

Campagne électorale aux USA: entre haine et optimisme

DOMMO

 Ringier
Le magazine de l'entreprise
Octobre 2016



A la Maison Blanche avec
Barack Obama et Pete Souza

Le photographe du président

SOMMAIRE

4 Le photographe de Barack Obama

Pete Souza a accompagné le président pendant huit ans. Durant cette période, il a réalisé deux millions d'images. «Il a fallu cinq mois pour qu'il s'habitue à moi.»

14 Elections américaines

Une équipe de journalistes de Ringier s'est rendue à Cleveland et à Philadelphie. Elle a ressenti de la haine chez les Républicains et de l'optimisme chez les Démocrates.

Les photos de Ringier

Les meilleures photos de presse du trimestre ne paraissent pas sur papier ce trimestre. Vous trouverez une sélection des meilleures images sur la page Facebook «DomoRingier».

18 Interview

L'avocat allemand Christian Scherz défend les people contre les médias, ce qui lui vaut le surnom de «taliban de la censure».

22 «Une expérience de l'éveil»

La réalité virtuelle va révolutionner le monde des médias, affirme Sebastian Pfothner. Son équipe a développé la RV-App du Blick.

24 Inhouse

La RV-App du groupe Blick est simple comme bonjour: on met le casque et on se retrouve tout de suite dans le cockpit!

26 Ringier à la rencontre des stars

A Los Angeles, le journaliste de DOMO René Haenig s'assied dans un restaurant. La femme de la table voisine est incroyablement belle et lui fait même un clin d'œil. Le journaliste ne s'aperçoit même pas qu'il s'est installé à côté d'une star mondiale.

28 Michael Ringier

L'éditeur s'empare contre les chefs d'entreprise qui ont des œillères: ils n'embaucheraient jamais quelqu'un comme Trump mais lui trouvent des qualités comme président des USA!

30 Entre nous

Heinz Eugster prend sa retraite / Les conseils de lecture de Marc Walder

Photo de couverture: Official White House
Photo by Lawrence Jackson

Impressum

Editeur: Ringier AG, Corporate Communications.

Direction: Edi Estermann, CCO, Dufourstrasse 23, 8008 Zürich. **Rédacteur en chef:** Alejandro Velert. **Collaborations rédactionnelles:** Ulli Glantz und Markus Senn (réalisation visuelle), Bettina Bono, René Haenig, Peter Hossli.

Traducteurs: Xavier Pellegrini/Textes.ch (français), Claudia Bodmer (anglais), Ioana Chivoiu, (roumain), Lin Chao/Yuan Pei Translation (chinois).

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), Jinrong Zheng (Chine). **Edition d'images:** Ringier Redaktions-Services Zürich. **Impression:**

Reproduction (même partielle) uniquement avec l'accord de la rédaction. **Tirage:** 10 000 exemplaires. **DOMO** paraît en allemand, français, anglais, roumain et chinois.



Notre édition e-magazine



22



«Pete, tu as ton image?»

Pendant huit ans, Pete Souza a suivi Mister President pas à pas. Le chef photographe de la Maison Blanche documente les mandats de Barack Obama. Leurs chemins se sépareront en janvier 2017. Entretien avec le photographe du président, qui nous parle de son travail, de son patron et du résultat de cette collaboration: deux millions d'images pour l'éternité.

Propos recueillis par Bettina Bono Photos: Pete Souza





Le pape François arrive sous peu dans le Nouveau-Monde - Pete Souza est déjà là: en septembre 2015, le pape visite les Etats-Unis pour la première fois. Il est reçu avec tapis rouge sur la base militaire d'Andrews, près de Washington, par le président Obama et sa famille

Le président a déclaré dans une interview que vous parvenez à rester à l'arrière-plan. Souvent, il ne vous remarque pas. Vous l'entendez comme un compliment?

Je crois que c'en est un, oui. Je suis devenu une partie intégrante du système. Je vais, je viens, je travaille à ma manière, sans protocole. Il doit pouvoir accomplir sa tâche sans être dérangé par ma présence. C'est mon objectif, en tout cas.

Cette discrétion fait-elle qu'on ne vous remarque plus, au point de parfois vous oublier?

Effectivement! Une fois, une séance du président a été déplacée sans qu'on m'en informe. Lorsque je me suis présenté à l'heure initiale du rendez-vous, les participants sortaient du bureau. Je me suis adressé à l'assistante du président et j'ai demandé pourquoi on ne m'avait pas tenu au courant. Le président nous a entendus et a voulu savoir ce qui se passait. Devant mon explication, il a répondu avec une parfaite conviction: «Mais non, vous étiez là!»

Même si c'est le président des Etats-Unis que vous accompagnez, pendant huit ans vous avez photographié le même visage. Comment faites-vous pour conserver la fraîcheur de votre regard?

Récemment, une amie m'a dit: «Tu dois te réjouir du 20 janvier 2017. Il ne doit plus rien y avoir de neuf à photographier pour toi à la Maison Blanche.» Deux jours plus tard, lors de l'inauguration du Musée afro-américain à Washington, j'ai fait deux images exceptionnelles en trente secondes. Sur l'une, le vice-président s'agenouille à côté d'une femme noire de 99 ans; sur l'autre, Barack Obama prend George W. Bush en photo, lequel pose avec une famille. En règle générale, les anciens présidents américains se rencontrent à l'occasion de funérailles. Il est nettement plus inhabituel de voir l'un d'eux remettre son smartphone à l'autre et lui demander de le prendre en photo! En fin de compte, les présidents américains forment une sorte de club exclusif: ils ne sont que 43. De tels moments me rappellent à quel point mon travail est un privilège. Associé à une exigence: être toujours prêt à l'inattendu.

Le 1er mai 2011, vous avez photographié Obama et ses conseillers en train de suivre par vidéo l'assaut contre ▶

Mardi matin, 8 h 30, à Washington DC. Grande agitation devant l'accès nord-ouest de la Maison Blanche. A l'endroit où les portes s'ouvrent en général pour laisser passer les limousines, le jardinier fait entrer son attirail. Les membres de l'équipe de nuit des services secrets rentrent chez eux. Et les correspondants accrédités à la Maison Blanche pénètrent dans l'enceinte. C'est devant le portique de sécurité que l'on repère les habitués: on se salue par les prénoms, on pose le gobelet de café sur la table de la main droite pendant que la main gauche dépose le sac sur le tapis roulant, et on passe le portail avec le badge

dans la main. «Vous vous y habituez, vous verrez», dit un homme en me dépassant, avec au passage une tape amicale sur mon épaule. Observé par le «premier chien» Bo, mon chemin mène directement à la West Wing - l'aile ouest de la Maison Blanche, celle où on travaille. C'est ici que se trouve le bureau du photographe Pete Souza, 61 ans. Ses photos couvrent les murs des couloirs. Le «chef» est omniprésent: Barack Obama, 54 ans, en compagnie de chefs d'Etat, Barack Obama en famille, Barack Obama avec des enfants. En revanche, dans le bureau de Pete Souza, le mur est flanqué d'un gigantesque miroir...

Votre décoration murale me trouble! (Rire) Oui, je vous crois volontiers! Ce bureau était auparavant le barber shop de la Maison Blanche. Dans les années 90, il y avait ici un coiffeur. Il n'a pas été remplacé à sa retraite. La seule chose qui est restée, c'est ce miroir.

Ce qui restera de votre passage à la Maison Blanche, ce sont plus de deux millions de photos.

C'est une extrapolation. Je fais en moyenne 250 000 photos par an.

Pourquoi autant?

Ma mission est de documenter le mandat du président américain. Je

produis des images qui auront encore une portée dans cinq cents ans et qui paraîtront dans les livres d'histoire.

Et aucune de vos images ne peut être effacée. C'est vrai?

C'est ainsi, oui. La loi américaine, le Presidential Records Act, prescrit que chaque correspondance du président et du vice-président doit être archivée et sauvegardée pour la postérité. Mes prises de vue se rangent dans cette catégorie - y compris les mauvaises. Bien sûr, le président ne se met pas les doigts dans le nez, mais même cette image serait, le cas échéant, conservée.

Vous photographiez Barack Obama depuis qu'il a été élu sénateur en 2004. Donc avant son élection à la présidence. Comment s'est-il transformé, en tant que sujet photographique?

Indépendamment de ses cheveux gris? Uniquement par le fait qu'il a dû s'habituer à quelqu'un qui passait son temps à le mitrailler. J'ai documenté sa première année au Sénat pour le Chicago Tribune. C'est ainsi que nous avons appris à nous connaître. Mais depuis qu'il est président, il m'a à ses côtés sept jours sur sept, 24 heures sur 24. Pouvez-vous imaginer ce que cela représente? J'estime qu'il lui a fallu cinq mois pour m'accepter comme une part de sa vie.



► **Oussama Ben Laden. Saviez-vous ce qui vous attendait, lorsque vous êtes entré dans la Situation Room?**

Oui, je savais ce qui allait se produire. Ça, ce n'était pas un moment inattendu. C'est une scène qui s'est prolongée pendant quarante-cinq minutes. L'exigence, pour moi, était de rendre compte de ce qui se passait mais d'être très silencieux pour ne pas perturber leur concentration.

Y a-t-il eu des moments auxquels vous n'avez pas eu accès?

A partir du moment où le président quitte ses appartements privés et jusqu'au moment où il les regagne, je suis à ses côtés. Sans aucune restriction. En revanche, les images qui le montrent avec sa famille, en privé, ne se font qu'après discussion avec lui et la First Lady, Michelle Obama. Les Obama décident lesquelles de leurs activités je peux prendre en photo pour eux. Le Service secret est toujours présent auprès du président: il n'a pas le choix. En revanche, c'est lui qui définit les accès qu'il donne au photographe. Mais avant d'accepter le job, j'avais posé comme condition d'avoir un accès intégral. Barack Obama aurait pu dire non, il ne l'a pas fait.

En route pour le sommet: Barack Obama, alors sénateur, grimpe les marches du Capitole à Washington. Cette photo date de 2005 et a servi à la couverture de l'album de photos de Pete Souza «The Rise of Barack Obama (L'ascension de Barack Obama)».

C'est un job qui comprend de nombreuses privations. A quels moments votre vie normale vous manque le plus?

(Rire) C'est le seul inconvénient de ce job. Il porte lourdement atteinte à ma liberté! Mais c'est le lot de tous ceux qui travaillent à la Maison Blanche. La vie privée est mise en veilleuse. Cela dit, je ne peux, et ne veux pas me plaindre - mais allez poser la question à mon épouse!

A quel rythme vous voyez-vous?

Je dors plus souvent à la maison que lorsque je travaillais pour le Chicago Tribune. Les voyages les plus longs avec le président durent dix jours. Mais on ne peut rien planifier. Regardez notre interview. Quand avez-vous déposé votre première demande? Il y a six mois? Je suis mobilisable 24 heures sur 24, sept jours sur sept.

On m'a dit que vous avez eu trois fois une semaine de vacances en huit ans.

Oui, et je ne suis jamais allé bien loin. La destination la plus éloignée, c'était le Michigan, à environ une heure et demie d'avion de Washington. Et même à si courte portée, j'étais nerveux.

Venir en jeans et en t-shirt au bureau, c'est aussi trop risqué?

Tout est question d'organisation. Je viens en jeans au bureau. Mais dans la pièce derrière moi, j'ai huit costumes et plusieurs cravates. Malheureusement, il y règne un désordre irrécupérable. Mais dès que je monte vers le président, je suis en tenue de travail. Je me réjouis de nos voyages au mois d'octobre pour soutenir Hillary Clinton pendant sa campagne. Car lorsque mon chef ne porte ni veston ni cravate, tout le monde peut se mettre en casual White House, le style «Maison Blanche détendue».

Sur votre adresse @petesouza, vous êtes très suivi sur Instagram. Aurons-nous l'occasion de voir un selfie de vous dans l'Air Force One, l'avion présidentiel?

Jamais! Sur les 1800 images de mon compte, il n'y en a qu'une où on peut me voir. Mais il faut regarder très attentivement pour me reconnaître. Je n'arrive pas à comprendre qu'il y ait des gens qui, lorsqu'ils rencontrent le président lors de tel ou tel événement, préfèrent lui tourner le dos pour prendre un selfie plutôt que de profiter de l'occasion de pouvoir le regarder au fond des yeux et de lui serrer la main. Et c'est un photographe qui vous parle!

Quand votre compte Instagram deviendra-t-il personnel?

Le 21 janvier 2017. D'ici là, les avocats auront réfléchi à la manière dont le report s'effectuera. Le contenu actuel appartient aux Archives nationales. Et je veux conserver mon nom, et mon compte.

Il y a tout de même une chose personnelle qu'on apprend vous concernant: vous préférez Bo à Sunny!

Bien vu! Bo est mon préféré. Bo a été le premier chien des Obama à la Maison Blanche. Sunny a suivi une année plus tard. J'ai donc simplement eu plus de temps pour apprivoiser Bo. Par ailleurs, il est plus accessible et il se laisse plus facilement photographier.

Quel type de relation avez-vous avec le président?

Je dirais que nous avons une relation professionnelle. Il me connaît très bien et me taquine souvent.

Et que pense-t-il de vos photos?

Lorsqu'il se déplace dans la Maison Blanche et s'arrête devant mes photos, c'est en général devant deux catégories d'images: celles où il est en compagnie d'enfants de collaborateurs ou de visiteurs, et celles de ses propres enfants. J'ai pu partager des moments extraordinaires avec lui et des enfants. Et j'ai pu voir grandir ses filles. En contemplant ces images, on revoit la croissance de Malia et Sasha. Imaginez que vous vous promenez dans votre maison et que vous voyez les photos de vos enfants sur les murs. Ces photos attirent toujours son regard.

Vous dites qu'il vous taquine souvent. De quelle manière?

(Rire) A vrai dire, il fait feu de tout bois. Il se moque du fait que je suis plus vieux que lui. A quoi je réponds bien sûr que mes cheveux sont moins gris que les siens. Mais on encaisse davantage qu'on ne rend les coups - en définitive, c'est quand même le président des Etats-Unis. Et dans un voyage, lorsqu'un groupe se presse autour de lui pour être pris en photo, il m'interpelle: «Pete, tu as l'image? Tu as pressé le bouton?» Bien sûr, l'image était en boîte avant qu'il ait demandé! En réalité, mon job est vraiment plus facile avec quelqu'un qui sait quel est son rôle.

Est-ce une des raisons pour lesquelles Barack Obama apparaît de manière si personnelle sur vos images?



Washington, 1er mai 2011. Le président et ses conseillers suivent par vidéo l'assaut contre Oussama Ben Laden. Une image de guerre sans guerre, dans laquelle les puissants ne sont que des spectateurs.



Washington, 20 janvier 2009. Un instantané dans le monte-charge. Les gestes tendres du premier couple présidentiel noir, au soir de l'intronisation, sont touchants. Les personnes présentes détournent discrètement le regard - sauf Pete Souza.



1 Le divertissement préféré des Américains lors des retransmissions d'événements sportifs, la Kiss Cam, demande en 2012 au couple présidentiel d'échanger un baiser. Et il se prête très volontiers au jeu.

2 Détente dans le Bureau ovale: Obama s'assied sur son bureau et laisse pendre ses jambes.

3 Le président a la réputation d'être un bon basketteur. Sur le terrain de la Maison Blanche, il montre l'étendue de ses talents lors d'un match avec des membres du Congrès.



4 Une des images préférées d'Obama pour l'année 2012: à Halloween, le petit Spider-Man passe chez le grand homme-araignée, dans le Bureau ovale.

5 A l'issue d'une séance sur le système de santé, Obama mord à pleines dents dans une nectarine dans le supermarché Kroger de Bristol (Virginie).

6 Le « premier chien » Bo vient d'avoir six mois et joue en compagnie de son maître Obama sur la pelouse de la Maison Blanche.



7 Quelques hamburgers de trop, Marvin Nicholson? Alors que le responsable des voyages du président monte sur la balance à l'Université du Texas, Obama aide l'engin à montrer quelques kilos de plus...

8 Rien ne peut le troubler: le président en 2012 pendant un discours sous la pluie en Virginie. Dès le début de son speech, il s'excuse auprès de l'assistance féminine pour les dégâts causés à leurs coiffures.

9 La petite Ella dans un costume d'éléphant est trop chou, même pour le président. Alors que la fille de son agent de sécurité marche à quatre pattes sur le tapis du Bureau ovale, Obama se met à son niveau



Seul et anonyme – l'un et l'autre sont aujourd'hui impensables pour le président. Cette image montre le sénateur Obama, en 2005, dans les rues de Moscou. Une image de Pete Souza pour le Chicago Tribune.



«Touche, mec!» Le petit Jacob (5 ans et demi) ne peut résister à l'injonction et caresse les cheveux d'Obama. Il voulait savoir si, au toucher, les cheveux du président étaient semblables aux siens. Jacob est le fils d'un collaborateur de la Maison Blanche.

► Beaucoup de personnes plissent les yeux devant un objectif lorsqu'ils savent qu'ils vont être pris en photo. Ils se sentent en général mal à l'aise. Pas Barack Obama. L'appareil photo ne lui fait aucun effet. C'était déjà le cas avant qu'il soit président. Les images d'autrefois qui le montrent, anonyme, en train de se promener sur la place Rouge ne seront évidemment plus possibles. Barack Obama est sans doute l'homme le plus photographié du monde. Et bien qu'on ait toujours dit que Mohamed Ali était l'homme le plus célèbre du monde, je pense que c'est désormais Obama. Eh bien, l'objectif ne le perturbe pas pour autant. Mes photos montrent un président facile d'accès.

Ce qui donne des photos comme celle où

l'on voit un enfant passer la main dans ses cheveux?

Exact. Le petit voulait savoir si les cheveux du président étaient semblables, au toucher, aux siens. Une image comme celle-ci exprime quelque chose de très clair. Mais c'est à Obama qu'on le doit, et à lui seul. Et j'ai la chance de pouvoir le photographier. S'il n'avait pas autorisé le gosse à faire ce geste, l'image n'existerait pas. Elle dit donc davantage sur l'homme Barack Obama que sur moi en tant que photographe.

A quel moment la lumière est-elle la plus belle dans le Bureau ovale?

En hiver, dans tous les cas. Le soleil est bas, les arbres sont dénudés, la lumière tombe directement dans le Bureau ovale. L'intensité de la lumière



Bettina Bono, pour Domo, à la Maison Blanche pour son entretien avec Pete Souza.

change de jour en jour du mois de novembre au mois de janvier. Nous y serons bientôt. Je me réjouis d'avoir encore une dernière chance de capter cette lumière.

La Maison Blanche va-t-elle vous manquer? Vous vous êtes même marié ici, dans la roseraie.

Les gens vont me manquer. C'est une atmosphère très familiale. Mais je ne regretterai pas de ne plus devoir venir chaque jour ici. Il y a encore une vie pour moi là-dehors!

Qu'allez-vous faire?

Je ne sais pas encore. Des photos, sans aucun doute. Peut-être vais-je enseigner, aussi.

Lorsque vous observez vos photos de ces huit dernières années, que disent-elles de vous? De votre évolution de photographe?

Il y a un homme qui m'inspire et me fascine. Le voici (il montre une photo de Bruce Springsteen accrochée au mur derrière lui). Il a 67 ans et donne encore des concerts rock de quatre heures. J'étais dans la cinquantaine lorsque j'ai accepté ce job. Et j'ai montré qu'on pouvait être un bon photographe même à mon âge. Très franchement, c'était un objet de préoccupation au début. C'est une mission difficile, qui demande de l'endurance. Mais je suis un photographe plus pertinent aujourd'hui qu'à l'âge de 30 ans. Et je pense avoir réussi à donner une dimension artistique à mon contrat, qui était de documenter pour l'histoire le mandat présidentiel de Barack Obama. C'était mon objectif.

Où en êtes-vous de votre projet de progresser en guitare?

Qui vous a dit ça? On vous a hélas caché que si j'ai bien commencé la guitare à l'âge de 6 ans, je n'ai jamais dépassé ce niveau. Je maîtrise une poignée d'accords, mais c'est vraiment tout!

Donc, plutôt photographe de tournée que guitariste de Bruce Springsteen?

J'y réfléchirai sérieusement! Toute une tournée, ce serait trop. Mais une dizaine de concerts, cela m'exciterait énormément.

Et étant donné le talent vocal du président, vos chemins pourraient à nouveau se croiser sur une scène?

(Rire). Il pourrait sans autre reprendre une chanson d'Al Green en guest star – et je serais à coup sûr présent pour le prendre en photo. 📷



«Hey, tu as un truc, là», semble dire Malia à son père en lui enlevant quelque chose du visage. L'observateur qui capte ce moment tendre, en cet après-midi de février 2015 dans le Bureau ovale, est bien sûr Pete Souza.

Dans le feu de l'action

Les journalistes de Ringier vivent les élections présidentielles américaines au plus près.

Texte: Peter Hossli Photos: Stefan Falke

Stefan, le photographe, me saisit par le bras. Il vient de passer une nuit blanche à cause des punaises: malgré son prix exorbitant, l'hôtel, situé à la périphérie de Philadelphie, est plutôt délabré. Maintenant, il a chaud. Impossible d'avancer ou de reculer. Chacune des entrées de la salle est surveillée par un garde du corps. Ils n'ont qu'un seul mot à la bouche: «Non.» Non, plus personne n'entre ici. Stefan me glisse: «C'est la dernière fois qu'on fait un truc pareil.» Je confirme: «On ne le referra plus jamais.» Il est impossible d'exercer le journalisme quand un garde du corps vous bloque l'accès à l'événement que vous devez couvrir.

Le président américain, Barack Obama, est en ce moment même sur scène. Nous devons gagner la tribune. En Amérique, la campagne électorale est un vrai combat. Pour les candidats, comme pour les nombreux représentants des médias qui couvrent l'événement.

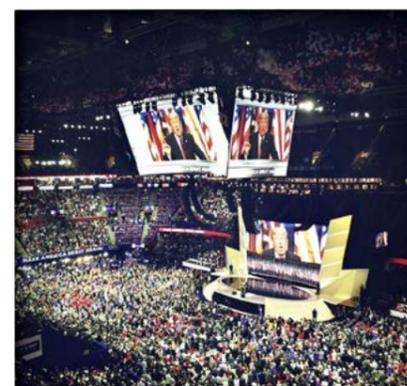
Plus de 15 000 journalistes s'agglutinent dans la Wells Fargo Arena à Philadelphie, et autant de délégués, politiciens et assistants, sans parler des gardes du corps. Nous sommes fin juillet, les démocrates tiennent leur convention nationale à grand renfort de ballons et de confettis. Pour la première fois, leur candidat aux plus hautes fonctions de l'Etat est une candidate: Hillary Clinton. Une

semaine plus tôt, à Cleveland dans l'Ohio, les républicains avaient eux aussi choisi leur candidat: le magnat new-yorkais Donald Trump.

Voici les deux moments les plus forts d'un show bruyant et très coûteux qui se répète tous les quatre ans: les élections présidentielles américaines. Les Partis démocrate et républicain dépensent chacun un milliard de dollars pour cette campagne électorale. Laquelle commence toujours par une spéculation à propos des candidats potentiels. Puis viennent les candidatures. Chacun collecte de l'argent pour les primaires, puis abandonne si les chiffres, dans les sondages, sont mauvais ou lorsque les caisses sont vides. A la fin, il ne reste plus que deux candidats. Cette fois, ils ont pour nom Clinton, du côté démocrate, et Trump, du côté républicain.

Reportage sans filtre

Si les médias sont dès le début de la partie, leur présence s'intensifie pendant les conventions des partis. Mais pour les journalistes, la route est longue. Tout commence en janvier. La reporter vidéo, le photographe et le rédacteur du groupe Blick doivent tout d'abord déposer des demandes d'inscription à différents endroits. Des fonctionnaires des services secrets et la police fédérale chargée de protéger la vie du ▶



Surtout de la haine contre Hillary Clinton: impressions de la Convention républicaine de Cleveland. Toutes les photos ont été prises avec un iPhone.

► président les vérifient scrupuleusement. Une semaine avant le début de la première convention de Cleveland, on ne sait toujours pas si l'accréditation est acceptée ou non. Puis tombe la décision: autorisation, ok.

Notre stratégie journalistique est simple: nous sommes trois sur le terrain, nous rapportons ce que nous voyons et écoutons, sans filtre.

Notre objectif est d'utiliser les

A Cleveland, nous demandons à des délégués républicains ce qu'ils pensent de Donald Trump. Pour la plupart, l'important n'est pas tant de faire gagner Trump que d'empêcher à tout prix Hillary Clinton d'accéder à la Maison-Blanche.

Nous interviewons des femmes démocrates de Philadelphie: que pensent-elles de cette première candidature féminine? Si les plus âgées

aussi savoir se faire plaisir. Nous nous filmons en train de tester le merchandising pour fans d'Hillary Clinton et de Donald Trump: casquettes, maillots, affiches, tasses et porte-clés. Résultat des courses: Trump offre à ses partisans une sélection plus flashy et plus diversifiée. Chez les démocrates, les vêtements sont plus sobres. Détail croustillant: beaucoup de souvenirs, chez Donald Trump, sont fabriqués en Asie et en Amérique latine, bien que le candidat ait promis de rapatrier les emplois délocalisés en Chine et au Mexique.

Pendant quatre jours, les républicains mènent la belle vie à Cleveland, dégustant homards et cigares. La convention du parti rapporte quelque 300 millions de dollars à la ville. A dix minutes à pied de l'Arena, nous découvrons East Cleveland, l'une des régions les plus pauvres et les plus dangereuses des Etats-Unis. Les habitants sont pratiquement tous des Noirs. Le revenu annuel moyen est de 12 600 dollars. Des maisons décrépites et des voitures rouillées se succèdent. L'argent des républicains? Un coiffeur nous dit ne pas en avoir vu la couleur; voilà un sujet parfait pour dépeindre l'Amérique hors Arena.

Nous sommes jeudi. Il manque encore quelque chose pour l'édition de dimanche. A une heure de Cleveland, Warren, la capitale de ce district de l'Ohio, compte le plus grand pourcentage d'électeurs ayant choisi Trump aux primaires. Il y a seulement quatre ans, Obama avait gagné ici. Une petite ville parfaite pour les journalistes. Une occasion d'essayer de comprendre pourquoi le républicain y a cette fois raflé autant de voix.

«Late night snack»

Jeudi soir à Philadelphie, ou plutôt déjà vendredi matin. Les derniers ballons retombent. Les haut-parleurs crachent du bon vieux rock. Le temps de tourner une dernière vidéo, d'écrire encore un article. Puis nous rentrons à pied à l'hôtel, à trois kilomètres de là. On a fini notre boulot et la faim commence à se faire sentir. Ces quatorze derniers jours, on n'a pas eu beaucoup le temps de manger. Chaque matin, à 3 heures, c'était hamburgers-frites chez Checkers. Ça sent la mauvaise huile de friture, on se croirait dans un tableau d'Edward Hopper. On a passé des moments formidables, travaillé comme des fous, couvert l'actualité politique sans filtre. Et quelqu'un dit: «Finalement, peut-être que nous recommencerons dans quatre ans. Peut-être.»



quatre canaux du Blick. Ce n'est pas si évident avec un décalage horaire de six heures avec la Suisse. A fortiori lorsque, à la convention des partis, on assiste à des scoops comme l'étrange apparition de Melania, l'épouse de Donald Trump, ou l'auto-hommage éloquent du président Barack Obama pour son propre mandat, ou encore la déclaration d'amour de Bill Clinton pour Hillary. Tout ceci bien après que la rédaction eut bouclé ses publications. Notre quotidien se doit pourtant d'être à la pointe de l'actualité et de se démarquer de la masse des informations. Tout comme le SonntagsBlick doit briller avec des reportages actuels.

Pour y parvenir, un seul moyen: produire 24/24 h, écouter des discours le soir et rédiger les articles dans la foulée. Stefan Falke photographie, Stephanie Seliner tourne les vidéos. Chaque jour de travail commence à l'aurore et se termine bien après minuit. Nous dormons peu, surtout à Philadelphie où les punaises nous empêchent de fermer l'oeil.

en sont fières, nous constatons que, pour les plus jeunes, Hillary n'est pas la candidate idéale.

De parfaits shows politiques

Les conventions des partis? De parfaits shows politiques. Les présidents Clinton et Obama interviennent à la Convention démocrate. Rejoints par Jimmy Carter, 91 ans, qui s'exprime par vidéo. Dans la salle, l'ambiance est survoltée. Les journalistes n'ont de places fixes que sur la tribune. Pour entrer, il faut une autorisation spéciale, qui n'est valable qu'une heure. Celui qui ne la rapporte pas dans le temps imparti n'a plus accès à la salle.

Mais le jeu en vaut la chandelle. Dans la salle, on rencontre Carl Bernstein, le dénonciateur du Watergate et le populiste néerlandais d'extrême droite Geert Wilders. L'occasion d'échanger quelques mots et de réaliser une interview. Le sénateur Carl Levin nous raconte comment il a eu la peau du secret bancaire suisse.

Mais un bourreau de travail doit

La reportrice vidéo Stephanie Seliner en train de filmer le reporter Peter Hossli.



Plus d'optimisme que de haine: impressions de la Convention démocrate de Philadelphie. En bas à droite: la reporter vidéo Stephanie Seliner, le journaliste Peter Hossli et le photographe Stefan Falke brandissant leurs accréditations.



Défenseur de la vie privée

Quand ils écrivent un article people, les journalistes n'ont pas intérêt à se le mettre à dos. Les mauvaises langues appellent le juriste des médias le «taliban de la censure». Christian Schertz cherche seulement à défendre la vie privée de ses clients en luttant contre les fausses déclarations – et pas seulement celles des tabloids.

Texte: René Haenig Photos: Olaf Blecker

A quoi ressemblait votre chambre quand vous aviez 14 ans?

Une chambre d'ado typique avec une guitare, des affiches politiques au mur, comme par exemple: «Faire la paix sans les armes», un poster des Beatles...

...trouvé dans le magazine pour jeunes «Bravo»?

Non. Dans le «White Album» des Beatles.

Mais vous lisiez aussi «Bravo»?

Bien évidemment. Je devrais tous les articles sur les Beatles: Dans quels studios ils étaient? Qui écrivait quelle chanson? De quoi elle s'inspirait? En tant qu'ado, je ressentais le besoin de regarder dans les coulisses des stars.

Aujourd'hui, vous empêchez la couverture médiatique people et portez la réputation de «taliban de la cen-

sure», ce qui n'est pas très flatteur.

Je me dresse seulement contre les fausses déclarations visant des personnes ou des entreprises. Je n'interdis pas la couverture médiatique de personnalités publiques, de même que je ne pratique pas la censure. En luttant contre les fausses déclarations, je défends seulement ce à quoi chaque individu a droit, à savoir: la protection de la vie privée.

Quand est-on considéré comme un personnage public?

On fait une distinction entre les personnes faisant partie intégrante de l'histoire et les célébrités du moment, propulsées par un événement ou un coup du destin. La première catégorie comprend tous ceux qui ont marqué l'esprit des gens par leurs exploits sportifs, leurs réalisations artistiques ou politiques. Cela

ne comprend pas les personnalités qui sont célèbres le temps d'un moment. Les gens qui ont vraiment un intérêt historique contemporain ne sont pas si nombreux.

Est-ce le cas des politiciens?

Les hommes politiques sont encore plus exposés que les chanteurs, les modérateurs ou les athlètes. Ils défendent les intérêts du peuple et doivent prendre des décisions diffi-

Christian Schertz. Le cabinet d'avocats Schertz Bergmann est situé sur le Kurfürstendamm à Berlin. C'est l'un des trois plus grands spécialisés dans le droit des médias.

ciles. En matière de droits de la personnalité, ils sont soumis à bien plus de risques que les célébrités «normales».

Jusqu'où va le droit à l'information du public?

C'est un compromis entre information et liberté de la presse et le droit à la vie privée des individus. En clair: il est normal que le public s'intéresse à ce que font les politiciens ou les ►

► stars, mais il y a des limites.

Qui commencent où ?

Là où commence la vie privée. Celle-ci est protégée, et cela vaut aussi pour les célébrités. Rien ne justifie la violation de la vie privée, ni le droit au sensationnalisme, ni le droit de regarder à travers le trou de la serrure. Les tribunaux ont toujours été clairs à ce sujet: les personnalités doivent accepter la couverture médiatique, pour autant que celle-ci porte sur leur apparence, leur travail ou leur performance. En revanche, rien n'autorise à violer la vie privée des gens, à s'intéresser à leurs relations familiales ou à leur vie intime. Surtout lorsqu'ils ne rendent pas eux-mêmes ces déclarations publiques.

Ce que font pourtant certaines célébrités.

Ce sont surtout les célébrités de second plan qui font de l'argent en parlant de leur vie privée. Une célébrité de premier plan qui défend son intimité n'accepte jamais les homestorys, ne tolère pas que l'on porte atteinte à sa vie privée. Cela vaut pour sa maison ou sa propriété, mais aussi pour ce qu'elle mange ou pour son compagnon ou sa compagne - à moins bien-sûr que cette dernière ne soit à ses côtés sur le tapis rouge.

Avant de se mettre à écrire, tout journaliste a déjà lu vos mises en garde?

C'est exact! Nous avons une notice d'information portant sur les droits de la presse. Celle-ci vise à informer certains médias du fait que toute information illégale parue dans un journal ou à la télé ne doit pas être reprise. Un système d'alerte préventif qui nous permet d'étouffer les premiers gros titres dans l'œuf.

Au fond, aimez-vous les journalistes?

Je pense que les médias sont importants et que le journalisme d'investigation est utile. Mais je me demande souvent pourquoi la majorité des journalistes passent leur temps à s'occuper des autres, voire à les critiquer. Je trouve que la tendance d'écrire n'importe quoi sans prendre de gants et qui voudrait que seul un journaliste critique soit un bon journaliste est dangereuse pour la cohésion sociale.

Pensez-vous que cette tendance puisse évoluer en mieux?

Ça a déjà commencé. Dans les années 1990 et début 2000, les articles people du Bild portaient bien plus atteinte à la vie privée des gens qu'aujourd'hui. C'est la même chose pour la Bunte, qui sous la direction de Patricia Riekel s'est distancée des «histoires qui jettent les stars en pâture» et des ar-

tics violant l'intimité des personnalités.

Comment expliquez-vous cela?

C'est peut-être une réaction des tabloïds face à la surenchère de bassesses que l'on trouve sur internet. Les journaux people ont dû choisir entre courir derrière la presse à scandale ou bien proposer des histoires positives sans exhiber les célébrités.

En tant qu'avocat spécialisé dans les médias, qui recherche vos conseils et pourquoi?

On me contacte au plus tard quand un gros titre comporte une violation du droit. Mais souvent, on fait appel à nous bien à l'avance, par exemple, parce que quelqu'un est malade, séparé de son partenaire ou a été accusé pour tel ou tel motif. Des choses qui peuvent être rendues publiques et peuvent entraîner des dommages voire une perte de droits.

Pouvez-vous citer un exemple?

Tout à fait. Quand une célébrité tombe malade, que son état de santé nécessite le silence de la presse et que les tabloïds s'acharnent, comme cela a été le cas lors de l'accident de ski de Michael Schumacher, cela peut être contreproductif physiquement et psychologiquement. Nous conseillons alors les médecins et le personnel hospitalier sur la façon de communiquer avec les médias. Nous organisons également des discussions de fond avec les rédacteurs en chef.

Vous est-il déjà arrivé de refuser de représenter certaines personnalités?

Oui. Je ne défends pas les cas de personnalités ayant passé leur vie à faire de l'argent en vendant leur intimité aux journalistes et qui après ça crient au loup.

Vous est-il arrivé d'exploser parce qu'un client n'avait pas suivi vos conseils?

Il m'est déjà arrivé d'apprendre, en lisant les gros titres dans une station d'essence un week-end, qu'un client avait donné une interview exclusive à la presse contre mon avis.

Dans quelle mesure compatissez-vous avec vos clients?

Certaines personnes viennent nous trouver parce qu'elles ont été victimes d'une grosse malchance ou parce qu'elles craignent un déballage public. Cela n'aide en rien de s'apitoyer; mon rôle d'avocat est de les aider et de les protéger. Mais il y a toujours des cas qui me touchent émotionnellement parce qu'ils sont particulièrement tragiques ou bien parce que je n'ai pas réussi à les préserver du public.



Comme ce fut notamment le cas pour cette chanteuse, dont les médias ont révélé la séropositivité sans que vous ayez pu l'en empêcher. Tout ceci parce que même le ministère public était de l'avis qu'une déclaration de presse s'imposait?

Je n'en reviens toujours pas. Il est malheureux de constater que les instances chargées des enquêtes diffusent aux médias des détails intimes qui font naître des préjugés. Bien qu'on assiste ces derniers temps à un changement de mentalité.

Selon vous, peut-on encore parler de «vie privée» dans notre société?

Je crois que la vie privée a toujours autant besoin d'être protégée qu'avant. D'un autre côté, beaucoup de choses ont changé avec Facebook. Mark Zuckerberg a réalisé que les gens rêvaient d'avoir une existence publique. Il en a fait une entreprise florissante. Mais le résultat est que des millions de personnes divulguent en permanence tout et n'importe quoi sur elles-mêmes. Les gens

Vie privée

Christian Schertz est considéré comme l'un des plus prestigieux spécialistes en droit des médias d'Allemagne. Professeur honoraire à l'Université technique de Dresde, il est régulièrement invité à des débats télévisés. Il a fondé son cabinet il y a onze ans, en collaboration avec Simon Bergmann. Actuellement, Christian Schertz défend le satiriste Jan Böhmermann contre le président turc Erdogan. Dans son show télévisé, Jan Böhmermann taquine son avocat en faisant entrer sur scène un homme de petite taille qu'il annonce comme étant: «Maître Blague, le Dr Christian Calembour».



Ils ont fait confiance à Me Schertz (de g. à dr.): le prince Carl Philip de Suède et la princesse Sofia, le satiriste Jan Böhmermann, l'actrice Claire Danes et l'acteur Christophe Waltz.

vont même jusqu'à publier sur le net les résultats d'analyses de leur cancer. Certaines personnes diffusent tout de leur personne sans être conscient du fait qu'elles perdent de ce fait leur protection juridique de façon irréversible.

Vous parlez en connaissance de cause?

J'ai rencontré des cas tragiques où tout ce que les gens ont dit sur le web leur est retombé dessus plus tard. Cela est même allé une fois jusqu'au suicide. Par conséquent dans mes conférences, je mets en garde les jeunes et les étudiants contre le danger qui existe à diffuser trop d'informations personnelles sur le net.

Utilisez-vous vous-même les médias sociaux comme Facebook, Twitter & Co.?

Je me suis inscrit une fois sur Facebook pour observer ce média et chercher un livre. Je me suis déconnecté, depuis. Je ressentais un stress social incroyable. Au cabinet, nous avons un compte Twitter que nous utilisons avec précaution.

Lisez-vous Bild, Bunte ou Gala à des fins professionnelles?

Il m'arrive d'en lire des extraits pour voir comment un journal aborde tel ou tel thème. Ce n'est certes pas une lecture spécialisée, mais du matériel avec lequel je travaille.

A l'époque des reporters-lecteurs, des portables équipés d'appareils photos, de Facebook et d'internet, peut-on encore faire valoir son droit à l'image?

Plus que jamais! Aujourd'hui, tout le monde peut photographier ou filmer en secret et tout diffuser immédiatement dans le monde entier. Ce n'est pas parce qu'il existe de nombreuses violations du droit que l'on doit considérer ça comme normal.

Vous est-il déjà arrivé d'intenter une action contre les médias?

De nombreuses fois, quand il est arrivé qu'on répande des ragots sur mon compte ou qu'on s'en prenne à ma vie privée.

A propos: on raconte que vous êtes en couple avec l'icône du patinage artistique Katharina Witt.

Vous ne pensez tout de même pas que je vais faire ce que je déconseille justement à mes clients, et vous parler de ma vie privée. Mais c'était bien essayé!

Vous avez dit ne pas toujours respecter les Dix Commandements. Lequel vous pose le plus de problèmes?

Probablement le commandement «Tu ne mentiras point». Bien sûr, il nous est arrivé à tous de mentir, quelle qu'en soit la raison. ☹

Christian Schertz, 50 ans, est issu d'une ancienne famille de juristes. Son père était juge et chef de la police de Berlin. Dans sa jeunesse, Christian Schertz a joué de la guitare dans un groupe de rock. Il a étudié le droit à Berlin et à Munich, a terminé son stage juridique à New York, et travaillé pour la station de radio berlinoise RIAS.

Photos: Getty Images (3), Handout

«Les gens en redemandent!»

Le groupe Blick présente ses applications de Virtual Reality. Sebastian Pfothner, le responsable de projet, est persuadé du succès de cette nouvelle technologie: «une véritable révélation pour ceux qui expérimentent la réalité virtuelle pour la première fois.» Texte: Alejandro Velert Photo: Geri Born

Sebastian Pfothner, le secteur de la technologie a annoncé «The next big thing», une nouvelle invention révolutionnaire. Il s'agit de cette fois-ci de la Virtual Reality (VR). N'est-ce pas là qu'une simple mode passagère?

La VR est bien plus qu'un simple engouement médiatique; pour moi c'est la technologie vidéo de l'avenir. Une nouveauté qui va révolutionner notre façon de consommer les images en mouvement. Grâce à la VR, le célèbre holodeck de Star Trek sera bientôt réalité.

A la différence que la série télévisée Star Trek se déroule dans un futur lointain.

Bien sûr, la technologie n'en est qu'à ses débuts, mais son essor est fulgurant. Tous ceux qui essaient un casque VR pour la première fois sont pris d'un enthousiasme presque enfantin. On se retrouve soudain catapulté dans un cockpit ou au milieu de la chapelle Sixtine!

Qu'est exactement «VR»?

Il ne s'agit de rien d'autre que de lunettes 3D. Comme celles que nous avons tous utilisées étant enfants. Le secret est de créer une image distincte pour chaque œil. Notre cerveau élabore une vue d'ensemble et génère une sorte de tridimensionnalité. Par ailleurs, nos vidéos VR au Blick sont produites par au moins deux caméras. Elles offrent donc un champ de vision à 360°, ce qui nous permet de regarder dans toutes les directions. Comme si nous nous trouvions vraiment à l'endroit en question.

Que développez-vous exactement au groupe Blick?

Avec «Blick VR», nous avons développé deux applications destinées aux Cardboards: une version pour iPhones et une autre pour Android. Il y a également une troisième application pour Samsung Gear VR. Pour moins de cent francs, ces casques permettent une expérience plus intense. Pour commencer, plus de 40 vidéos sont disponibles, et chaque semaine en arrive une nouvelle.

Ringier joue un rôle de pionnier dans l'industrie des médias et a très tôt investi dans cette technologie.

C'est une stratégie gagnante. Les activités numériques sont de plus en plus importantes pour Ringier. Par conséquent, nous devons offrir beaucoup plus d'articles et de produits numériques. C'est là que les vidéos jouent un

rôle central. Au Blick, nos appels vidéo ont plus que triplé en un an. Mais la concurrence ne connaît pas de trêve. Nous devons donc toujours avoir une longueur d'avance, repérer les tendances dès le début, et les essayer, comme c'est le cas avec la Virtual Reality.

Avec votre équipe, comment vous y prenez-vous pour développer de nouveaux produits? Nous n'avons pas beaucoup d'expérience en la matière.

Ce n'est pas tout à fait vrai. Cela fait plus de six ans qu'on se penche sur les atouts du 360°. Ça a commencé par des photographies à 360°, puis, depuis un an et demi, on a lancé des vidéos. On ne peut ainsi pas dire que nous n'avons pas d'expérience. D'autant plus que l'on travaille avec Dominik Baumann, un expert internationalement reconnu. Seulement, et en cela je vous donne raison, Dominik et notre équipe vidéo ne cessent d'apprendre sur le sujet. Comme par exemple la meilleure façon de raconter des histoires dans la Virtual Reality.

Travaillez-vous en collaboration avec d'autres entreprises?

Nous travaillons dans un domaine récent qui nécessite obligatoirement d'avoir des échanges. C'est seulement en parlant avec d'autres entreprises que l'on peut éviter les erreurs et tirer profit des expériences des autres. C'est du donnant-donnant. Nous travaillons en étroite collaboration avec le Los Angeles Times, mais aussi avec Youtube, lesquels ont trouvé nos vidéos à 360° tellement géniales qu'ils ont même proposé une coopération.

Comment les utilisateurs réagissent-ils. Que disent les tests?

Les gens ne peuvent plus se passer des casques! On peut écrire ou dire beaucoup de choses sur la VR, mais le mieux est de l'essayer.

Le travail journalistique va-t-il s'en trouver changé?

A partir de maintenant, ce ne sont plus seulement les journalistes mais également nos utilisateurs qui vivront l'action en direct. Cette immédiateté est un énorme plus. Mais elle représente aussi un grand défi pour nous. Parce que les consommateurs rechercheront la proximité, le côté émotionnel et les informations pertinentes.

Etes-vous en mesure, avec cette nouvelle

technologie, de couvrir l'information en direct dans zone sinistrée? Est-ce techniquement possible?

Non. Pour réaliser une bonne vidéo VR, nous avons actuellement encore besoin d'un certain délai, si court soit-il. Il n'est pas encore possible techniquement de réaliser une couverture en direct en raison de l'énorme quantité de données que cela génère.

Quels sont vos projets d'avenir?

«Blick VR» n'est que le début de l'aventure virtuelle. Nous allons informer sur ce thème que nous développons intensivement. Depuis peu, une zone de navigation lui est consacré sur Blick.ch. Et d'ici 2017, nous prévoyons de diffuser des concerts live en VR.

Ces services seront-ils payants pour les utilisateurs?

Au début, tout sera gratuit. A long terme, la VR est l'opportunité d'introduire des contenus payants dans le domaine numérique. Prenons une finale de Coupe du monde de football: avec la VR, le spectateur peut vivre le jeu sur le stade à partir de son canapé. Ou bien être dans le but avec Manuel Neuer quand Ronaldo tire un coup-franc. Je suis persuadé que de nombreux fans seraient prêts à payer pour vivre ça.

Quels sont les prochaines difficultés techniques qui doivent être surmontées?

Lorsqu'un utilisateur regarde ou court dans un sens, il devrait pouvoir entendre des bruits et des sons différents. Une nouveauté que nous aimerions pouvoir un jour proposer au Blick. Une autre difficulté majeure est la quantité de données que nécessite la technologie VR.

Les nouvelles technologies soulèvent des craintes. Que faire si les gens ne peuvent plus distinguer entre la VR et la réalité? Ou s'ils se perdent dans la réalité virtuelle, car elle est beaucoup plus agréable?

La peur de la nouveauté est quelque chose de tout à fait humain. On se souvient de la crainte suscitée à l'époque par les toutes premières voitures. Les gens doivent essayer la VR et décider eux-mêmes s'ils souhaitent l'utiliser ou non. Mais d'après mon expérience, ces casques sont une révélation pour toute personne qui les essaye. Et les gens en redemandent. Donc nous leur en donnons encore plus! 🌐



Sebastian Pfothner, Head of Video Ringier AG, avec un casque Samsung Gear VR. «La Virtual Reality va tout changer.»

Le regard tourné vers l'avenir

Plongez-vous dans la réalité virtuelle! La nouvelle application Blick-VR vous permet de faire apparaître de nouveaux univers sous vos yeux. Il vous suffit de mettre les casques Cardboard ou Gear VR et vous deviendrez pilote ou parachutiste.



Comment puis-je regarder des vidéos à 360° avec un casque Cardboard?

Démarrez tout simplement la vidéo en mode «lunettes/casque», insérez le smartphone et c'est parti. On peut regarder autour de soi juste en tournant la tête, comme dans la réalité. La sensation de spatialité est due au fait que l'appli envoie une image différente sur chaque œil. Les casques Cardboard en carton, les plus simples, sont vendus dans le commerce environ 7 francs. Il existe également des variantes plus stables en matière plastique avec un soutien optique.



Est-il possible de regarder les vidéos sans casque?

Tout à fait, même si l'effet n'est pas aussi impressionnant. Pour regarder autour de soi, il suffit de faire tourner son smartphone, ou tout simplement de balayer l'écran vers la droite, la gauche, le haut ou le bas.



Pourquoi l'image dans le casque n'est-elle pas aussi bonne que sur l'écran lui-même?

Avec le Cardboard, l'écran est coupé en deux, au milieu, et la résolution est donc également divisée de moitié. Plus la résolution de l'écran du smartphone est performante, plus l'image dans le casque est nette, et meilleur sera l'effet vidéo à 360°.



Quelle est la quantité de données utilisée?

Il faut si possible utiliser l'appli en wifi ou via un forfait illimité. La consommation de données est d'environ cinq à six fois plus élevée que pour les vidéos normales.

Gear VR

A quoi sert l'application spéciale pour le Samsung Gear VR?

Cette application ne peut être utilisée qu'avec le casque Samsung et permet de vivre une expérience VR encore plus intense. Elle offre les mêmes contenus que l'application normale. Quand on met le casque, le menu est directement intégré dans le champ de vision à 360°. Le curseur suit les mouvements de la tête. On peut ouvrir une vidéo ou un élément du menu en cliquant sur le pavé tactile, situé sur le côté du masque.



Conception:

Angelina Arquint (apprentie polygraphe en 3e année chez Ringier SA)
Leo Faccani (apprentie polygraphe en 3e année chez Ringier SA)

Le postérieur et moi

Chez la femme, l'homme regarde surtout les fesses, c'est bien connu. Notre rédacteur René Haenig ne l'a pas fait. C'est sans doute pour ça qu'il n'a pas identifié la mystérieuse inconnue avec laquelle il a flirté à Los Angeles. A sa décharge, qui donc imaginerait se retrouver à côté de Jennifer Lopez au restaurant, et qu'en plus a star lui fasse les yeux doux?

Texte: René Haenig

J'ai le sentiment de connaître cette femme. Mais où l'ai-je déjà rencontrée? Elle est entrée dans le restaurant en riant joyeusement avec ses copines, s'est assise à la table voisine et, depuis, discute avec moi. Elle est sympa et sexy. Terriblement sexy. Je jette des regards désespérés à mes hôtes: «à l'aide, qui est-ce?» Le fait que je n'arrive pas à reconnaître ma voisine amuse terriblement Martin et sa femme Solveig.

Pour le journaliste people que je suis, il n'y a vraiment pas de quoi se vanter. Comment avouer avoir été assis à Hollywood aux côtés de Jennifer Lopez et avoir discuté avec elle sans pour autant la reconnaître?

Pour le faire, j'ai eu besoin d'un petit coup de pouce. Mais commençons par le commencement.

En avril 2007, je suis envoyé à Los Angeles par la Schweizer Illustrierte pour une homestory. Celle du réalisateur star d'Hollywood Martin Campbell et de son épouse suisse Solveig Romero. Ils attendent leur premier enfant. C'est pour bientôt. A Hollywood, Martin Campbell joue dans la cour des grands. Le Néo-Zélandais d'origine est connu pour ses films à succès tels James Bond «Golden Eye» et «Casino Royale», le drame «Vertical Limits» ou les films d'action «Le Masque de Zorro» et «La légende de Zorro».

Le couple vit sur les collines de Malibu, dans les beaux quartiers, là où les villas de millionnaire se succèdent les unes aux autres, toutes avec vue sur le Pacifique. Pendant deux jours, Martin et Solveig me dévoilent leur intimité. Ils ont même une plage privée qui donne directe-

ment sur la mer. Un privilège que ne partage pas tous les millionnaires. Le deuxième jour, le couple m'invite à dîner. La table est réservée pour 20 heures. Solveig me donne l'adresse: 8764 Melrose Ave, West Hollywood.

Une belle brochette de célébrités

Une demi-heure avant, j'appelle un taxi. Le chauffeur passe me prendre à l'hôtel Le Meridien Delfina, à Santa Monica. Quand je lui fais part de ma destination, il m'explique que le «Cecconi's» est le restaurant de la ville le plus prisé des stars. Quand il apprend que je vais dîner avec le réalisateur de James Bond, Martin Campbell, il veut savoir si je suis acteur. Il s'excuse de ne pas me connaître. «No problem!» Je suis juste un journaliste venu de Suisse. Ce qui l'impressionne tout de même un peu.

Devant le «Cecconi's», on me demande d'attendre un instant. Devant une limousine grand format, un chauffeur tient la porte à un couple de personnes âgées. Je les suis et retrouve Martin au bar. En attendant Solveig, il m'explique who is who: à une table rit Danny DeVito, un peu plus loin, Al Pacino sirote un verre de vin. Un producteur dont j'ai oublié le nom est également là. Bref, il y a là une belle brochette de célébrités, comme j'en ai rarement vue.

Solveig arrive, nous passons à table. Nous discutons des dernières nouvelles lorsque le groupe de femme dont j'ai parlé plus haut se dirige vers la table d'à côté. Alors qu'elles s'assoient en riant, l'une d'elles se tourne vers moi: «Hi, how

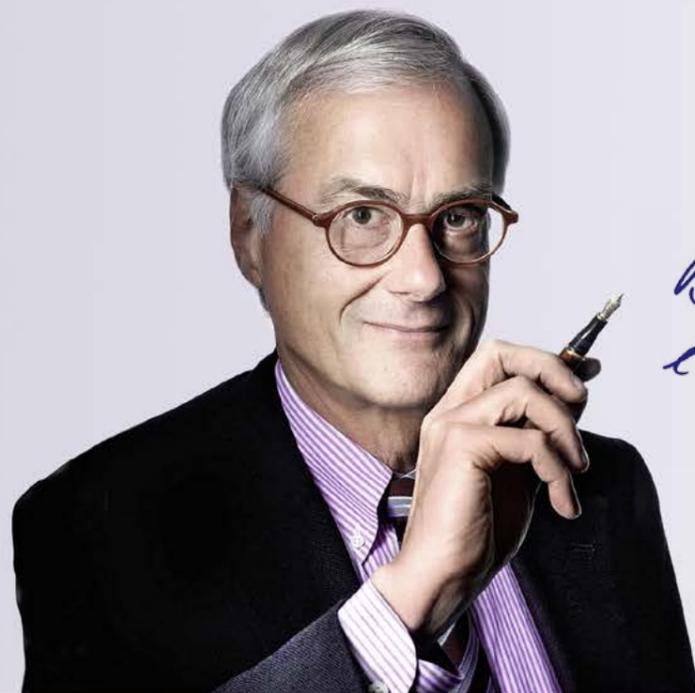
are you?» Je lui répond: «Très bien merci!». Mon accent allemand ne passe pas inaperçu. «Where do you come from?» - «From Switzerland, Zürich.» - «Oh, Maybe I'll come sometime for a concert to Switzerland!!»

«The most famous...»

Alors qu'elle continue de me poser des questions sur la Suisse et sur Zurich, je me demande où j'ai bien pu déjà voir cette femme. Sa remarque au sujet de son concert aurait dû me donner une piste. Mais rien à faire, je ne l'identifie pas. Martin et sa femme s'amuse en voyant mon désespoir et mes appels à l'aide. Dès que l'occasion se présente, je leur chuchote: «Qui est-ce? Je l'ai déjà vue!» Quelques secondes plus tard, lorsque personne ne nous regarde, Martin me glisse: «The most famous...», et forme avec ses mains une paire de fesses. J'ai enfin le déclic. Le plus célèbre postérieur du moment est celui de la star Jennifer Lopez, la chanteuse américaine d'origine portoricaine. Elle est célèbre pour ses hits comme «If You Had My Love», «Love Don't Cost a Thing» et «Jenny from the Block», ainsi que pour sa fulgurante carrière d'actrice de cinéma. Mais voilà, je ne la voyais pas depuis derrière. Légèrement maquillée et coiffée d'une queue de cheval, elle ne ressemble pas à la star que je connais sur photos.

Mais surtout, qui s'attendrait à se retrouver au restaurant assis près d'une «J.Lo» qui en plus de ça vous fait les yeux doux? C'est vrai qu'en Amérique, tout est possible... 🌐





*Beaucoup de Trump
et un peu de Poutine*

Ernst Tanner est l'un des managers les plus performants et les plus connus de Suisse. Depuis plus de vingt ans, il dirige l'entreprise Lindt & Sprüngli et remporte succès après succès. Il a internationalisé l'entreprise, boosté son chiffre d'affaires et ses gains, s'octroyant une légitimité incontestée de président du conseil d'administration et de CEO. Ernst Tanner est considéré comme le fleuron des managers suisses.

Mais il voterait tout de même pour Donald Trump. C'est du moins ce qu'il a déclaré en juin dans une interview donnée dans un journal du dimanche suisse. Ses motivations: «Une politique économique plus favorable aux entreprises.» Que Hillary Clinton soit pour lui trop à gauche, certes. Mais de là à voter Trump? Un menteur notoire, un sexiste invétéré, un financier corrompu qui n'hésite pas à se montrer raciste pour empocher des voix. Quelqu'un qui «se comporte comme un vrai trou du cul», comme l'a dépeint l'écrivain américain Stewart O'Nan. Un homme que le sympathique Ernst Tanner, un libéral qui a les pieds bien sur terre, ne voudrait jamais embaucher dans son entreprise, même pour nettoyer les toilettes. Mais il voterait pour lui à l'élection présidentielle.

Ce comportement venant d'un chef d'entreprise habituellement très modéré et bien intégré socialement ne peut s'expliquer que si on met cette attitude sur le compte du mépris de la politique, ou devrais-je plutôt parler de dédain. Plus un leader économique connaît le succès, plus le risque qu'il s'éloigne des intérêts généraux de la collectivité et ne suive plus que ses propres buts est grand. C'est l'attitude qu'a eue la Suisse en maintenant ses relations commerciales avec le régime pro-apartheid d'Afrique du Sud, malgré le boycott de l'ONU. C'est la même dimension politique unilatérale qui a fait que des représentants des banques suisses ont commencé il y a quinze ans à soutenir les populistes de droite, espérant qu'ils leur fourniraient un environnement plus favorable à leur marketing en faveur de la soustraction d'impôts. Et c'est la même attitude politique qui fait dire aux chefs d'industrie qu'un peu plus de «Poutine» ferait du bien.

Il y a quelque chose que certains dirigeants d'entreprise n'ont vraiment pas compris: il est bien plus difficile d'être élu par le peuple que par le conseil d'administration. Et parfois même plus important.

Michael Ringier

Questions à la direction...



Envoyez vos questions à:
domo@ringier.ch



Katia Murmann
Rédactrice en chef
intérimaire au
SonntagsBlick

«Nous devons être beaucoup plus audacieux qu'avant. Le journalisme n'a jamais été aussi excitant et diversifié qu'aujourd'hui.»

Cet été, vous avez participé au programme d'innovation de la Silicon Valley, lancé par Ringier en collaboration avec La Poste et la Immobilière. Quelle a été votre expérience et qu'avez-vous appris?

«Je suis devenue accro au numérique. A l'Advanced Media Institute de l'Université de Berkeley, j'ai suivi une formation en narration multimédia, appris à programmer, à visualiser des données et à composer des histoires destinées au multimédia. A la recherche de nouveaux modèles d'affaires et de nouvelles formes de contenus, je me suis rendue dans d'innovantes entreprises de médias, comme, notamment, AJ+, Fusion, Ozy et le magazine Pop-Up.

Ce que j'en ai retenu: nous devons coopérer et expérimenter encore plus. Les utilisateurs attendent de la qualité même dans le journalisme numérique. C'est plutôt une bonne nouvelle. Mais nous pensons trop par formats spécifiques. Je souhaite changer tout ça et créer un espace dans lequel il est possible de développer de nouvelles formes de contenus que l'on puisse utiliser dans notre travail quotidien. Pour ce faire, nous devons allier le contenu à la technologie et être plus audacieux que jamais. Si nous réussissons, nous serons sur la bonne voie: le journalisme n'a jamais été aussi excitant et diversifié qu'aujourd'hui.»



Marc Walder
CEO de Ringier SA

«Avec Christian Dorer, nous faisons des projets à long terme. Tout comme avec Iris Mayer et Peter Röthlisberger du Blick.»

Le groupe Blick a de nouveau annoncé en août d'importantes restructurations du personnel, notamment le départ du CEO, Wolfgang Büchner. Le calme est-il enfin revenu?

«Ces dix à quinze dernières années, le groupe Blick a connu d'incessants changements. Chacun d'eux a sa propre raison d'être. Que ce soit à la rédaction ou à l'édition, les postes dirigeants d'un groupe de presse people requièrent toujours énormément de présence, de force et d'expertise. C'est certainement ce qui explique ces fréquents remaniements. Christian Dorer est certainement l'un des rédacteurs en chef les plus en vue du pays. Avec lui, Iris Mayer et Peter Röthlisberger du Blick, nous faisons des projets à long terme. Le poste de Wolfgang Büchner avait été conçu pour ne durer que quelques années, le temps de développer les cinq canaux Blick, SonntagsBlick, Blick am Abend, Blick.ch et blickabend.ch. Ces douze derniers mois, Wolfgang Büchner a posé d'importants jalons. Il a poussé à la réorganisation de la newsroom, renforcé les contenus vidéo, encouragé l'utilisation des médias sociaux et relancé la présence numérique du groupe Blick. Des initiatives que l'on continuera de développer après son départ.»



Ralph Büchi
Administrateur délégué
de Ringier Axel Springer
Suisse SA

«Nous améliorons notre compétitivité sur le marché et la numérisation des marques print fortes. Nous sommes sur la bonne voie!»

Comment cela se passe-t-il chez Ringier Axel Springer Suisse SA et quand aura lieu le déménagement pour Zurich-Altstetten?

«Nous sommes sur la bonne voie et poursuivons nos objectifs avec détermination, avec pour but l'amélioration de notre compétitivité sur le marché et la numérisation de nos marques. Pour ce faire, nous avons réorienté notre stratégie utilisateurs, restructuré notre portefeuille d'offres - Amiado appartient désormais à Energy -, revu notre portefeuille de produits et initié des lancements sur le marché. Les «Specials» de la Schweizer Illustrierte ou l'édition XXL du Temps montrent toutes les opportunités qu'offre le print! Le lancement réussi de «Guider», le conseiller juridique numérique du Beobachter, constitue une étape innovante vers la numérisation d'une marque print forte. Fin juin, dans le Medienpark, nous avons été heureux de partager le barbecue avec les collaborateurs de RASCH et d'Admeira: un excellent avant-goût de ce qui nous attend dans ce nouveau site! Nous en sommes à l'aménagement intérieur, la fin des travaux est prévue pour fin mars 2017 et le déménagement suivra. Ce n'est qu'au début de 2017 que l'on aura une planification détaillée du déménagement, département par département.»



Jutta Schilke
Head Human
Resources Ringier SA

«La saisie du temps de travail est déjà opérationnelle dans presque toutes les sociétés de participation suisses. C'est maintenant le tour de Ringier Suisse.»

Ringier introduit en Suisse, à compter du 1er janvier et au plus tard le 1er avril 2017, la saisie du temps de travail pour ses collaborateurs. Qu'est-ce qui va changer? Et cela concerne-t-il aussi les autres pays?

«Désormais, les collaborateurs devront saisir leur temps de travail (heure de début et heure de fin de travail). De plus, ils devront respecter le temps de pause. Un nouveau règlement a été élaboré en matière de Code du travail. L'accord prévoit, sous certaines conditions, un système simplifié de saisie du temps de travail. Ces négociations ont été menées par les syndicats de la branche, des délégués du personnel de Ringier et la direction.

On a fait en sorte de simplifier cette nouvelle procédure, même si cela change les habitudes. C'est une transformation qui implique l'engagement des chefs, de plus en plus confrontés aux questions portant sur le «temps de travail» et les «absences» des collaborateurs.

Dans presque toutes nos sociétés de participation suisses, la saisie du temps de travail est déjà opérationnelle. C'est notamment le cas dans les imprimeries, chez DeinDeal, ideecadeau, Scout24 ou Admeira (ici, dès 2017). Ce changement est uniquement prévu en Suisse, les autres «pays Ringier» ne sont pas concernés.»

De la cave au toit du monde

Facteur, **Heinz Eugster** a distribué pendant dix-huit ans lettres, colis et journaux à la centrale Ringier de Zurich. Constamment de bonne humeur et toujours prêt pour un bon mot. Contrebandier, il a également distribué des photos du dalaï-lama. Aujourd'hui retraité, il se voue à «LandLiebe»... et aux montagnes.

Fotos: Geri Born, Privat

Voilà un homme qui a roulé sa bosse. Heinz Eugster, 64 ans, a fait, au Tibet, du trafic de photos interdites représentant le dalaï-lama. Dans le célèbre Royal Albert Hall de Londres, il a donné un concert d'euphonium. Dans les sous-sols de la poste interne de Ringier, à Zurich, il a serré la main de l'ex-chancelier allemand Gerhard Schröder. Il est même devenu, pour un jour, rédacteur en chef de la Schweizer Illustrierte. Il a pris une retraite anticipée en mars dernier.

Déjà enfant, il voulait être facteur: «Cette profession me fascinait.» Ses parents étaient des agriculteurs appenzellois. Le week-end, son père l'emmenait faire des balades dans les collines environnantes. Son meilleur copain d'école était Tibétain, ce qui a encore intensifié son amour pour les montagnes, et a fait naître son intérêt pour la culture des habitants de l'Himalaya.

Bien que les séquelles de la polio l'empêchent aujourd'hui de faire des ascensions difficiles en montagne, il y passe la plupart de son temps, quand la météo le permet. «J'aime aussi tout simplement contempler la nature.» Dans sa maison sur le Lützelsee, il entretient sa passion pour les plantes et son balcon regorge de fleurs magnifiques.

Mais il aurait pu tout aussi bien faire une carrière de musicien. Il a étudié au Conservatoire de Genève pendant trois ans et demi. Son instrument: l'euphonium. Il forme d'ailleurs de jeunes joueurs de cuivre. «Un jour, je me suis senti complètement dépassé et j'ai décidé de continuer à travailler comme facteur.»

Et qu'en est-il de sa «carrière» de traquant? C'était il y a des années, du temps où l'on ne pouvait voyager au Tibet sans être surveillé de près. Heinz va passer trois jours chez un habitant, dans le plus grand secret, et lui offre une photo du dalaï-lama. Ce qui bien sûr était strictement interdit. «Mon hôte est tombé à genoux, a posé son front sur mes pieds en pleurant et m'a dit merci.» Heinz Eugster en fera sa devise: «Une parole aimable vaut mieux que tous les cadeaux.»

Il aime la terre, la nature et a la main verte: depuis qu'il est à la retraite, Heinz Eugster est la «bonne âme» de la rédaction de «LandLiebe». **RH**



Jardinier et alpiniste passionné: Heinz Eugster dans son jardin; en 2004, devant le sommet enneigé du Cho Oyu. Même l'ex-chancelier allemand Gerhard Schröder s'est rendu dans son petit bureau de poste situé au sous-sol du siège de Ringier à Zurich.



Conseils de lecture
de Marc Walder

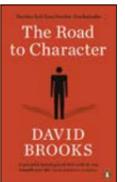
Déjà lu? Marc Walder nous dévoile ici une liste de livres qu'il a lus et explique pourquoi ils l'ont passionné.

Peter Thiel
ZERO TO ONE

Peter Thiel a été le cofondateur de PayPal et le premier investisseur extérieur de Facebook. Dans son best-seller Zero to one, l'Américain avance la thèse suivante: si la mondialisation s'accompagne bien de progrès techniques, les prétendues nouveautés ne sont en fait que des copies de ce qui existe déjà. Il nous montre comment sortir de cette impasse technologique. Son livre est un appel au changement radical. Il nous incite à oser prendre plus de risques et nous montre la voie vers un avenir novateur. Car l'avenir appartient non pas au meilleur mais au plus innovant. Et les véritables innovations ne sont pas le fruit d'un progrès horizontal mais se font à coup d'idées nouvelles, comme justement «from zero to one». Les expériences personnelles de Peter Thiel sont nourries de réflexions économiques, politiques et philosophiques. Son livre est bien plus qu'un simple guide pratique. Editeur: Virgin Book

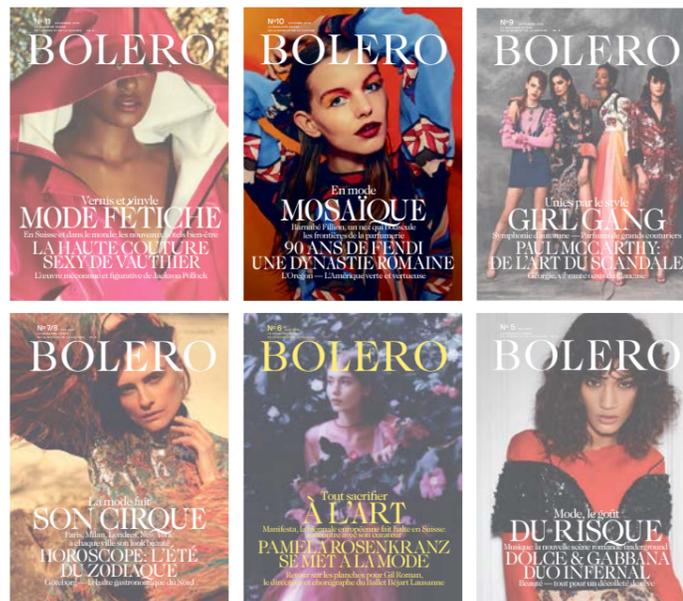
David Brooks
«THE ROAD TO CHARACTER»

Qu'est-ce qui fait de nous des personnalités de valeurs? Certainement pas le calcul et l'intérêt personnel, ni la culture de «passer devant les autres», censée nous rendre compétitifs. Non, nous devons plutôt réapprendre à nous consacrer au monde au lieu de vouloir le conquérir. «La plupart d'entre nous ont une vision très claire de ce qu'est la réussite professionnelle, mais pas de ce qui fait un caractère profond», écrit l'auteur américain David Brooks, qui nous montre que la seule façon de gagner est d'arriver à intérioriser une vérité simple: celui qui veut se réaliser doit aussi savoir s'oublier. Editeur: Allen Lane



BOLERO

VOTRE MAGAZINE DE MODE ET DE CULTURE EN SUISSE ROMANDE



TOUS LES MOIS
en kiosque
Shootings, grandes interviews, reportages,
lieux qui comptent

TOUS LES JOURS
sur boleromagazin.ch/fr
Les coulisses de la rédaction,
nos envies bijoux et mode, nos bons plans
et nos recettes

Abonnez-vous sur
www.online-kiosk.ch/bolero-magazine-fr
ou par téléphone au 0848 48 48 04

L'illustré

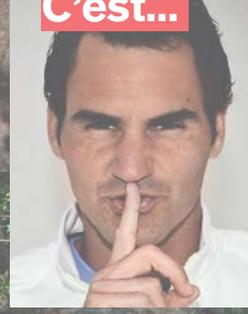
C'est...



... des surprises



... de l'émotion



... vous!



... de la détente



... de l'actualité



... des personnalités



... la Suisse romande

Passez un bon moment avec

L'illustré

Chaque mercredi en kiosque

illustre.ch



Like us on Facebook