction a aussi expérimenté avec Live Magazine une nouvelle forme de journalisme sur scène déjà pratiquée dans les pays anglo-saxons et en France, mais pas encore en Suisse (lire en page 25). Un magnifique succès!

C'est bien le paradoxe: avec les réseaux sociaux, les conversations n'ont jamais été si faciles et si fluides dans une sphère médiatique sans frontières. Et pourtant, les lecteurs n'ont jamais été aussi désireux de débattre et de se rencontrer pour de vrai lors d'événements. L'avenir est radieux pour ceux qui répondent à ce besoin.

Evénements et journalisme de demain

Cours de philosophie pour enfants, concerts classiques et embrassades d'arbres collectives: au «Temps» on tente par diverses manifestations de renforcer la fidélisation du lectorat. Et de gagner de l'argent.

Cédric Garrofé est journaliste et responsable des réseaux sociaux et blogs pour «Le Temps». Il explique le projet d'événements lancé par le média.

Depuis un an, nous proposons des événements dans notre newsroom. Un projet pour fidéliser et développer notre lectorat par des rencontres jusqu'à 100 personnes.

Une démarche initiée après avoir discuté avec des étudiants. S'ils disaient ne pas comprendre l'intérêt de s'abonner à un média, ils acceptaient de payer pour un service offrant une réelle plus-value et une image dynamique: Netflix, Spotify…

Des événements variés

Nos événements vont de la soirée zéro déchet aux balades à vélo en passant par des cours de philo pour enfants. Nous prévoyons un bain initiatique en forêt et le lancement d'un club des entrepreneurs.

Du contenu qualitatif

Un événement doit servir l'un de ces trois buts: fidéliser l'audience (les concerts classiques plaisent par exemple à notre lectorat traditionnel); chercher à se faire connaître de clients potentiels (quand nous invitons des start-up du jeux vidéo, nous renouvelons notre audience traditionnelle du monde de l'entreprise); générer des revenus avec l'aide d'un sponsor.

Nous nous sommes aussi fixé trois règles: rester cohérent avec notre ligne éditoriale, imaginer des déclinaisons pour nos supports print et digitaux et nous faire plaisir (si c'est le cas pour nous, ce le sera aussi pour nos invités)!

Une vision à 360°

Lorsque nous organisons un concert, un portrait de l'artiste invité est publié avant dans notre journal. Et le concert en lui-même? Un extrait est diffusé en vidéo sur Facebook et notre site.

La monétisation comme prochaine étape

Nos événements affichent aujourd'hui tous complet. Notre newsletter qui leur est consacrée, lancée il y a quatre mois, s'apprête à dépasser les 1000 abonnés. En créant une demande, nous arrivons en position de force pour monétiser ces opérations. Si 10% de nos abonnés viennent à nos événements, presque 90% des invités souhaitent recevoir des informations sur nos prochaines opérations.

Répondre à la crise de la presse

Ces nouveaux services sont une réponse réelle aux attentes des citoyens. Ils sont ainsi une partie de la réponse à la crise qui secoue le monde de la presse: on s'abonnera demain au Temps aussi parce qu'il offre des événements.

Les photos Ringier du trimestre

Des images fortes et leur histoire: sécheresse biblique en Afrique du Sud, froid glacial en Norvège et amère misère en Afghanistan.

BOLERO MEN
KIPLING PHILIPPS — Photographie
HELEN POMBO — Rédaction photo

«Un loup des steppes dans le désert», énonce le titre des pages mode du magazine pour hommes **Bolero Men**. Le rédacteur Samuel Müller: «La mode pour hommes doit être mise en scène. Il ne suffit pas de simplement montrer des vêtements.» C'est pourquoi l'équipe est partie en Afrique du Sud, dans la réserve naturelle de Hottentots Holland. Mais les conditions de travail se sont avérées plus rudes que prévu. «La réserve offrait des occasions de photos incroyables. Mais les routes étaient presque impraticables et nous n'avions pas de véhicule tout-terrain.» En plus, une sécheresse extrême contraignait l'équipe à se ravitailler abondamment en eau. «Si on ne se dépêchait pas le matin, on tombait sur des rayons vides au supermarché.» Et pourquoi l'homme est-il assis dans l'arbre? «C'était une idée du photographe. Mais l'arbre était tellement desséché que les branches ont failli casser. Il faut un état d'esprit cool et aventureux pour susciter l'enthousiasme d'un lectorat masculin. Et un brin d'humour.»

BLIC
ALEKSANDAR DIMITRIJEVIC — Photographie
MLADEN SURJANCA — Rédaction photo

Le photographe Aleksandar Dimitrijevic est justement en pause entre deux événements sportifs où il doit prendre des photos pour **Blic**. Mais il jette quand même un coup d'œil à la piscine couverte voisine. Car les sports aquatiques sont sa grande passion. La piscine accueille un concours international de plongeon. Des juniors de Serbie, de Roumanie, de Bulgarie et de Croatie ont débarqué à Belgrade. L'idée de Dimitrijevic est de saisir la tension et l'émotion avant le saut. «J'adore la photographie sportive car, plus que dans d'autres domaines, on y trouve un immense éventail de sentiments.» Le projet du photographe se concrétise: il capte non seulement le périlleux arrière d'une participante mais aussi les grelottements de la concurrence. «Ils tremblaient sûrement moins à cause de la performance de la jeune fille que parce qu'ils avaient tout simplement froid.»

SCHWEIZER ILLUSTRIERTE
GERI BORN — Photographe
NICOLE SPIESS — Rédaction photo

Le légendaire clown suisse Dimitri disparaissait il y a deux ans. Son épouse Gunda et ses enfants veillent sur son héritage, lequel comprend notamment une haute école, un théâtre, un restaurant et un musée. A ce jour, nul n'a touché à l'atelier de Dimitri et à son immense collection de masques rapportés du monde entier. Le photographe Geri Born, de la **Schweizer Illustrierte:** «C'est pour cela que ma photo des masques se voulait un hommage de la famille à Dimitri. Et même si, pour une part, les enfants de Dimitri sont eux-mêmes des professionnels de la scène, il ne fut pas aisé pour Geri de saisir l'instant où les protagonistes regardaient l'objectif d'un œil expressif. Son truc: «J'observe ceux qui ont plutôt de la peine. Si je les capte bien, il y a de grandes chances pour que l'image soit bonne.»

LIBERTATEA
DRAGOS SASU — Photographie
VLAD CHIREA — Rédaction photo

Depuis 2001, la Roumanie met des troupes à disposition pour la grande opération militaire «Enduring Freedom» en Afghanistan. Le photographe Dragos Sasu et le journaliste Ionut Iordăcescu ont suivi pendant deux semaines les troupes de leur pays pour **Libertatea**. «Chaque fois qu'avec nos véhicules blindés nous arrivions dans un village, nous étions accueillis par une grande bande de gamins qui nous couraient après à pieds nus et nous demandaient à manger. Ces enfants ont produit sur moi un sentiment de désespoir», relate Dragos Sasu. Voilà bientôt quarante ans que ce pays de l'Hindou Kouch connaît la guerre. «L'Afghanistan est à coup sûr un des pires pays pour devenir adulte. Beaucoup d'enfants perdent la vie. Et ceux qui survivent vivent en général dans la misère.» Lorsque les convois blindés quittent les localités, les enfants jettent des pierres sur les véhicules. «On peut considérer ça comme un joyeux rituel d'enfants. Mais cela montre clairement aussi à quel point nous vivons dans des mondes éloignés.»

L'ILLUSTRÉ
DIDIER MARTENET — Photographe
JULIE BODY — Rédaction photo

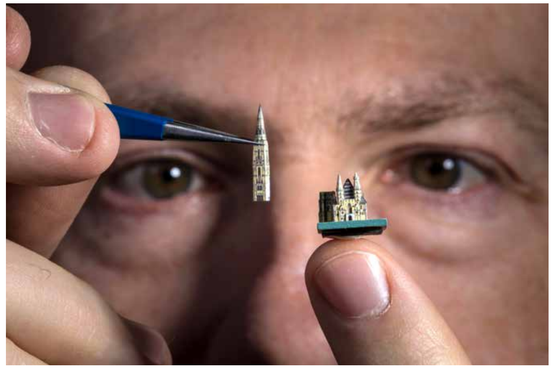
Une expédition de 1300 kilomètres à travers la Norvège n'est pas follement passionnante en soi. Sauf si l'on entend accomplir le trajet en voiture électrique. Alors l'aventure commence! L'expérience faite pour **L'illustré** par le photographe Didier Martenet et le rédacteur Robert Habel est un petit bijou de journalisme. La virée a duré cinq jours. Ils se fendent tous deux d'un éloge appuyé aux propriétés routières du véhicule, une VW e-Golf, mais presque chaque étape s'accompagnait de la crainte (bien réelle) que la batterie ne soit bientôt à plat; ou que la station de recharge ne soit une fois encore défectueuse ou carrément inexistante. Nos deux amis ont dû parfois rouler, habillés jusqu'aux oreilles, par des températures descendant jusqu'à –17°C. Julie Body, directrice artisitique de L'illustré: «Nous avons mis en scène ce reportage en style gonzo, sans quoi nous n'aurions pu montrer qu'une voiture, quelques câbles et des stations de recharge.» Résultat: un photoroman réussi et amusant!

SCHWEIZER ILLUSTRIERTE
KURT REICHENBACH — Photographe
NICOLE SPIESS — Rédaction photo

Dans le monde de la construction de modèles réduits, on surnomme Thomas Grüninger Mister Micro. Normal, car presque personne ne fabrique des minimodèles sur aussi peu d'espace. Les églises deviennent chapelles, les bateaux coquilles de noix et les châteaux castelets. Des univers de carton riches de détails au plus petit format. C'est pourquoi Grüninger travaille avec les ustensiles du chirurgien et du dentiste. Pour la **Schweizer Illustrierte**,le photographe Kurt Reichenbach lui a rendu visite dans son appartement sous les combles à Thalwil (ZH). «Les modèles de Grüninger sont tellement fins que l'on doit pratiquement se retenir de respirer dans les parages de peur qu'ils ne s'envolent.» L'arche du dôme Sankt Stephan de Vienne était trop grande à ses yeux, de sorte qu'il l'a réduite de manière à ce que la demeure de Dieu trouve place sur le bout d'un doigt. Le photographe affiche lui aussi son amour du détail et saisit avec talent le travail de Mister Micro.

Dans cette rubrique, DOMO présente régulièrement les meilleures photos du trimestre.
Vous pouvez trouver encore plus d'images du trimestre sur notre page Facebook DomoRingier.

In this feature, DOMO regularly presents the best photographs published by Ringier titles in the past quarter.



Le fondateur d'Alibaba, Jack Ma (en haut), se présente grimé en Michael Jackson à la fête d'entreprise du géant du Net. Quand il en va des affaires, énonce la philosophie de l'entreprise, le client a toujours la priorité.

Le Made in China a le vent en poupe

Il fut un temps où l'on se bouchait le nez face au «made in China». Désormais, les géants chinois du Net comme Alibaba, Tencent et Baidu comptent au nombre des entreprises les plus valorisées de la planète. Stimulées par un gigantesque marché national, elles s'apprêtent à prendre la place d'Apple et consorts. Texte René Haenig

L'Empire du Milieu fait sa place au sommet. Tandis que des géants des technologies comme Facebook, Apple et Tesla font les titres de la presse pour détournement de données, mises à jour de logiciel défectueuses, problèmes de rappel de véhicules et de production, les géants d'internet d'Extrême-Orient tels qu'Alibaba, Tencent et Baidu se ménagent discrètement leur place à côté de leurs concurrents ou, même, les surpassent. Depuis cette année, deux conglomérats chinois figurent dans le top 10 des entreprises les plus valorisées de la planète.

Pour l'heure, Apple, Alphabet (société mère de Google), Microsoft et Amazon occupent encore les quatre premiers rangs. Mais depuis la fin de l'an dernier, Tencent figure au cinquième rang, première entreprise chinoise à avoir franchi la barre d'une valorisation de 500 milliards de dollars, faisant reculer Facebook au sixième rang. Et Alibaba suit de près, désormais au huitième rang.

Photos: Getty Images, Tony Law/laif

L'entreprise internet Tencent Holdings, lancée en 1998, représente notamment une messagerie, des jeux en ligne, des médias et des réseaux sociaux. Parmi les produits les plus populaires de cette entreprise domiciliée à Shenzhen, dans le sud-est de la Chine, on compte WeChat, le service de chat le plus répandu dans le pays. En revanche, Alibaba passe pour l'équivalent chinois d'Amazon. Ce géant de l'e-commerce bénéficiait en 2017 d'une capitalisation de marché de 443,8 milliards de dollars.

En 2014 déjà, Tencent est à deux doigts de devenir un acteur global. Son cofondateur et CEO, Ma Huateng, qui se surnomme par dérision «Pony Ma», s'apprête à racheter WhatsApp. L'affaire est presque dans le sac lorsque les négociations doivent être repoussées à cause d'une opération du dos. Dans l'intervalle, un Mark Zuckerberg paniqué a eu vent des tractations, propose le double du montant offert par Tencent et écarte ainsi la menace venue du Céleste Empire.

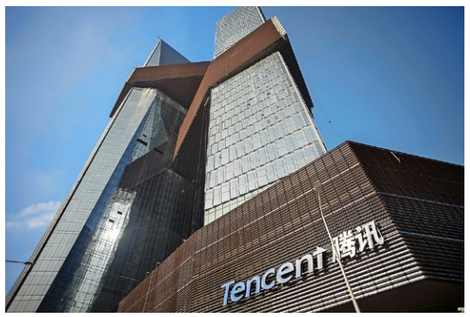
Ma Huateng se montre peu impressionné par le tacle de Zuckerberg et s'assure l'an dernier 12% de Snapchat, prend des parts dans les voitures électriques Tesla d'Elon Musk et se met d'accord il y a peu avec Spotify, le plus grand service de musique en streaming du monde, sur une participation croisée. Autrement dit, Tencent investit dans l'achat d'actions de Spotify, tandis que la jeune entreprise suédoise acquiert des actions de Tencent Music Entertainment Group, filiale de Tencent.

Fondée en 1998, Tencent, qui a commencé par faire parler d'elle grâce à sa messagerie instantanée OICQ, n'est pas un imitateur quelconque des nouvelles tendances de la Silicon Valley mais la quintessence de la Toile en Chine au sein d'une seule entreprise. Le fait est qu'avec WeChat, qui compte 1 milliard d'utilisateurs quotidiens, Tencent possède la messagerie la plus utilisée d'Asie et, avec Wallet, le système de paiement mobile le plus répandu en Chine. Sans parler de quelques-unes des offres de gaming les plus populaires du monde.

WeChat est plus polyvalent que WhatsApp car, outre de brèves nouvelles, les utilisateurs peuvent envoyer des messages audio, des photos, des vidéos et même de l'argent. L'introduction de la fonction paiement de WeChat il y a cinq ans a fait de l'application, pour des millions de Chinois, le cœur de leurs activités en ligne. Que ce soit pour faire des achats, offrir de l'argent à ses amis ou ses enfants ou prendre un rendez-vous chez le médecin, WeChat vous accompagne dans toutes les situations de la vie. En Chine du moins. En Occident, on est soucieux du fait que le gouvernement chinois a aussi accès à ce qui est partagé sur WeChat. Il est néanmoins prévisible que le WeChat chinois dépasse bientôt le WhatsApp américain, car la Chine possède un potentiel de rattrapage: 750 millions de personnes y sont en ligne régulièrement, soit plus de la moitié de la population. Aux Etats-Unis, 290 millions de personnes recourent à internet, soit 90% de la population, comme dans la plupart des pays occidentaux.

Fondé en 1999 à Hangzhou, 190 kilomètres au sud-ouest de Shanghai, par l'ex-enseignant d'anglais Jack Ma, Alibaba exploite la plateforme d'e-commerce Alibaba.com et le site d'enchères en ligne Taobao. Quand eBay lance il y a huit ans une plateforme analogue, seuls 27 intéressés s'y inscrivent et le chiffre d'affaires se traîne autour de 8,3 malheureux millions de francs. Sur Alibaba, on comptait récemment 140 000 usagers qui, avec leurs offres, représentaient 25,2 milliards. Le site chinois a également prospecté à l'étranger: 60 000 de ses utilisateurs ne proviennent pas de Chine.

«Jack Ma, quant à lui, ne saurait pas programmer une seule ligne, mais son succès ne doit rien au hasard, constate Xiaoqun Clever, Chief Technology & Data Officer chez Ringier. Il réfléchit toujours à long terme et repense sans cesse son activité.» Les objectifs à court terme ne l'intéresseraient pas trop. Comme pour un gigantesque puzzle, il ▸



Le Haibin Building Tencent à Shenzhen. L'entreprise compte 45 000 collaborateurs. L'an passé, elle a réalisé un bénéfice de plus de 10 milliards de dollars. Le chiffre d'affaires double presque d'année en année.

Jack Ma
La rockstar déjantée

Il aime les mises en scène bizarres à grotesques: sous les ovations frénétiques de 40 000 employés, Jack Ma, 53 ans, fondateur du géant du Net Alibaba, se rend à une fête d'entreprise en Harley-Davidson et habillé en Michael Jackson. Ou alors il enfile une perruque à longs cheveux blancs et à crête iroquoise et entonne au micro la bande originale du film de Disney Le roi lion.

Pendant des années, ce Chinois petit et maigre, les cheveux en frange et l'expression gauche, a travaillé avec un succès limité comme prof d'anglais dans sa ville natale de Hangzhou. Ses parents sont musiciens traditionnels et conteurs.

Sa carrière sur la Toile, dit la légende, commence en 1995 comme un polar. Il se rend en Californie en qualité d'interprète pour récupérer des impayés en faveur d'une entreprise chinoise. Mais au lieu de lui donner l'argent, le débiteur saisit une arme et prend Ma en otage dans sa villa de Malibu. Volubile, Jack Ma argumente, promet au preneur d'otage de fonder avec lui une entreprise internet quand bien même, en ce temps-là, il n'a pas l'ombre d'une idée de ce qu'on fait avec un ordinateur. Finalement, des amis chez qui il se réfugie à Seattle le mettent au parfum. Quand Jack Ma tape les mots «bière» et «Chine» dans le moteur de recherche Yahoo mais ne trouve rien, il se dit que, dans sa patrie, cet internet constituerait un énorme potentiel.

En 1999, avec sa femme Zhang Ying, 16 partenaires et un capital de départ de 60 000 dollars, il fonde Alibaba. Vingt ans plus tard, Jack Ma est le deuxième Chinois le plus riche, avec une fortune privée estimée à 42 milliards de dollars, il fait la une de Forbes et est élu en 2013 personnalité de l'année par le Financial Times. L'histoire de Jack Ma est celle de l'incroyable ascension d'un loser devenu milliardaire, qui fait aujourd'hui dans sa patrie l'objet d'un véritable culte dans sa fonction de philanthrope.

assemble patiemment les pièces. «C'est pourquoi il investit beaucoup dans la culture d'entreprise. L'entreprise a sa propre université et organise d'énormes mariages de collaborateurs auxquels Jack Ma fait son discours en personne.»

Tandis qu'aux Etats-Unis, et désormais aussi en Europe, des journées comme le Black Friday et le Cyber Monday font tinter les caisses des commerçants, Alibaba recourt au Singles' Day pour accroître son chiffre d'affaires. Rien que le 11 novembre dernier, Alibaba a enregistré dans le cloud 325 000 commandes par seconde. Un cinquième des achats a été opéré par des consommateurs dans les 15 premières minutes de la journée afin de profiter le plus rapidement possible des rabais. Le système de paiement mobile Alipay, de la filiale d'Alibaba Ant Financial, a alors passé son épreuve du feu: le 11 novembre 2017, le système gère 1,48 milliard de paiements, dont 256 000 à la seconde durant les minutes fortement fréquentées, juste après minuit. «Les capacités de calcul sont gigantesques, Google et Apple ne pourraient pas régater, insiste Xiaoqun Clever. Visa réalise un maximum de 56 000 transactions à la seconde et PayPal seulement 155!»

Le client chinois moyen passe chaque jour jusqu'à une demi-heure sur l'application Alibaba. Il ne visite pas forcément le site avec des intentions précises mais se laisse inspirer. Pour les consommateurs chinois, faire ses emplettes sur le Net est un divertissement. Ils veulent s'amuser et découvrir de nouvelles tendances. Mais Alibaba ne propose pas que des expériences d'achat en ligne; au pôle port-métro de Guangzhou, l'entreprise a lancé avec Ford le premier automate de vente de voitures. Dans un immeuble de plusieurs étages à l'architecture futuriste, les amateurs peuvent faire tourner un carrousel de modèles sous leurs yeux et, s'ils tombent sur la voiture de leurs rêves, ils la font sortir et peuvent la conduire pendant un test de trois jours. Ils achètent ensuite via l'appli Tmall.

Tencent est désormais l'entreprise aux plus fortes ventes dans le domaine des jeux, et pas seulement en Asie. Les investissements interviennent uniquement sur le marché du jeu mobile, qui est en plein essor. En 2015, la société prend une participation de 126 millions de dollars chez le développeur de jeux Glu Mobile pour renforcer encore sa position sur le marché des jeux sur smartphone. Le développeur est connu pour son jeu Kim Kardashian: Hollywood, l'un des plus populaires de l'App Store d'Apple. Outre Glu Mobile, Tencent a également des parts chez d'autres développeurs de jeux réputés: Activision Blizzard avec Call of Duty, Diabolo et World of Warcraft, Epic Games avec Gears of War, Unreal et Infinity Blade, Riot Games avec League of Legends. 7 milliards de dollars de chiffre d'affaires annuel, Tencent surpasse ceux qui ont longtemps dominé le marché, Electronic Arts (Fifa), Microsoft et Sony. En Suisse aussi Tencent a fait son lèche-vitrine et trouvé son bonheur chez la PME neuchâteloise Miniclip, mais on ignore à quelle hauteur se situe sa participation.

Au début de l'année, on a appris que le géant danois du jouet Lego tissait une alliance avec Tencent. Le groupe familial et le géant du Net entendent développer un réseau social destiné aux enfants chinois. Avant le fabricant de petites briques, on avait déjà vu Mattel (Barbie, les personnages Masters of the Universe) guigner vers la Chine et conclure notamment un partenariat avec Alibaba.

Le fait que les géants du Céleste Empire se développent si vite et avec tant de succès est aussi lié à leur manière d'utiliser les données de leurs clients. La plus grande différence entre Alibaba et son pendant occidental Amazon se situe là. Les Américains utilisent surtout ces données pour déterminer les prix auxquels les clients se procurent des produits auprès des commerçants. Amazon met ses statistiques à disposition des entreprises afin qu'elles puissent contrôler que, face à la concurrence, elles restent compétitives. Les Chinois suivent une autre approche: ils mettent à disposition des commerçants l'ensemble des données de leurs 500 millions d'utilisateurs mensuels. Et Alibaba en sait long sur ses consommateurs. «Amazon est une place de marché, illustre Xiaoqun Clever. Alibaba est en plus une maison de vente aux enchères, un prestataire financier, un système de paiement et une entreprise de divertissement. Alibaba peut ainsi collecter des données sur les divers domaines de la vie de ses clients.» Sans compter que le marché chinois continue de croître à toute allure. On estime que dans quinze ans au plus tard, la classe moyenne chinoise sera trois fois plus nombreuse que l'américaine.

Alors, quand Jack Ma dit «Alibaba n'est pas un détaillant d'e-commerce mais un fournisseur de données», il est clair qu'en matière de big data l'Occident est à la traîne. Le modèle d'affaires de Tencent & Cie repose sur une génération: celle née après 1995. Dans le monde réel, on l'approche difficilement car elle agit presque uniquement dans les profondeurs de la Toile. Et chez Tencent? Avec WeChat, Ma Huateng atteint un septième de l'humanité. Son service de paiement WeChat Pay fonctionne en Europe et aux Etats-Unis – pour les touristes chinois en tout cas. Le scepticisme des utilisateurs occidentaux face à cette application naît de la censure des propos indésirables par le gouvernement chinois et la crainte que Ma Huateng, député du Congrès national populaire, ne transfère des données aux autorités de Pékin. Mais il trouvera une parade, car il est évident qu'il veut conquérir l'Occident.

La liste des trois grands en Orient comprend encore Baidu. Avec son moteur de recherche, l'entreprise est la réponse chinoise au géant américain Google. A la différence de ses contemporains occidentaux, la jeunesse chinoise n'a pas grandi avec un laptop sur les genoux. Au fil de l'essor économique, elle a sauté sans autre forme de procès l'étape PC et utilise exclusivement des terminaux mobiles tels que le smartphone. L'exploitant du moteur de recherche compte plus de 700 millions d'utilisateurs et croît à toute vitesse. Tout comme Google, Baidu s'étend sans cesse à de nouveaux domaines d'activité: services de livraison de repas, systèmes de paiement en ligne, voitures. Le géant chinois du Net entend même développer une voiture autonome. Baidu a également une participation chez Uber. Mais Tencent est en Chine le plus grand concurrent d'Uber.

«Made in China»: l'Empire du Milieu montre de manière impressionnante que ce n'est plus qu'une question de temps jusqu'à ce que des groupes comme Tencent, Alibaba et Baidu, qui se sont en partie lancés comme de vulgaires copieurs des technologies occidentales, figurent non seulement dans le top 10 des entreprises les plus valorisées de la planète mais vont même en dominer la liste. Go West!

En Chine, les gens organisent presque toute leur vie sur le smartphone. Le gouvernement incite les sociétés de télécoms à proposer une interconnexion rapide dans tout le pays (photo ci-dessus).

Le fameux Ali Day se déroule le 10 mai. Parmi les diverses manifestations maison, il y a aussi les mariages en groupe des employés, auxquels le fondateur Jack Ma assiste toujours pour féliciter personnellement les couples (photo du milieu).

Bataille de paquets au lendemain du Singles' Day qui se déroule le 11 novembre. Naguère journée des célibataires, le Singles' Day est devenu la plus grande journée de shopping en ligne de la planète (photo du bas).

Photos: Getty Images, laif

Pony Ma
Le rêveur timide

Enfant, il rêvait de devenir astronome. A 46 ans, Huateng Ma, – qui se surnomme par dérision «Pony Ma», ma signifiant «cheval» – a réussi une ascension météorique grâce à son entreprise internet Tencent.

Il est le roi du chat puisque son WeChat, avec 1 milliard d'utilisateurs, est l'application de messagerie la plus utilisée de Chine. Les jeunes n'y recourent pas que pour bavarder mais aussi pour appeler un taxi (Tencent est le plus grand concurrent d'Uber), faire des achats, commander à manger, payer des factures ou jouer.

Steve Jobs, le fondateur d'Apple, est l'idole de Pony Ma, même s'il préfère les cravates. Né à Shantou, il grandit à Hainan, une île de la côte méridionale. Puis il déménage en famille à Shenzhen, non loin de Hong Kong, où son père travaille comme manager du port. Pony Ma y étudie l'informatique à l'université.

Avec des camarades d'études, il développe Tencent OICQ, un service de messagerie instantanée. Lorsque le groupe américain AOL se plaint que ce nom ressemble trop au sien, Pony Ma le rebaptise QQ. La mascotte de l'entreprise est un dodu pingouin dansant. Pony Ma passe pour être dévoué au Parti, modeste et totalement discipliné. Lorsque, au cours d'une excursion de team-building dans le désert de Gobi, deux participants ont voulu rentrer, il les a gourmandés de telle manière qu'ils sont bravement restés. Il a transféré des actions Tencent pour 2 milliards de dollars à sa fondation d'utilité publique qui se consacre à la médecine, à la formation et à la protection de l'environnement. Forbes sa fortune à 45 milliards de dollars, ce qui ferait de lui le plus riche de tous les Chinois. Pony Ma est marié avec Wang Danting, ils ont une fille et vivent à Hong Kong.

L'attaque du crocodile

Dès qu'il est question d'e-commerce, on s'arrache ses conseils: Gerrit Heinemann passe pour l'un des meilleurs experts en la matière. Pour lui, «les géants chinois du Net tels que Tencent et Alibaba commencent tout juste à se manifester et ont désormais le marché mondial dans le collimateur». Interview René Haenig Photo Maurice Haas

Avez-vous déjà acheté en ligne en Chine?
Oui, bien sûr.
Quelle est la plus grande différence dont vous vous souvenez?
Là-bas, c'est «mobile only». Presque 100% des transactions d'achat en ligne se font sur smartphone.
Chez nous, en Europe, Amazon est connu comme un des premiers très grands commerçants en ligne. Peut-on le comparer à son homologue chinois Alibaba?
Ils forment tous deux des écosystèmes capables d'agir indépendamment des autres entreprises. Et ils sont en outre d'infatigables collecteurs de données. Dans leurs marchés d'origine, ils sont leaders et ils se partagent au fond le marché mondial de l'e-commerce sans que d'autres commerçants puissent ne serait-ce que tenter de rivaliser.
Pourquoi les géants chinois du commerce comme Tencent et Alibaba croissent-ils si vite?
Cela tient évidemment à l'obsession de la Toile que l'on constate chez les 800 millions de Chinois qui y recourent. A quoi s'ajoutent des structures de vente au détail pratiquement inexistantes en Chine. Enfin, à ne pas négliger, c'est un excellent sujet pour le gouvernement chinois et son plan décennal.
Au début, les Chinois copiaient leurs modèles occidentaux mais ils semblent désormais les coiffer au poteau.
C'est en effet ce que disent les experts internationaux de l'internet. Ce sont surtout Tencent et WeChat qui mettent le turbo. On parle d'un «leapfrogging» chinois.
Un «leapfrogging»?
Le «Chinese laepfrogging» désigne, traduit en français, le saut quantique chinois dans l'industrie du Net.
Et dans quelle mesure les Chinois mettent-ils le turbo?
Tencent et WeChat font désormais tout dans une perspective de commercialisation et de monétisation des médias sociaux.
Qu'est-ce que ces entreprises font mieux que leurs concurrents occidentaux?
Avec le plein soutien du gouvernement chinois, on agit évidemment beaucoup plus vite. Surtout avec son protectionnisme. Les prestataires étrangers ne peuvent travailler en Chine que sous forme de joint-ventures avec des prestataires chinois. Google, Amazon, Facebook et Apple se plaignent des obstacles. Sinon pourquoi aucun des prestataires américains ne réaliserait des chiffres notables en Chine?
Qu'est-ce qui a retenu jusqu'ici ces géants chinois de s'étendre en Europe?
Jack Ma, le fondateur d'Alibaba, a dit un jour: «Nous sommes le crocodile dans le fleuve et s'il y a assez à manger dans le fleuve, nous n'avons pas besoin de sortir en mer où rôdent de dangereux requins.» Il parlait de la Chine et, par requins, il entendait les GAFA, Google, Apple, Facebook, Amazon. Aujourd'hui, apparemment, il n'y a plus assez à manger dans le fleuve. Alors le crocodile s'attaque aux requins.
Quel rôle joue la protection des données en Chine?
Aucun. Le gouvernement se mêle même du comportement des consommateurs en exploitant leurs données. Il a accès à l'ensemble des données des clients et examine de près ce qu'ils achètent, ce qu'ils font. Et il interdit certaines choses.
La connaissance des données et de bons développeurs sont-ils plus importants que de bons vendeurs et arguments de vente?
Sans doute, oui. Ou au moins d'importance égale.
Les achats en ligne sont-ils une question de génération uniquement chez nous ou aussi en Chine?
Ce n'est plus le cas chez nous non plus: 87% des personnes au-dessus de 14 ans recourent régulièrement à internet et 70% achètent régulièrement en ligne. Comme l'a écrit récemment l'association allemande de l'e-commerce et de la VPC, la plus forte croissance se constate ces temps en Allemagne chez les plus de 60 ans.
On observe aux Etats-Unis les répercussions d'un changement structurel. La «retail apocalypse», autrement dit l'effondrement du commerce de détail stationnaire, a commencé. Qu'en est-il en Allemagne?
Dans toutes les évolutions, nous avons trois ou quatre ans de retard sur le commerce de détail américain. Mais cela arrivera ici, aussi sûrement que l'«amen» à la fin de la messe.
Trouverons-nous dans quelques années des zones piétonnes désertées dans nos villes?
Il existe déjà des villes petites et moyennes avec 40% de locaux à louer. Plus on est petit, plus c'est difficile. Les métropoles connaîtront moins de problèmes.
Une évolution fâcheuse?
Chaque ville ne doit pas forcément être une ville où l'on fait ses achats et s'y cramponner. Mieux vaut une jolie cité-dortoir sans commerces à l'abandon qu'une horrible ville d'achat avec beaucoup de commerces à l'abandon.
Est-ce vraiment ce que le client souhaite?
Le client vote avec ses pieds. Dans ce cas aussi. Le client est suffisamment émancipé pour savoir ce qu'il fait et quelles conséquences cela aura. Il n'est pas forcé mais se laisse volontiers séduire pour acheter sur de grandes plateformes. C'est le doux poison du plaisir.
Que voulez-vous dire?
Prenez par exemple Amazon Commerce. Par pur confort, les clients achètent à peu près tout sur cette plateforme et ne vont plus dans un quelconque magasin.
Les emplettes numériques génèrent-elles la même stimulation que la chasse aux occases durant les soldes?
Les clients de Wish - sûrement tous de la génération Y - éprouvent une stimulation encore plus grande: pour eux, l'achat sur une plateforme est un pur plaisir.
Des études indiquent qu'en achetant en ligne les clients passent encore plus de temps à cliquer qu'en allant faire leurs achats au magasin du coin. Pourquoi ce succès?
Justement pour ça. La durée de fréquentation d'un commerce en ligne est inversement proportionnelle aux ventes. Et l'expérience indique que plus un client s'attarde dans un magasin, plus il achète.
N'est-ce qu'une question de temps et de technologie jusqu'à ce qu'on ne différencie plus le numérique de l'achat concret?
Je suis convaincu qu'il y aura toujours une différence. Mais d'une autre manière qu'aujourd'hui.
Comment faut-il se le représenter?
Le commerce stationnaire doit être réinventé et, si possible, par les commerçants en ligne avec une approche en ligne. Les meilleurs exemples sont aujourd'hui déjà Amazon Go et Amazon Bookstore.
Quel est le principe?
Prenez pour exemple l'utilisation du compte client Amazon, y compris la fonction de paiement en magasin, la présentation de la marchandise dans le magasin selon des critères d'utilisabilité en ligne tels que les produits les mieux notés, le traçage dans le magasin et le check-out autonome.
Des entreprises de médias comme Axel Springer en Allemagne et Ringier en Suisse se sont diversifiées, exploitent notamment des places de marché en ligne et sont actives dans l'e-commerce.
Le fait qu'Axel Springer y réalise déjà 80% de ses bénéfices en dit assez long.
Comment des plateformes telles qu'AutoScout en Suisse et en Allemagne peuvent-elles s'affirmer face aux grands prestataires?
Très simplement: il leur suffit d'être les meilleures dans leur domaine. Autrement dit d'avoir le plus grand choix dans leur segment particulier, plus qu'Amazon. Et en plus de proposer une meilleure compétence dans leur secteur et un meilleur service. Enfin, elles doivent offrir une fonctionnalité tout aussi bonne.
Facebook se lance dans les places de marché, Google voudrait conquérir le secteur de l'emploi. Quelle est leur stratégie?
Sur ce point, je vais citer Franz Beckenbauer qui disait avec une insigne pertinence: «Regardons un peu, alors on verra bien...» Il est question de données, de données, de données. Et de la monétisation qui va avec.

GERRIT HEINEMANN
Né à Osnabrück, le professeur Gerrit Heinemann, 57 ans, dirige l'eWeb Research Center de la Haute école Niederrhein, à Mönchengladbach. Ancien manager de Douglas et de Kaufhof, il est enseignant de gestion, de management et de commerce. Il occupe des fonctions de conseil de surveillance dans des entreprises d'e-commerce et de commerce, il a longtemps présidé le conseil de surveillance de Buch.de Internetstores et accompagne des start-up comme Good to Go Inc. en Californie. Heinemann a écrit de multiples ouvrages spécialisés sur la numérisation, l'e-commerce, le commerce en ligne et multicanal. Son best-seller «Der neue Online-Handel» a été publié en chinois par Tsinghua University Press.

Jubilés et grands moments

«Blick» et Energy proposent une croisière et présentent des stars de la musique. Au «Temps», ce sont les journalistes eux-mêmes qui montent sur scène. A la Digital Media Conference de Varsovie, on réfléchit à l'avenir. Ce dernier figure déjà dans le rapport annuel de Ringier, sous forme de réalité augmentée.

Les 20 ans du «Temps»

Le quotidien romand «Le Temps» fête ses 20 ans avec toute une série de manifestations. Il y a eu notamment un grand moment en mars, au Théâtre Pitoëff de Genève, devant 450 invités et sous forme d'un spectacle d'impro inusité: des journalistes du «Temps», des écrivains et des artistes sont montés sur scène pour un «Live magazine», narrant des anecdotes de la vie quotidienne d'une rédaction. Sans scénario mais avec d'autant plus d'authenticité. Diverses activités se poursuivent sur toute l'année, reflétant l'évolution d'un journal désormais devenu un laboratoire de médias dynamique et innovant.

Rapport annuel à réalité augmentée

Le rapport annuel 2017 de Ringier a une particularité: il contient des éléments iconographiques qui activent des éléments de réalité augmentée quand ils sont sélectionnés à l'aide de l'appli Ringier AR, qui peut être téléchargée gratuitement sur l'Apple Store ou le Google Play Store. La conceptrice du rapport annuel 2017 est l'artiste estonienne Katja Novitskova. Pour réaliser son travail, elle a scanné le Net en quête d'images de toutes sortes et s'en est servie pour alimenter une machine à algorithmes. Il en est sorti un stupéfiant kaléidoscope.

La fête en haute mer

Deux entreprises Ringier prennent la mer: en juin 2018, l'Energy Cruise emmène ses invités pour cinq jours de croisière en Méditerranée. Escales: Gênes, Barcelone, Majorque et Ibiza. Pour créer l'ambiance de fête à bord, on entendra notamment Remady & Manu-L, Max Giesinger et DJ Antoine.

Avec ou sans tangage, ça va balancer en octobre 2019 sur le Costa Victoria. Là, c'est «Blick» qui invite à la croisière musicale Stars auf See. Le programme annonce aussi bien de la chanson que du folk-rock. Ce tour de l'Adriatique durera sept jours et on y entendra notamment Florian Ast, Miss Helvetia et Die jungen Zillertaler.

Think About – #DIGITALMEDIA

Les 24 et 25 avril, les neurones ont chauffé dans le Sokolnicki FORT Arts Center de Varsovie. Pas tant parce que le soleil dardait ses rayons à travers la verrière, mais surtout parce que cette conférence «Think About #Digitalmedia», organisée par Axel Springer, Ringier et Ringier Axel Springer, proposait 20 exposés et workshops esquissant de grands points d'interrogation: quelles opportunités ouvre l'intelligence artificielle? Comment le journalisme numérique se libère-t-il de la dépendance à la pub? Comment faire cohabiter le journalisme d'investigation et la vidéo? Quelque 250 journalistes et experts du numérique et des technologies ont débattu cherché, y compris au dîner, les réponses adéquates. Pour l'instant, ils ont surtout trouvé de nouvelles questions.

Ma journée avec les Royals

Il vaut parfois la peine de faire un boulot désagréable. C'est ainsi qu'au mariage de la princesse Madeleine de Suède, notre journaliste ne s'est pas contenté de faire le pied de grue: il a même vu des mollets à sang bleu en accoutrement de jogging – et le fiancé en sous-vêtements.

Texte: René Haenig

Photo: Keystone

Il y a des jours dans la vie d'un journaliste sur lesquels on préfère tirer rapidement un trait - et qu'on aimerait oublier plus vite encore. Le 3 juin 2013 fut une de ces journées. C'était un lundi et je devais m'envoler pour Stockholm quatre jours plus tard. A la fin de la semaine, la princesse Madeleine de Suède épousait Christopher O'Neill. Une fois de plus, un roturier avait conquis le cœur d'une héritière au sang bleu. Pas un fils de paysan ni même un Suédois, mais un banquier américano-britannique. La Schweizer Illustrierte avait prévu de parler de cette union de conte de fées sur huit pages. Mais il me manquait la bonne histoire. L'Histoire, avec un H majuscule.

Bâillant d'ennui, j'ai exploré la liste des centaines d'invités publiée sur le site de la Cour de Suède. Des Royals amis des pays voisins, des politiciens, des pointures de l'économie et autres VIP. Je connaissais certains noms, en googlisais d'autres. Jusqu'à ce qu'il y en ait un qui me fasse sursauter: Notz. Ça faisait très suisse.

Mon instinct de chasseur s'éveillant, je recherche sur la Toile, je téléphone, j'investigue. Mon instinct ne m'a pas trompé: c'est bien le nom d'un Suisse. Reste que l'annuaire électronique indique pas mal de correspondances pour ce nom de famille. Je fais alors ce que je fais toujours dans un tel cas: je téléphone à tort et à travers en espérant atteindre une fois ou l'autre la bonne personne. J'ai de la chance: au troisième appel, j'ai le père de l'intéressé au bout du fil. Il me confirme que son fils Cedric Notz est invité au mariage royal de l'année en Suède. Il faut que je rappelle dans une heure, il sera alors de retour. Mon taux d'adrénaline grimpe. Un Suisse au mariage de l'année! Que rêver de mieux?

Le témoin de mariage est Suisse

Mon smartphone sonne une demi-heure plus tard, le numéro (suisse) m'est inconnu. A l'autre bout du fil, mon invité au mariage s'annonce en anglais. Oui, il est bel et bien invité, me confirme-t-il. Il est un vieil ami du fiancé de la princesse. Il est «the best man» du mariage. Avec Chris, ils se connaissent depuis le jardin d'enfants, ils ont étudié ensemble au Boston College, passé des vacances ensemble, pour la dernière fois à la Barbade, où se trouvait aussi la princesse Madeleine. Mes neurones s'échauffent. Un truc m'étonne: «the best man»? Veut-il dire «le témoin de mariage»? Incrédule, je redemande à mon interlocuteur si c'est bien ça. «Yes!» s'exclame-t-il.

Trois jours plus tard, nous nous rencontrons à l'aéroport de Genève. «Mon» témoin de mariage se prépare à partir pour la Suède. Et il est disposé à me livrer des informations exclusives samedi, jour du mariage. Nous convenons d'un rendez-vous samedi matin au Grand Hôtel Stockholm.

Le témoin de mariage n'est pas le seul à y avoir établi ses quartiers. Le fiancé y a aussi une suite, de même que le couple de princes héritiers norvégiens. En fin de matinée, l'accès à l'hôtel est barré par la police. Heureusement, voilà des heures déjà que je suis assis au salon, vêtu d'un joli costume, avec cravate et pochette assortie. L'habit fait le moine. Au moins, parmi les hôtes du noble établissement, on n'attire pas les regards courroucés quand est correctement vêtu. Lorsque mon informateur m'appelle et que je prends l'ascenseur, j'y trouve un joggeur légèrement en sueur. Il me fait un aimable signe de tête, je lui en fais un à mon tour. Et je n'en crois pas mes yeux: c'est Haakon de Norvège, le prince héritier. Mollets à l'air et en baskets. Personne ne me croira, me dis-je, lorsque la porte de l'ascenseur s'ouvre et que le sang bleu s'en va.

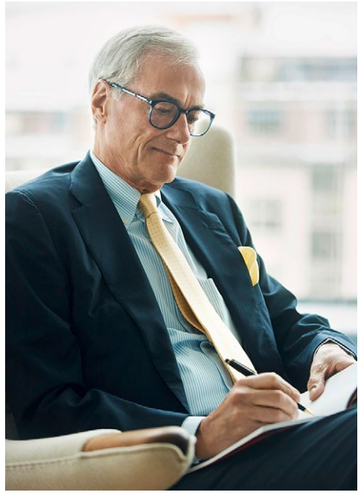
Mon informateur a eu une courte nuit. Il raconte qu'au terme du dîner officiel de la veille, le fiancé et lui ont encore traîné longuement à boire des verres. Quand son téléphone sonne, le prénom «Chris» apparaît sur l'écran. Le fiancé. Il aimerait que son «best man» l'aide à se préparer pour la cérémonie. «Hier encore, il m'a instamment prié de vérifier avec précision que tout soit parfait dans sa tenue.»

Lorsque «mon» témoin se glisse dans la suite de son ami, je saisis une image du fiancé, Christopher O'Neill, en chemise et caleçon. Un peu comme dans le conte d'Andersen Les habits neufs de l'empereur. Mais un peu seulement, car O'Neill n'est ni empereur ni vraiment tout nu. Mais à quel mortel normal cela arriverait-il de contempler des mollets royaux? J'ai pu en admirer deux paires. Encore que j'eusse préféré voir ceux de Madeleine...

(Badly) Made in USA

«C'est à coup sûr la toute dernière faneuse de Detroit.» A un feu rouge, à Lucerne, le commentaire du jeune agriculteur assis sur la remorque d'un tracteur s'adressait à la voiture de mon père, arrêtée derrière lui. La Cadillac de 1962 dans laquelle je me trouvais était incontestablement une vision hautement tape-à-l'œil. Avec ses lourds pare-chocs de chrome et son arrière futuriste en forme d'ailerons de requin, non seulement son design éclipsait toutes les autres voitures, mais, avec sa radio recherchant les stations toute seule, une climatisation autorégulée et une boîte automatique souple, elle incarnait l'avant-garde technologique. Le prix était en proportion: la voiture «made in the USA» coûtait à peu près huit fois plus qu'une Coccinelle et restait notablement plus chère que la plus luxueuse Mercedes.

Je n'ai pu m'empêcher de penser à ce souvenir d'enfance il y a quelques semaines, durant mon voyage dans la Silicon Valley. D'abord au parking couvert de l'aéroport de San Francisco, en si piteux état qu'à Zurich on l'aurait détruit dans les années 1980 déjà. Mais de nouveau un instant plus tard, une fois assis dans l'exiguë Lincoln de la marque de luxe américaine, en pensant avec nostalgie à notre BMW d'entreprise. Puis au repas du soir, lorsqu'un cadre d'Uber voulut nous montrer les applications les plus récentes mais peina à trouver un réseau fonctionnel au restaurant Nobu pour illustrer les progrès de l'appli.



Michael Ringier, Éditeur

Photo: Maurice Haas

De mon côté, durant trois jours, je n'ai eu que rarement mieux qu'une réception 3G sur mon smartphone. L'hôtel 5-étoiles disposait au moins d'un système WLAN efficace, mais en revanche d'un service plutôt incompétent. Tous les matins au petit-déjeuner il manquait ce que j'aurais souhaité commander. Et on m'apportait le toast une fois que les œufs brouillés étaient froids. Et l'assiette de fruits fut tout bonnement oubliée. Au Stanford Park Hotel, le «Make breakfast great again» se fait manifestement encore attendre.

Or on se déplace là sur un territoire de 25 miles où, ces dix dernières années, les entreprises les plus innovantes et à la croissance la plus spectaculaire du monde occidental sont devenues des leaders planétaires à un rythme hallucinant - tandis que tout l'environnement et toute l'infrastructure continuent de se modifier à une allure bien américaine d'escargot. Dans le film de Walt Disney «Le roi lion», il y a la chanson «Hakuna Matata»: «Never look back to the past and do not care about the future», dit la chanson. « It's our trouble-free philosophy», chantent Pumbaa, le phacochère, Timon, le suricate, et Simba, le lion. Le film est sorti au milieu des années 1990 à Hollywood, pas bien loin de la Silicon Valley.

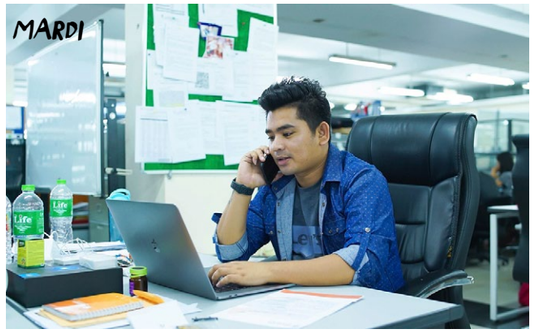
Un ami proche, précoce investisseur dans Facebook, le bitcoin et une quantité d'autres best-sellers numériques, se dit très sceptique, pour une autre raison, quant à la vallée américaine des rêves digitaux. «Cela fait des années que je ne vais plus à la Silicon Valley lorsque je veux voir quelque chose de tout nouveau. Les FAANG (Facebook, Apple, Amazon, Netflix, Google) pompent les meilleurs éléments des universités à la manière d'un aspirateur. Les start-up doivent se contenter du second choix.»

C'est pourquoi, pour mon prochain voyage d'information, non seulement je m'épargnerai dix heures de vol mais j'emporterai mon maillot de bain. Car Tel-Aviv n'est pas seulement un des lieux les plus innovants de la planète, c'est aussi beaucoup plus près et, en plus, en bord de mer.

Michael Ringier

Pyi Nyein Maung, 29 ans Head of Production chez Duwun.com.mm à Rangoon, Myanmar.

A l'occasion du mariage du prince Harry et de Meghan Markle, l'ambassade britannique organise une réception, et j'y suis invité! Nous trinquons aux fiancés et présentons nos vœux pour cette royale union.



Quand j'arrive au bureau, je me transforme en abeille industrieuse. Je commence par planifier un nouveau show pour notre site Duwun.com.mm. Et tous les mardis j'établis un plan hebdomadaire, toujours avec un but concret. Chaque semaine doit avoir une vision et remplir une mission.

Ma grande passion est de tourner des vidéos de musique, surtout des vidéos de danse hip-hop. Aujourd'hui, dans un garage souterrain, nous tournons une vidéo de promotion pour la campagne en ligne «Dream for Korea». Les vainqueurs sont désignés par un vote dans quatre catégories, food, mode, K-pop et théâtre. Les heureux élus gagnent un voyage en Corée!

Nous débattons de nos processus au sein de notre équipe de treize personnes. Il y a toujours des erreurs et des choses que l'on peut améliorer. Et nous étudions aussi intensivement les moyens d'exploiter et de valoriser les données que nous collectons.

Conférence téléphonique via Viber. Nous créons un logo pour notre micro-trottoir très apprécié, «Ko Pout Kwel». Je discute avec mon graphiste de tous les détails afin qu'au final, tout soit parfait.

Nous travaillons dur pendant la semaine, alors il est d'autant plus important de se détendre les jours de congé et de profiter de la vie. Mes amis et moi flânons ensemble. On rit, on cancane un peu et on discute des tendances qui s'annoncent.

Toujours avide de savoir

André Frensch atterrit chez Ringier parce que, écolier, la perspective d'une journée de congé le séduisait. Il a commencé comme photolithographe il y a trente ans et il est aujourd'hui corédacteur en chef de «LandLiebe».

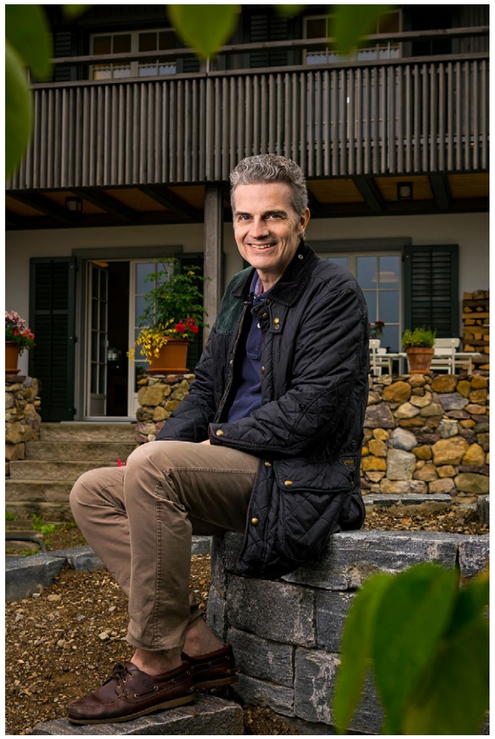
Photos: Geri Born/Privat

Il est l'un des responsables du magazine Ringier le plus demandé: LandLiebe. Durant la phase de développement du périodique, André Frensch, 51 ans, bricolait déjà sur son contenu et son visuel. Ce photolithographe, qui fut longtemps Art Director de la Schweizer Illustrierte et Creative Director du SonntagsBlick, a l'œil et un don pour l'esthétisme. «Je me vois comme un artisan», confie-t-il modestement. Alliée à sa soif de savoir, sa réserve l'a porté au poste qu'il occupe. Il n'a jamais planifié une carrière «mais, quand quelque chose m'intéresse, je m'investis à fond».

Beaucoup de choses l'ont intéressé, même si, au début, il n'était question que d'un séduisant jour de congé de l'école. Ecolier, il a pu visiter certaines entreprises, notamment celle d'un éditeur d'art. André c'est alors retrouvé face à des chevalets portant des œuvres de l'artiste suisse Max Bill. «C'était cool, je me suis dit que c'était ce que je voulais faire.» Son apprentissage de photolithographe a duré quatre ans. Il devine rapidement que la numérisation allait faire son entrée dans le métier, et lorsque Ringier s'est mis à la recherche d'opérateurs système à Zofingue, il a posé sa candidature et abordé sa nouvelle profession le 1er janvier 1988. En échange de sa formation, il s'engage à rester au moins deux ans et demi dans l'entreprise. «Je me suis dit: pas de problème, je fais ça, puis je m'en vais», se rappelle-t-il.

Mais cela fait trente ans qu'il est chez Ringier. Sa devise: «Learning by doing». «J'absorbe comme une éponge tout ce qui m'entoure.» Son premier poste dans le journalisme, il le trouve en 1996 au sein du défunt journal économique Cash. Il passe ensuite à la Schweizer Illustrierte, puis au SonntagsBlick, où il devient responsable de l'identité visuelle en tant que Creative Director.

André Frensch admet que dans certains domaines il est retardataire. Il en fait le compte: corédacteur en chef à 48 ans seulement, apprenti joueur de golf à 37 ans, marié à 44 ans et «j'ai tout juste négocié l'ultime virage» en devenant pour la première fois papa, à 49 ans, en janvier 2017. Il faut encore préciser qu'entre André et son épouse Lucia, Cupidon avait les traits de Marc Walder. Le CEO de Ringier est aussi le parrain de leur fils George. **RH**



André Frensch devant la rédaction de LandLiebe à Herrliberg (ZH). Lorsque la première édition du magazine part à la rotative début avril 2011, le corédacteur en chef (à g.) est évidemment présent à l'imprimerie de Zofingue. Désormais, le jeune père de famille a moins de temps pour le golf.

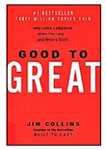
Les conseils de lecture

de Marc Walder

Le CEO de Ringier nous parle des livres qu'il a lu et aimé.

Jim Collins

GOOD TO GREAT



L'auteur américain Jim Collins et une équipe de chercheurs réputée ont analysé des années durant les facteurs qui font que certaines bonnes entreprises deviennent des leaders du marché tandis que d'autres évoluent dans la moyenne ou au-dessous. Jim Collins identifie au total sept principes qui assurent le succès. Cela va de la sélection des bonnes personnes jusqu'aux facteurs technologiques en passant par la culture de la discipline. A noter que la technologie n'est jamais une condition de départ mais un accélérateur pour les développeurs.
Edition française: De la performance à l'excellence, Ed. Pearson France

Grant McCracken

CHIEF CULTURE OFFICER

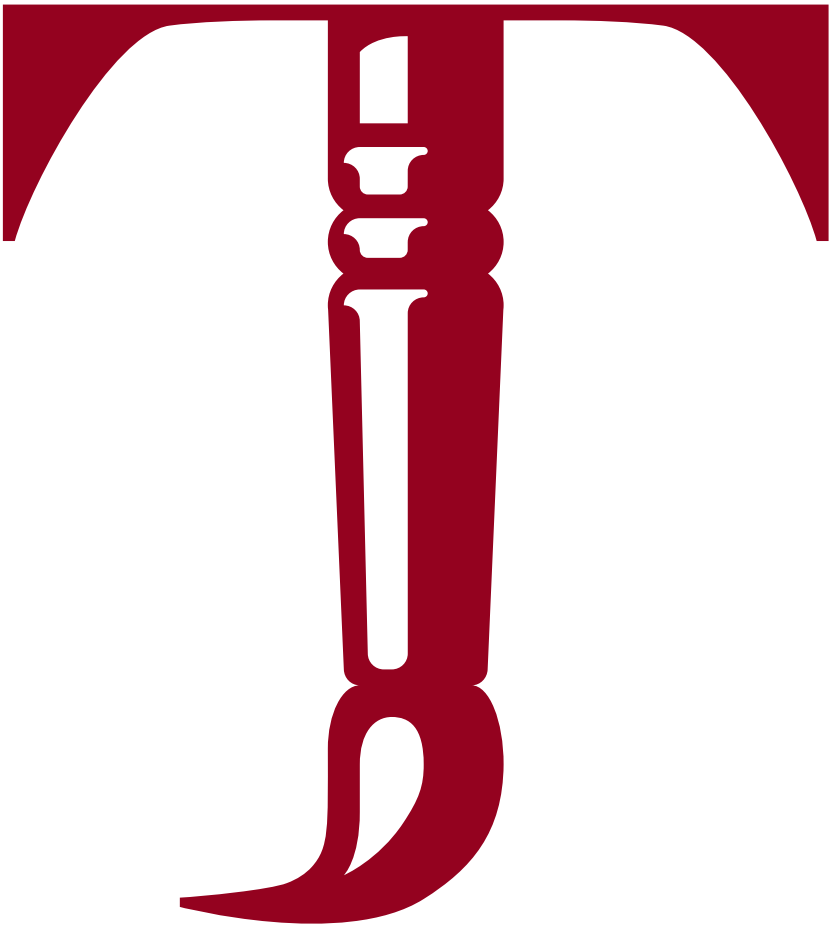
Pour qu'une entreprise identifie les tendances durables, le Canadien Grant McCracken suggère la création d'un poste de «Chief Culture Officer», un employé qui s'occupe de culture. Il ou elle ne doit pas se contenter de suivre les tendances établies comme Instagram ou Snapchat mais aussi repérer les évolutions sociétales à long terme, comme par exemple le besoin croissant de nourriture saine. Ce «cool hunter» ou «gourou», ainsi que McCracken le surnomme, doit aussi développer des stratégies pour réagir aux nouveaux développements du marché et aux changements de comportements des clients. Il est vital pour une entreprise d'observer attentivement son environnement, y compris hors de son secteur d'activité.
Chief Culture Officer, Ed. Basic Books

220 Seiten
Landluft schnuppern.

Jetzt am Kiosk.

Schweizer LandLiebe. Mit Liebe gemacht.
Entdecken Sie unser Abo: 6x LandLiebe + 2x BergLiebe: landliebe.ch

LE TEMPS A 20 ANS



cause 4 – 7
Créativité suisse

Le Temps de s’engager.

letemps.ch/20
Le Temps s’engage sur 7 causes tout au long de l’année 2018.

LE TEMPS