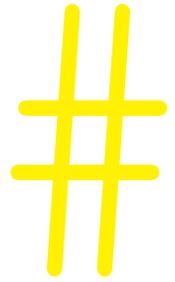


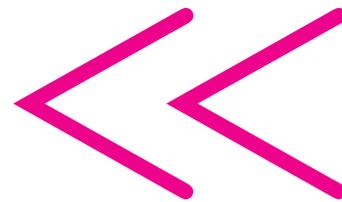
Interview du reporter Peter Hossli: «Il n'y a pas de journalisme de qualité»

DOMMO

(Marc Walder explique)



> 62W + <
52L



{ **Blockchain** Pourquoi les maisons d'édition examinent cette technologie de près. }

SOMMAIRE

4 Dites-nous, Marc Walder...

Le CEO explique les points essentiels de la nouvelle stratégie d'entreprise. Et révèle où se situent ses faiblesses.

8 Le prochain chantier

La blockchain a déclenché un raz-de-marée d'innovations. Les entreprises de médias sont toujours plus nombreuses à s'intéresser à cette technologie.

12 «Quand l'émotion te submerge»

Interview de l'ex-reporter du Blick Peter Hossli à propos de son premier livre: pourquoi il a payé la mafia, où il pleure et pourquoi il part en reportage par égoïsme.

16 Point de vue Ringier

Les meilleures photos de presse du trimestre.

18 Le prix d'une enquête

Journalistes et rédactions sont toujours plus nombreux à s'unir pour multiplier leurs ressources d'enquête. Mais qui est admis à participer? Et les entreprises de médias privées profitent-elles au passage de la redevance?

22 Fin de la frénésie

Le cours de Facebook stagne en bourse, les utilisateurs se détournent. Le plus grand réseau social de la planète est en crise.

24 Prix, pulls et party

News de l'univers Ringier: heureux lauréats, gamers et nouvelle boutique.

26 Dracula polyglotte

Comment le comédien britannique Christopher Lee laisse un groupe de journalistes bouche bée à Locarno.

28 L'argent en lieu et place du caractère

L'éditeur Michael Ringier évoque les différences entre la vallée de la Wigger de Zofingue et la Silicon Valley.

29 My Week - Leonie von Elverfeldt

Chapatis, bouchons, équipe en fête et safari dans «le plus beau pays du monde».

30 La «just-do-it girl»

Jubilé: Priska Wallimann
Conseils de lecture de Marc Walder

Idee de cover: Zuni Halpern

Impressum

Editeur: Ringier AG, Corporate Communications. **Direction:** René Beutner, CCO, Dufourstrasse 23, 8008 Zurich. **Contact:** domo@ringier.ch **Rédacteur en chef:** Alejandro Velert. **Collaboration rédactionnelle:** Ulli Glantz und Markus Senn (présentation visuelle), Marc Badertscher, Vinzenz Greiner, Adrian Meyer, Leandra Petersen. **Traducteurs:** Gian Pozzy (français), Claudia Bodmer (anglais), Ioana Chivoiu, (roumain). **Relecture:** Peter Hofer, Regula Osman, Kurt Schuiki (allemand), Patrick Morier-Genoud (français), Claudia Bodmer (anglais), Lucia Gruescu (roumain). **Mise en pages/production:** Zuni Halpern (Suisse). **Traitement photo:** Ringier Redaktions-Services Zürich. **Impression:** Ringier Print Ostrava et SNP Leefung Printers. Reproduction (même partielle) seulement avec l'accord de la rédaction. **Tirage:** 10 000 exemplaires. **DOMO** paraît en allemand, français, anglais et roumain.

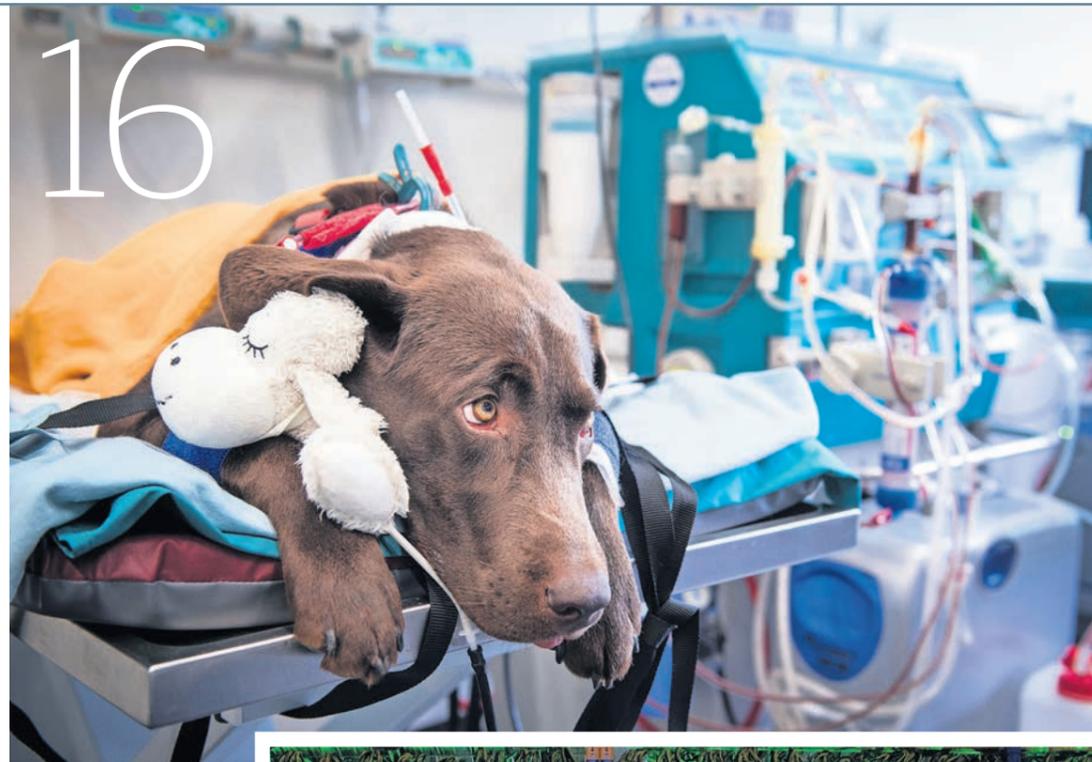
#include <iostream>
using namespace std;

```
int main()
{
    cout << "Are you a codebreaker?";
    return 0;
}
```

62W
+
52L

4

Hier geht es zur Auflösung: 



DER SPIEGEL

Nr. 49 / 3.12.2016
Deutschland €4,90
4 190700 704905 4 9

CRISTIANO RONALDO

FOOTBALL LEAKS

DIE GELDMEISTER

Enthüllt: Die schmutzigen Geschäfte der Fußball-

18



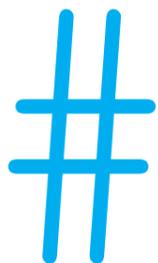
Dites-nous, Marc Walder...

Une nouvelle stratégie d'entreprise et cinq principes de direction fixent l'orientation de Ringier. Le CEO Marc Walder détaille les points principaux.

Textes: Leandra Petersen et Alejandro Velert

62W und 52L: Ça veut dire quoi?

Nous avons défini un **document stratégique** en six points et cinq principes de management. Pour assurer le succès de l'entreprise. 62W et 52L signifient «Six to win» et «Five to lead». Nous voudrions nous concentrer encore plus sur nos clients, notre rentabilité, la numérisation, les opportunités du marché et la collaboration.



A quelle fin faut-il un document stratégique?

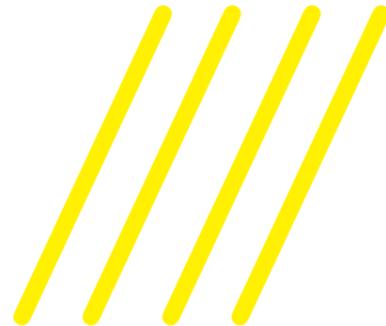


L'industrie des médias évolue à une vitesse inouïe. L'entreprise Ringier entend être un **moteur**, pas un suiveur. Nous avons défini un cadre au sein duquel nous nous orientons tous. Il est concret, intelligible et applicable. Il ne s'agit pas d'une stratégie entièrement nouvelle mais de la définition et de l'affûtage d'une stratégie déjà mise en œuvre.



Nous devons être une entreprise profitable, n'est-ce pas logique?

En dix ans, nous avons investi près de 2 milliards. Et nous devons continuer d'investir et de nous transformer. Nous ne le pourrons que si nous avons **les moyens** pour le faire. Et il faut se donner ces moyens en étant profitables. Il est important que nos employés aient cet élément en tête.



Les clients doivent être au centre de notre action. Pourriez-vous être plus concret?

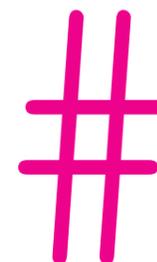
Nous devons sans cesse nous demander: que signifie notre travail pour nos utilisateurs ou notre lectorat? Comment l'utilisateur s'y retrouve-t-il? Comment simplifions-nous la vie de nos clients? **L'user experience** décide si quelqu'un utilise volontiers une offre ou opte pour une alternative. Or, dans l'univers numérique, cette dernière n'est qu'à un simple clic.



Comment faire pour que les deux initiatives aient du succès parmi les gens?

Les employés de toutes nos sociétés doivent comprendre ce que signifient «Six to win» et «Five to lead». Et se demander concrètement: qu'est-ce que cela signifie pour moi, pour mon domaine d'activité ou ma rubrique, pour mon équipe ou mon entreprise? **Un exemple concret** pour «Six to win»: en 2018 encore, au Group Executive Board, nous aimerions savoir de toutes les entreprises Ringier et dans tous les domaines: «Que signifie pour vous l'orientation clients? Comment la mesurez-vous? Et quelles mesures concrètes en déduisez-vous?» Nous l'enregistrons systématiquement. Et début 2019 suivra la prochaine mesure.

Un journaliste posté en Extrême-Orient est-il intéressé par les directives de Zurich?



A mon sens, au Group Executive Board, nous sommes proches des diverses entreprises. Nous travaillons étroitement avec tous les pays et bénéficions mutuellement du savoir des uns et des autres. Quant à la stratégie, il s'agit d'un **cadre de travail**, pas d'une stratégie définie pour chacune de nos entreprises. Il est désormais du devoir de toutes les entreprises Ringier d'appliquer ce cadre à son propre modèle d'activité et à sa propre culture.



Comment attirer les meilleurs talents chez Ringier? Entre cantine gratuite, table de ping-pong et salles de repos, les entreprises font flèche de tout bois pour se distinguer sur le marché du travail.

Nous voulons avoir les meilleurs avec nous, dans nos entreprises. Au Myanmar comme à Varsovie, Belgrade, Lagos, Accra ou Lausanne. Nous entendons être un **employeur attractif et digne de confiance** qui offre des perspectives à ses collaboratrices et collaborateurs. Sur les plans industriel et personnel. C'est à ça que nous œuvrons. C'est l'un de nos plus importants défis.



Vous avez également défini cinq principes de direction. Sincèrement, sur quel principe pouvez-vous personnellement encore vous améliorer?

Sur tous. Mais le plus sur le principe **Focus**.



« Qu'est-ce que Ringier fait bien, qu'est-ce que Ringier peut faire encore mieux? »

MW: Nous sommes vraiment dans le peloton de tête parmi les entreprises de médias en Europe. C'est bien, mais ça ne doit pas servir d'oreiller de paresse. Ce que nous pouvons faire mieux? Apprendre tous les jours quelque chose de nouveau. De petit ou de grand. Nous l'avons un jour résumé lors d'une réunion du management: «**Drive change.**» Car la grande constante, c'est le changement.



« Comment pensez-vous mesurer si les principes sont mis en œuvre, s'ils sont vécus? »

MW: A l'avenir, l'encadrement et les collaborateurs devront toujours se demander si leurs décisions soutiennent la stratégie d'entreprise: suis-je orienté clientèle dans mon comportement? Mon travail est-il durable et profitable? Est-ce que je tiens suffisamment compte des enjeux de la **numérisation**? C'est là-dessus que nous évaluerons désormais nos collaborateurs. Cela peut être convenu dans les contrats d'objectifs, être un élément de formation continue ou être vécu comme une partie de la culture de management.

« Y a-t-il danger qu'un tel document stratégique finisse dans un tiroir et tombe dans l'oubli? »

MW: Le danger est grand. Comme tout ce qu'on se promet de faire risque de sombrer dans l'oubli ou d'être dépriorisé. C'est vrai pour «J'aimerais faire quelque chose pour ma **santé**» comme pour «Six to win» et «Five to lead».



Vous trouverez plus d'informations sur la page d'accueil 62W&52L. Il suffit de scanner le code QR pour obtenir des infos supplémentaires sur la stratégie d'entreprise et les principes de management de Ringier.

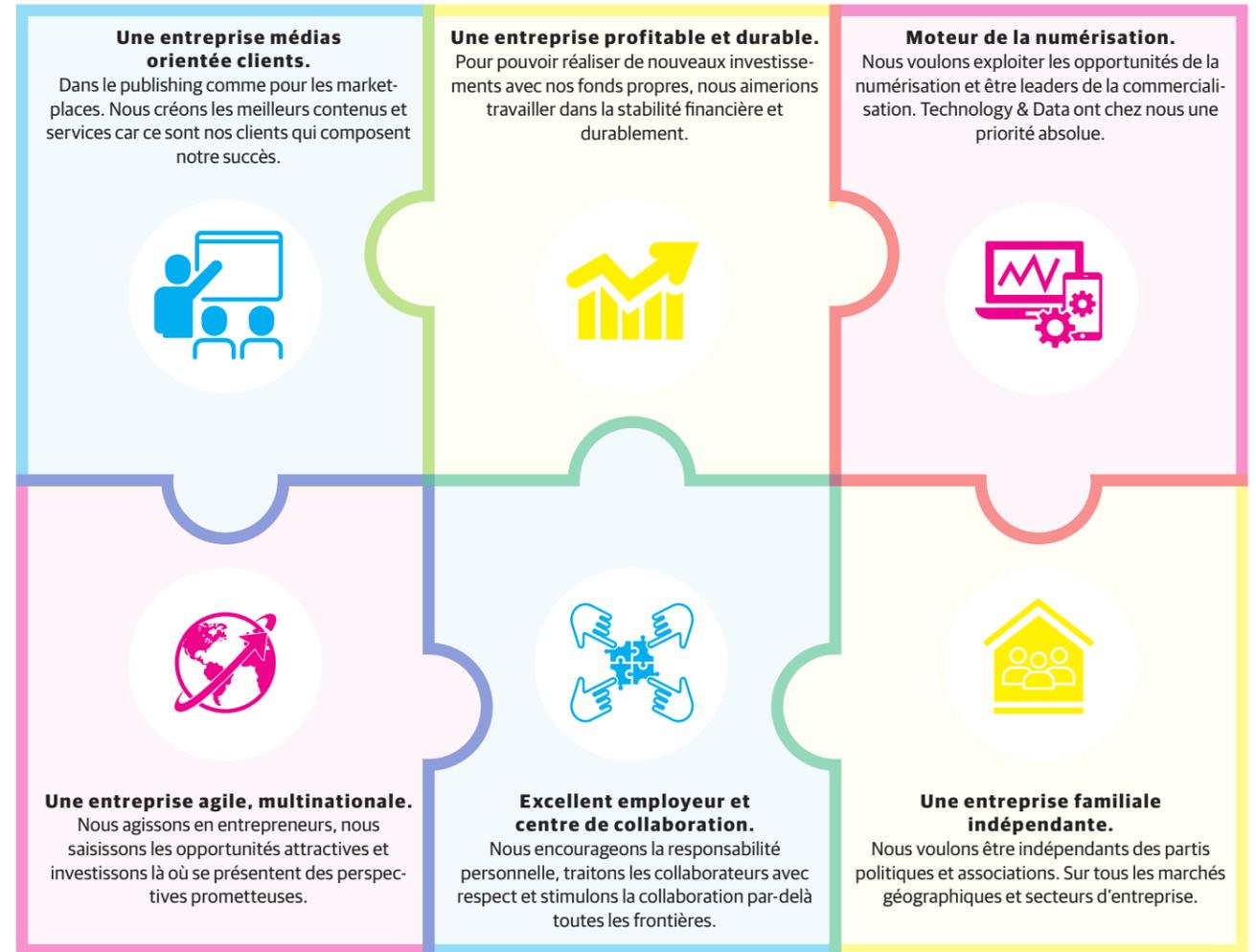
```
#include <iostream>
using namespace std;

int main()
{
    cout << "Are you a codebreaker?";
    return 0;
}
```

62W
+
52L

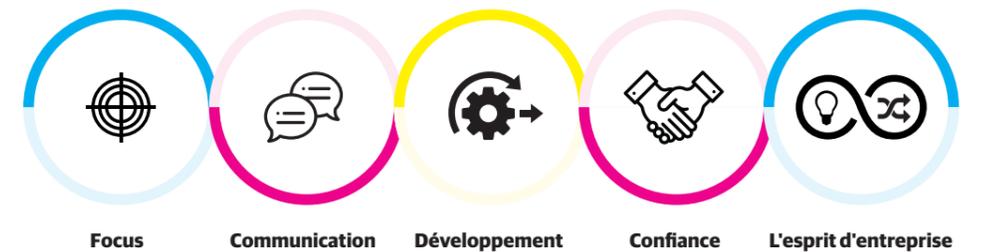
Hier geht es zur Auflösung:

Les 6 points de la stratégie d'entreprise



Five to lead: les principes de management.

Les cinq «leadership principles» ont été élaborés par le Group Executive Board pour mettre sur pied une conception uniforme de la gestion. Ces principes sont importants pour l'encadrement et les collaborateurs, car ils indiquent une direction et fixent un cadre. Ringier entend étayer son leadership sur des bases solides avec des principes clairs et créer un cadre qui s'avère nécessaire dans le monde sans cesse changeant d'aujourd'hui.



Illustrationen: FlatIcon

Le prochain chantier

Loin du tintamarre autour du bitcoin et autres cryptomonnaies, les entreprises de médias helvétiques se penchent eux aussi sur la technologie blockchain. Texte: Marc Badertscher

Lorsque les prix du bitcoin et des autres cryptomonnaies ont explosé l'an dernier, les médias en ont beaucoup parlé, les lecteurs ont été submergés d'articles décrivant le phénomène. Des articles d'observation, d'explications, critiques. Mais pour le reste, l'affaire ne concernait pratiquement pas les entreprises de médias.

C'est en train de changer. Le sujet intéresse aujourd'hui les directions des entreprises de médias suisses, provoque des séances et engendre des discussions stratégiques. Avec pour thème: les nouvelles technologies entraînent-elles des bouleversements auxquels il va falloir réagir?

Ce ne sont pas le bitcoin et ses semblables qui sont au centre de l'attention mais bien les nouvelles places de marché pour des articles, des pubs, l'immobilier et les petites annonces. Autrement dit pour tout ce qui permet aujourd'hui aux éditeurs de gagner de l'argent. Des pionniers hésitants explorent ce genre de places de marché, mais à l'écart des entreprises de médias. Un jour ou l'autre, cela pourrait devenir contrariant, y compris pour Ringier, Tamedia et le groupe NZZ.

Mais reprenons depuis le début et tournons-nous vers le bitcoin. Car sans cette première cryptomonnaie, rien n'aurait bougé. Depuis sa naissance en 2009, il est possible dans le monde entier d'échanger des valeurs

- en l'occurrence des bitcoins - par le biais de l'internet sans devoir solliciter l'autorisation de quiconque. Il n'existe pas d'entreprise, d'autorité, de banque, d'instance pour contrôler unilatéralement l'envoi de bitcoins. Et ça marche quand même. La technologie blockchain empêche que ces valeurs ne puissent être copiées sans droit (voir encadré).

Le bitcoin a déclenché toute une vague d'innovations. Il existe désormais diverses plateformes, comme Ethereum, par exemple, sur lesquelles des valeurs peuvent être créées et échangées. Il ne s'agit plus depuis longtemps de seules cryptomonnaies effectives mais de choses issues du vieux monde connu et éprouvé: par exemple des tickets d'entrée à des manifestations, des actions ou des parts de fonds immobiliers. L'an 2019 verra le lancement d'expérimentations à large échelle, visant à organiser ces valeurs en blockchains. En lieu et place d'une entreprise, c'est un programme informatique indépendant qui comptabilisera qui possède quoi.

Bien sûr, aujourd'hui, tout cela fonctionne déjà sans technologie blockchain. Mais le problème réside notamment dans l'efficacité. Migros a son propre système de gestion des points Cumulus, Ticketcorner possède sa plateforme maison, les hôtels ont leurs systèmes de réservation, les banques ont évidemment leur ▶



Ambiance de chercheurs d'or: des collaborateurs de l'entreprise de minage Bitfarms contrôlent les ventilateurs de leur centre de recherche de Farnham, au Canada. L'entreprise extrait, paraît-il, des «coins» pour une valeur de 250 000 dollars par jour.

Foto: Getty Images

manière de faire. D'année en année, cependant, les univers en ligne et hors ligne s'intriquent et, de plus en plus, se pose la question de savoir comment organiser la propriété et l'accès aux services dans l'espace numérique.

Les nouvelles plateformes blockchain proposent leur approche. Tant les points Cumulus que les actions, les chambres d'hôtel et ce qu'on appelle les jetons numériques peuvent y être répliqués. Avantage: tout est globalisé et standardisé dès le premier jour, les seuils d'accès pour de nouveaux projets sont bas, les jetons peuvent être transférés simplement et négociés de manière automatique, sans gestion centralisée. Cela devrait donner naissance à de nouvelles places de marché. Le potentiel est considérable. C'est pourquoi la thématique intéresse les entreprises de médias dans tous les secteurs. Notamment les éditeurs.

Chez Ringier, c'est l'International Digital Team qui s'en occupe. Le département focalise son attention sur le monitoring des tendances et des start-up dans ce secteur tout neuf. A l'interne, on construit des compétences par des présentations et des vidéos, afin que la direction de l'entreprise soit capable, le jour venu, de prendre les décisions qui s'imposent. «Pour l'heure, personne ne sait quelles seront les conséquences pour les entreprises de médias, concède Emilie Reynaud, de l'International Digital Team. Mais il faut se préparer.» Pour engranger des expériences, Ringier teste par exemple le raccordement au nouveau navigateur Brave, encore expérimental, capable de traiter simplement les cryptomonnaies. L'idée est d'accroître les compétences internes à l'aide d'initiatives sans risques.

Chez Tamedia également, on forme les cadres en matière de blockchain. Des projets internes sont en route, au gré desquels les programmeurs sondent déjà les nouvelles possibilités. Tout cela demeure au stade de laboratoire, il n'existe pas encore d'applications concrètes pour les consommateurs. «La blockchain est en ce moment un peu surfaite, estime Samuel Hügli, directeur de Technologies and Ventures chez Tamedia. Il n'empêche qu'on assiste au développement d'une technologie applicable à tous les secteurs dans lesquels des valeurs sont transférées. D'ici à cinq à dix ans, il y aura de la blockchain partout.» Ces prochains mois, Tamedia entend investir dans

la fintech et prendre des participations dans quelques start-up actives dans la blockchain.

Le groupe NZZ ne néglige pas non plus le sujet. Andreas Bossecker, responsable des technologies, confirme: «Au sein du groupe NZZ, nous nous intéressons bien sûr aussi à ce sujet et testons diverses possibilités d'application. Mais il est encore trop tôt pour en parler.»

Le fait est que les choses n'avancent pas vite, quand bien même de premiers projets voient le jour un peu partout, dont certains pourraient concerner les entreprises de médias. Dans le domaine de la publicité en ligne, Brave est une tentative à prendre au sérieux. Atout de ce nouveau système de navigation sur la Toile de l'ancien patron de Mozilla,

Brendan Eich: même les utilisateurs bénéficient de la publicité affichée et devraient un jour se voir payer une petite part des revenus.

Dans le domaine du journalisme, il faut citer Civil, Steemit et Gifto. Ils délivrent tous trois des infos ou des opinions et constituent des formes mixtes entre sites d'information classiques et médias sociaux. Comme souvent dans l'univers crypto, les incitations économiques jouent un rôle. L'idée est, par exemple, de récompenser les lecteurs qui ont recommandé des articles ou des posts et assumé ainsi une fonction de diffuseurs. Civil, de son côté, tente de mettre sur pied un système de réputation pour le journalisme fiable. Là aussi, les auteurs bien suivis sont directement rémunérés.

Le premier monument du monde dédié à la blockchain. Il se situe dans la ville slovène de Kranj.



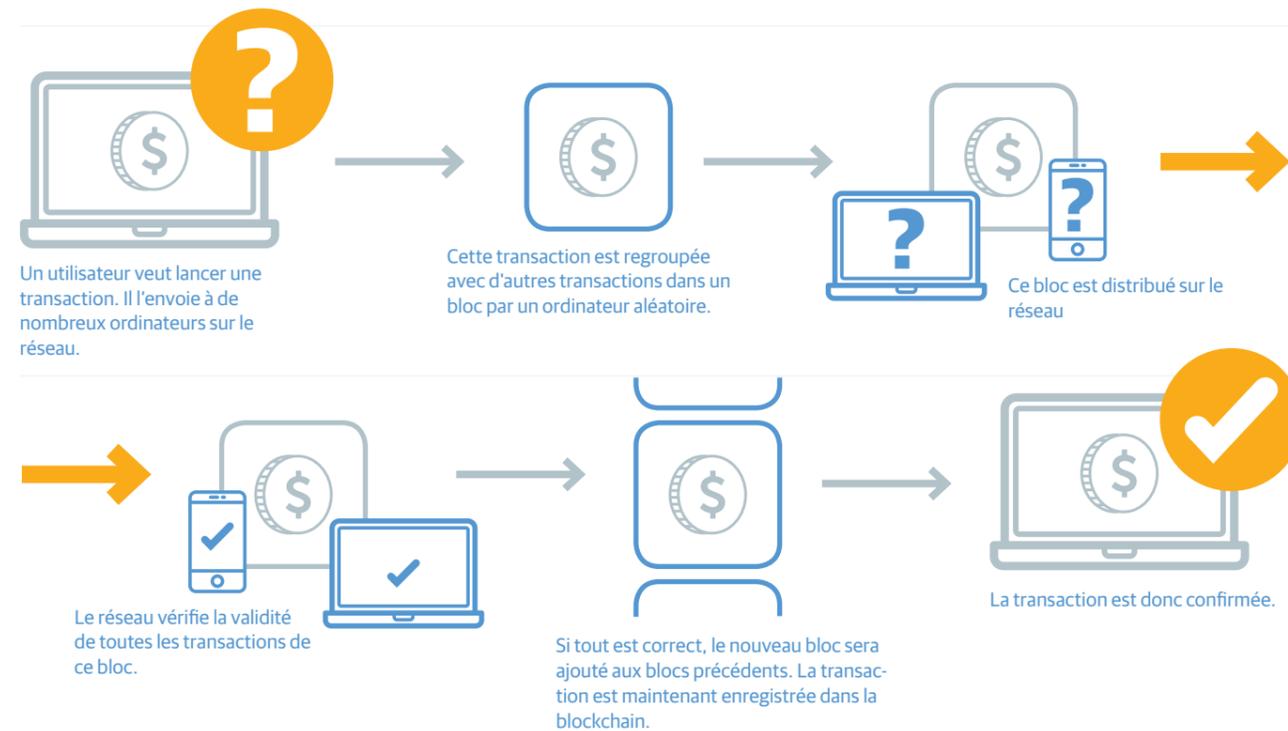
Pourquoi les blockchains fonctionnent

Une blockchain est en fait une banque de données. Sauf qu'elle n'est pas stockée sur un seul ordinateur mais sur des milliers tout autour du monde. Ces ordinateurs communiquent sans cesse entre eux afin que tout le monde dispose des mêmes données mises à jour. Du coup, la question est: comment assurer que la banque de données n'est alimentée qu'en données correctes et valables et non, par exemple, par des transactions interdites et frauduleuses? La solution de ce problème est le grand acquis des blockchains publiques: toutes les quelques secondes ou minutes, tous les ordinateurs participants choisissent l'un d'eux, de façon aléatoire, autorisé à introduire de nouvelles transactions dans la blockchain. Et tous examinent les choses de près et vérifient que l'ordinateur choisi s'en tient aux règles convenues et va introduire des transactions

correctes dans la banque de données. S'il le fait, il est financièrement récompensé. Il est donc incité à bien se comporter. Si ledit ordinateur (ou son propriétaire) entend quand même tricher, il est immédiatement évincé et le réseau choisit un autre ordinateur qui aura le droit d'enrichir la banque de données. Les transactions frauduleuses ou non valables ne trouvent ainsi pas d'accès à la banque de données. (Ça marche aussi longtemps que la plupart des ordinateurs ne poursuivent pas le même but que le tricheur. Or cette situation serait peu vraisemblable: elle affaiblirait le réseau et donc le profit des participants en réduisant la récompense.) Ce sont donc les incitations économiques qui font que les ordinateurs participants se conforment aux règles et créent ainsi un système extrêmement robuste sans gestion centralisée.

Foto: AFP, Flaticon

Comment la blockchain fonctionne



Et les nouvelles places de marché débarquent. Elles sont des dizaines à voir le jour. Pour parier (Augur), pour échanger des objets physiques comme sur Ricardo (OpenBazaar) ou des biens de luxe (TendSwiss), des immeubles (Atlant) ou pour changer de boulot (Ethlance). Elles recourent toutes à la blockchain, afin d'automatiser autant que possible une activité jusqu'alors proposée par des entreprises traditionnelles.

Concrètement, cela ressemble à ceci: de nos jours, Ricardo garantit par exemple que les opérations sur son site de vente se déroulent correctement et exclut les brebis galeuses. C'est l'une des justifications de l'existence de la société exploitante et c'est pourquoi elle peut encaisser des taxes pour chaque opération. Sur un site basé sur une blockchain, ce contrôle par l'entreprise n'est plus nécessaire. Les flux de paiement entièrement automatisés garantissent des échanges corrects: le vendeur doit effectuer un dépôt qu'il récupère si l'acheteur a obtenu la marchandise à son entière satisfaction. Simultanément, l'acheteur paie déjà le prix lors de la commande, mais cet argent reste bloqué jusqu'à ce qu'il ait la

marchandise entre ses mains, satisfait, et qu'il libère l'argent.

Ce processus est aisément réalisable par le biais de ce que l'on appelle les «smart contracts»: plus besoin d'intermédiaire! Et s'il devait quand même y avoir un jour litige entre les parties, elles pourraient pratiquement obtenir un arbitrage qui trancherait l'affaire en échange d'un

«Nul ne sait encore quelles seront les conséquences pour les entreprises de médias. Mais il faut s'y préparer.»

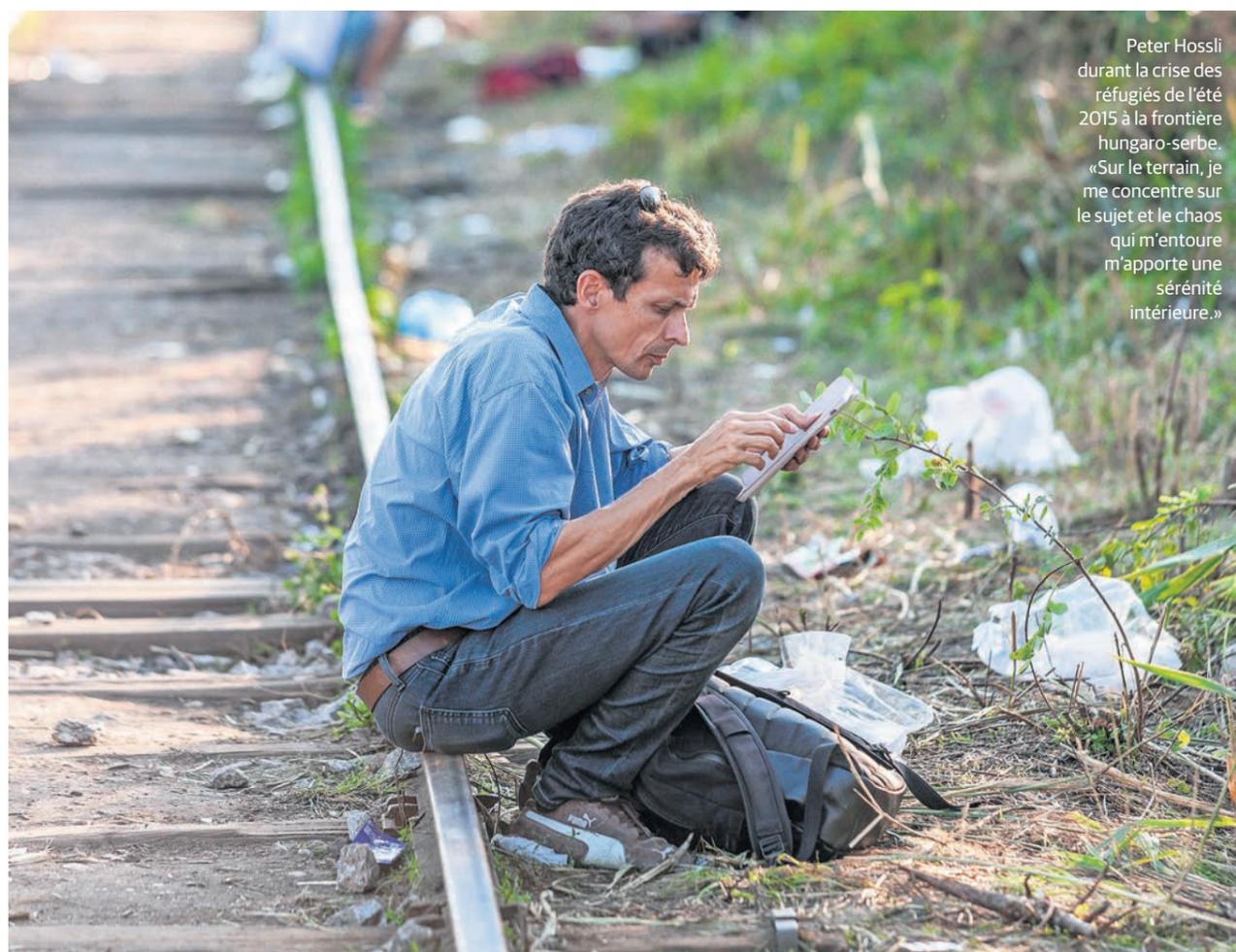
Emilie Reynaud, Ringer International Digital Team

émolument. A noter que les arbitres sont également des acteurs décentralisés, plus ou moins des indépendants, qui mettent leur réputation en jeu s'ils prennent parti pour l'une ou l'autre des parties en cause. Et il y aurait encore une instance supérieure pour régler le cas.

La plupart de ces nouvelles places

de marché pourraient être mises en place même sans technologie blockchain, mais il est possible que la manipulation des flux d'argent et des droits d'accès serait plus efficace et plus fiable que jusqu'ici. A vrai dire, aucun projet n'est encore mûr pour être commercialisé en masse. Cela dépend aussi de la technologie sous-jacente à la technologie blockchain, qui en est encore à ses balbutiements. La plupart des blockchains sur lesquelles misent toutes ces nouvelles applications sont trop malcommodes pour un usage quotidien, trop coûteuses et insuffisamment abouties. Aujourd'hui, elles ne maîtrisent encore que beaucoup trop peu de transactions.

De multiples start-up et quelques blockchains feront lamentablement naufrage, comme c'est habituellement le cas dans le monde de l'entreprise. C'est pourquoi il serait prématuré de tout miser sur les blockchains. A court terme, les répercussions des nouvelles technologies sont souvent surestimées. A long terme, elles sont toutefois sous-estimées. On saura au fil de la prochaine décennie ce que cela signifie pour les entreprises de médias. 🌐



Peter Hossli durant la crise des réfugiés de l'été 2015 à la frontière hungaro-serbe. «Sur le terrain, je me concentre sur le sujet et le chaos qui m'entoure m'apporte une sérénité intérieure.»

Quand l'émotion te submerge

Le journaliste Peter Hossli présente son premier livre: «C'est une déclaration d'amour à notre profession.» Dans cet entretien, le reporter du Blick explique pourquoi les lamentations de ses collègues l'énervent, évoque sa plantée avec Monica Lewinsky et raconte où il va pour pleurer.

Interview Alejandro Velert

Le contenu de votre livre a longtemps été empreint de mystère. Dans le métier, on s'attendait à ce que vous fassiez exploser une grosse bombe.

Je n'ai jamais dit que c'était un secret mais uniquement que je n'avais pas envie d'en parler. **Vous aviez prévu un livre de révélations. C'est vrai?**

Non, jamais. J'avais clairement pris le risque que ce serait un projet personnel. Le secteur des médias a la langue bien pendue et je ne voulais pas que trop de gens ramènent leur science. Je voulais me préserver un vaste espace de liberté.

Et on apprend qu'au cours de toute votre carrière, vous n'avez été satisfait que d'un seul texte. Celui consacré au photographe Robert Frank. A quel point êtes-vous content de votre premier livre?

C'est au public d'en juger.

Vous ne vous en tirez pas comme ça.

Il est rare que je sois totalement satisfait de mes textes. C'est un peu usant mais cela améliore le boulot. Mon tout premier chef au Tages-Anzeiger me rabâchait: «Si tu penses avoir écrit quelque chose de sensationnel, c'est en général moyen. Mais si tu te bats et te disputes avec ton texte jusqu'à la dernière minute, ça peut devenir plutôt bon.» Il avait raison.

Vous travaillez beaucoup et vous êtes sans cesse insatisfait? C'est démoralisant.

Je ne suis pas insatisfait mais autocritique. On n'est jamais aussi bon qu'au dernier article. Le journaliste allemand Wolf Schneider disait qu'il y a toujours du travail, que l'on soit auteur ou lecteur. Je m'efforce d'éviter du travail au lectorat.

J'ai versé mon premier loyer à la mafia



Le livre de Peter Hossli, 49, («Die erste Miete ging an die Mafia») raconte comment et pourquoi le journaliste exerce le métier de reporter. Ces mémoires mettent en lumière la mince nuance entre obsession professionnelle et responsabilité privée.

Werd Verlag, 370 pages, 29 francs
ISBN 978-3-85932-939-3

Foto: Pascal Mora

Il en est sorti un livre très personnel.

Le risque de se casser la figure est d'autant plus grand. J'ai dû choisir entre écrire sur notre métier, sur la crise du journalisme ou faire un livre de révélations. Je me suis concentré sur le métier et j'effleure les deux autres sujets. L'idée est de décrire comment un reporter travaille, ce qui le stimule et ce qu'est la mission de ce métier. Je le fais sur la base de ma propre expérience et des histoires que j'ai racontées pendant vingt-cinq ans.

Vous décrivez la «bonne story» comme la pilule du bonheur. Elle fonctionne comme une drogue sur le cerveau du journaliste. Depuis quand souffrez-vous d'addiction?

(Il réfléchit longuement.) Quand j'avais 6 ans, l'entreprise de mon père a fait faillite. Nous avons dû déménager d'une grande villa avec piscine avec des chèvres dans le jardin dans un appartement de trois pièces à Nussbaumen en Argovie. C'est là que j'ai tenté pour la première fois de comprendre pourquoi et comment les choses se produisent. Et je me suis rendu compte que l'on pouvait tout perdre d'un jour à l'autre. Depuis lors, je baigne dans un mélange de curiosité et d'insécurité.

Et ce besoin de raconter des histoires?

Ça se situe au plus profond de chaque être humain et c'est aussi vieux que l'humanité. Une peinture rupestre qui représente des mamouths, c'est du journalisme. Et c'est une mission sociale importante. Les journalistes servent la démocratie. Pour moi, c'est essentiel. Nous ne sommes pas le quatrième pouvoir. Le pouvoir appartient au peuple et aux décideurs.

Quel est donc le rôle des journalistes?

Nous, les journalistes, devons approcher autant que possible la vérité, la décrire et la représenter sans préjugés. Afin que d'autres puissent décider en conscience. Il y a des journalistes qui veulent changer le monde, qui fonctionnent en activistes. Pour moi, c'est une approche erronée.

Et lorsque, comme en 2015 sur la route des réfugiés en Europe de l'Est, on vous demande votre aide?

Dans les Balkans, la misère et la détresse étaient immenses. Beaucoup de réfugiés m'ont demandé si je pouvais les amener à Berlin en voiture. Je sais que des journalistes l'ont fait. Je le refuse parce que c'est une interférence

dans la réalité. Les journalistes rapportent. Nous ne sommes pas des passeurs.

Donc, au lieu d'aider, vous observez. C'est ce que mes filles me reprochent chaque fois (il rigole). Avec le photographe Pascal Mora, nous avons rempli chaque jour une double page pour le Blick. Nous décrivions juste ce qui se passait. C'est aux décideurs de savoir ce qu'on en fait.

Devant l'ordinateur plutôt qu'au front: vous dites qu'il y a trop de journalistes de bureau dans les rédactions.

«Lorsque j'avais 6 ans, l'entreprise de mon père a fait faillite. Depuis lors, je suis partagé entre curiosité et insécurité.» Peter Hossli

Il est toujours périlleux de généraliser. Mais on voit trop souvent des journalistes se contenter de jeter un coup d'œil sur l'ordinateur et de parler de ce qu'ils y trouvent.

Il n'y a de journalisme de qualité qu'au front?

Ah, je n'aime pas la notion de journalisme de qualité. Un bon texte dans un quotidien de boulevard peut être tout aussi bon qu'un long texte dans la NZZ. Chaque texte, chaque photo et chaque vidéo doivent obéir aux règles du journalisme, peu importe où ils paraissent.

Puisqu'on évoque la NZZ, dans le chapitre «Kalt geschrieben, kalt erwischt», vous racontez comment, à vos débuts de journaliste libre aux Etats-Unis, en 1998, vous avez proposé à la NZZ un texte qui vous aviez piqué dans le New Yorker.

J'en éprouve encore du remords aujourd'hui. J'ai travaillé au magazine Facts et j'ai beaucoup appris. Y compris les choses qui ne se font pas: «sensationaliser» des sujets, piquer à d'autres des faits ou des citations. Mais cela ne m'inno-cente pas.

Vous êtes-vous excusé?

Bien sûr. Dans le livre, je décris d'autres désastres encore. Mon interview avec Monica Lewinsky, par exemple. Le fait de l'avoir pour un entretien a fait sensation. Mais l'interview en soi fut médiocre, elle ne voulait parler que de l'entre-

prise de sacs à main qu'elle avait fondée. J'ai appris de toutes mes erreurs.

Vous avez également loupé la tuerie de l'école de Columbine.

J'étais justement à l'aéroport de Denver et j'ai vu ce qui se passait à la télévision. A 15 miles seulement de là où je me trouvais! Mais la dimension de cette tragédie m'a échappé et j'ai embarqué dans l'avion. Quand je suis arrivé à New York, une douzaine de sollicitations de diverses rédactions m'attendaient déjà. Dans mon livre, je voudrais parler du journalisme sur un ton aussi vivant et concret que possible. Les échecs en font partie. **Vous dites que les journalistes ont trop souvent l'œil sur leur écran d'ordinateur. C'était tellement mieux avant?**

Non, au contraire. Dans l'ensemble, le journalisme est meilleur aujourd'hui. Le problème est que le modèle d'affaires s'effondre. Cela engendre une grande insécurité et des mesures d'économie. C'est pour cela qu'on passe plus de temps devant l'ordinateur. Et les journalistes consacrent trop d'énergie à se lamenter. Et ils se mêlent trop souvent du modèle d'affaires de leur profession.

Qu'y a-t-il de faux à cela?

C'est le boulot du directeur des publications! C'est à lui de développer de nouveaux modèles d'affaires. Nous, les journalistes, nous devons raconter des histoires et éviter de nous mêler des structures.

Les vidéos de chatons et les galeries photos marrantes sont-elles de bonnes histoires?

Si les vidéos de chatons financent le bon journalisme, ça me va très bien. Car les temps que nous vivons sont exceptionnels pour le journalisme. Le monde est complexe, la roue des infos tourne à une vitesse inouïe. Cela exige un tri et des explications. Les bonnes stories marchent toujours.

Que conseillez-vous aux jeunes journalistes?

D'être différents des autres. On ne trouve pas de bonnes histoires là où trop de journalistes s'attroupent. Ce fut la plus importante leçon de mon temps de journaliste libre à New York. Les correspondants étrangers étudiaient chaque jour les quotidiens et racontaient à l'Europe ce que des Américains avaient écrit. J'ai compris que je ne gagnerais pas d'argent avec ça. C'est pourquoi j'ai dû proposer d'autres sujets.

Avec succès?

C'était un modèle d'affaires sensationnel. En journalisme aussi, le principe de l'offre et de la demande s'impose. Lorsqu'une marchandise se fait rare - une bonne story - son prix augmente. **Vous êtes devenu riche aux Etats-Unis?**

Non, quand même pas. Mais j'ai bien vécu et n'ai jamais été dans les chiffres rouges. Mon premier loyer, je l'ai payé à une famille mafieuse, comme me l'a révélé plus tard l'agent infiltré Joseph Pistone, alias Donnie Brasco. La maison dans laquelle je vivais à mes débuts à New York appartenait à cette famille.

On vous dit méticuleux. Dans votre travail, vous allez au cœur des événements et des protagonistes. En même temps, vous soutenez qu'un reporter doit s'exprimer très sobrement et de façon distanciée. N'y a-t-il pas là une contradiction?

Quand je vois en Somalie des enfants affamés, je masque ma réaction. Sans quoi ce ne serait émotionnellement pas tenable. L'essentiel, c'est le reportage, je dois faire un article aussi bon que possible. C'est de l'artisanat pur et simple. Sur la base des faits et par une écriture sobre, on génère à coup sûr des émotions plus fortes qu'à l'aide de descriptions tragiques ou affligées.

Vous aimez vous rendre sur ce genre de terrain?

J'ai demandé un jour à un reporter de guerre pourquoi il allait sur les champs de bataille. Il m'a répondu que chez lui, dans l'Éden américain, son chaos intérieur était bien plus grand que le chaos extérieur. Cela le déstabilisait.

C'est pareil pour vous?

A peu près. Le fait que je parte sans cesse en reportage tient clairement d'un certain égoïsme. Sur le terrain, je suis concentré et le chaos qui m'entoure m'apporte de la sérénité intérieure.

Et quand vous rentrez à la maison?

Mon ressenti est une affaire privée. A la rédaction, je raconte peu, à la maison un peu plus. C'est souvent au lac de Zurich, où je vais nager tous les jours, que se fait la gestation de ce que j'ai vu. Et je vais en forêt. Je pleure. Ça a quelque chose d'une catharsis.

On ne peut quand même pas évacuer ses émotions.

Non, mais ce n'est pas aux émotions de guider notre travail. Je les libère



Quelle est l'ambiance aux Etats-Unis? A quels problèmes les gens y sont-ils confrontés? En 2016, Peter Hossli cherche les réponses auprès des mineurs de charbon de Grundy, en Virginie. C'est là que, durant la précampagne électorale, Trump a rencontré le plus d'assentiment. Peter Hossli a vite deviné que Trump avait toutes les chances d'être élu.

une fois que le travail est terminé. En 2009, j'ai accompagné un couple en Namibie, lui Suisse, elle Namibienne. Leurs deux petits enfants avaient été assassinés. Aujourd'hui encore, cette histoire me touche quand je la relis.

Dans votre livre, vous ne cessez de parler du grand écart entre famille et travail.

Il y a quelques années, j'ai lu la magnifique autobiographie de la photographe de guerre Lynsey Addario. Elle parle des choses qu'elle manque parce qu'elle est sans cesse en voyage. Là, je suis d'un tout autre avis: je ne suis pas une victime.

Mais le responsable.

Tout juste. Les victimes, ce sont les proches. Je suis proche de mes deux filles, elles comptent pour moi. Mais au lieu de fêter leur anniversaire en famille, je parcours les Etats-Unis avec un candidat à la présidence. Cela engendre un déchirement intérieur. Il m'importait de décrire cela. Ça fait partie de la vie du reporter. D'ailleurs, après avoir lu mon livre, ma fille de 14 ans voudrait devenir journaliste. Pour moi, c'est le plus beau compliment. Dans ce bouquin, elle a discerné une déclaration d'amour à une profession.

Dans votre livre, vous racontez l'histoire de cette interprète. Ça fait frémir.

Enfant, Ayan Dagan a été excisée,



Foto: StefanFalke, Pascal Mora

comme toutes les fillettes en Somalie. Elle a été violée et a entrepris une interruption de grossesse sur elle-même. Pourquoi me raconte-t-elle ça à moi, l'étranger européen? Que faut-il à un reporter pour créer une telle confiance? C'est sur cela que je voulais écrire un livre. **Le sous-titre de votre livre est: «Was ich bin: Reporter». Pas un père, par exemple, ni un compagnon de vie.** Il va de soi qu'à la maison je suis père et compagnon de vie. Mais au bout du compte, en tant qu'humains nous sommes seuls. Alors je suis reporter. Finalement, c'est ça

qui me définit le plus. **Vous êtes également fils. Dans le livre, vous décrivez votre père comme un alcoolique.** Ma jeunesse n'a pas été simple. Ma manière de travailler a beaucoup à voir avec ça. **Dans quelle mesure?** La faillite de mes parents m'a rendu curieux et insécure. Grandir avec un alcoolique m'a forcé tôt à me débrouiller tout seul. **Après onze années aux Etats-Unis, vous rentrez en Suisse en 2009 et décrivez ce moment comme un désastre intérieur. Vous en êtes-vous jamais remis?**

Photo du haut: en 2009 à Crawford, Texas, où George W. Bush avait son ranch. Après les huit années Bush, les dix magasins de souvenirs ont tous fermé. Photo du bas: tir à la corde en 2017 avec des enfants dénutris en Somalie - l'iPad toujours à la main!

Ce retour au pays a été pour moi une rupture. Je serais volontiers resté à New York. Mais le retour en Suisse avait du sens, ne serait-ce qu'à cause de l'école des enfants.

Ensuite vous avez pu travailler pour Ringier, surtout pour le Blick. Sans rien déprécier, il y avait des publications jouissant d'une plus grande renommée.

Les journalistes ne travaillent pas pour la renommée mais pour les lecteurs. Travailler pour le Groupe Blick fut un privilège. J'ai pu réaliser de superbes sujets. Après huit ans, j'ai eu envie de changer.

Quelle différence y a-t-il entre un écrivain et un reporter?

Ecrivain est un mot trop grand pour ce que je fais. Ce que j'aime dans mon travail actuel, c'est le rythme. Je suis au bureau tous les matins à 8 heures et j'écris jusqu'à 17 heures, puis je rentre à la maison. Le mouvement perpétuel des news ne conditionne plus ma vie. Mais les délais de bouclage commencent à me manquer.

Reste que vous travaillez sur un nouveau livre.

Au repas de Noël, mon beau-père m'a parlé d'un meurtre qui s'est déroulé durant sa jeunesse. A partir de cette histoire, je dépeins une fresque des mœurs en Suisse durant la guerre froide.

Dans votre livre, vous ne cessez de pester contre la manie de la relecture, habituelle en Suisse. Est-ce à dire que je ne dois pas vous soumettre cette interview?

Après une interview, un journaliste ne doit jamais proposer ça (il rit).

Les photos Ringier du trimestre

Les meilleures photos et leur histoire. Une cover évocatrice. Des bains populaires. Du high-tech pour le chien. Et l'abattoir pour les porcs.

L'ILLUSTRÉ
EMMANUEL PIERROT
JULIE BODY

Photographe
Rédaction photo



Comment symboliser le sujet sur le burn-out en couverture? C'est le problème qui se pose à **L'illustré** en juin. Le magazine avait déjà traité le problème trois ans auparavant et, à

l'époque, il avait photographié des personnes concernées et les avait représentées sur du papier froissé. «Cette fois-ci, nous avons voulu une solution encore plus abstraite, sans personnification», explique l'Art Director Julie Body. L'idée géniale est venue du photographe français Emmanuel Pierrot: un visage humain esquissé sur un œuf. «Les craquelures et les fissures dans la coquille symbolisent parfaitement la fragilité d'une personne affectée de burn-out. Et la couleur évoque la peau vulnérable de l'être humain», commente Julie Body. Ce petit œuf tout seul dans un espace vide, menaçant de se casser, est une solution intelligente, non dénuée d'humour mais néanmoins respectueuse à l'égard du problème et des conséquences d'un burn-out, conclut-elle.

SCHWEIZER ILLUSTRIERTE
NICOLAS RIGHETTI
NICOLE SPIESS

Photographe
Rédaction photo



Nicolas Righetti ignore si les fontaines au pied des Tours de Carouge ont un jour servi de bains publics gratuits.

Sans doute pas. Mais il sait que c'est exactement cela qu'il compte photographier. Car ici, l'été, grands et petits se rafraichissent - à l'œil, évidemment. La **Schweizer Illustrierte** avait chargé le photographe d'immortaliser l'été caniculaire. «C'est un lieu magique. Petit, je me suis moi-même baigné ici, comme tant d'autres enfants.» La fontaine de Carouge, à deux pas de Genève, sert en quelque sorte de bains publics officiels à la ville. «C'est surtout marrant de sauter d'une fontaine à l'autre.» Si ce n'est pas interdit, ce n'est pas entièrement dépourvu de danger, avoue Nicolas Righetti. La lumière était parfaite le soir à 19 heures pour prendre la photo, raconte-t-il. «Car à cette heure-là, le soleil luit entre les gratte-ciel.»

L'ILLUSTRÉ
JULIE DE TRIBOLET
JULIE BODY

Photographe
Rédaction photo



Même la peluche de Shaun le mouton ne parvient pas à égayer Inuk. Ce labrador de 10 mois au regard

émouvant souffre de leptospirose, une maladie infectieuse. Il doit donc se soumettre régulièrement à une dialyse à l'hôpital vétérinaire de Berne. Pour **L'illustré**, la photographe Julie de Tribolet et la journaliste Mireille Monnier ont passé six jours dans cet hôpital pour chiens et chats. L'Art Director Julie Body commente: «Nous avons volontairement laissé beaucoup de temps à nos deux collègues pour réaliser un portrait complet de l'activité de cette clinique de petits animaux.» Le reportage montre de manière impressionnante tous les efforts qui sont fournis ici. Du high-tech pour le meilleur ami de l'homme. Comme chiens et chats ne sont en revanche pas toujours amis, la clinique dispose de deux salles d'attente, une pour les chiens, l'autre pour les chats

SCHWEIZER ILLUSTRIERTE
KURT REICHENBACH
NICOLE SPIESS

Photographe
Rédaction photo



Heureusement que, même en ce superbe été sur l'alpe, on trouve un peu d'ombre, sans quoi la photo de Kurt

Reichenbach pour la **Schweizer Illustrierte** n'aurait pas vu le jour. Avec la journaliste Manuela Enggist, il a accompagné deux jours durant la famille Aellig sur l'alpage d'Engstligen, dans le canton de Berne, où elle pratique l'estivage à 2000 mètres d'altitude, avec vaches, veaux, taurillons, chèvres et porcs laineux. «J'ai vite compris que j'allais vouloir immortaliser les vaches à l'aide d'un drone. Le problème est que je devais pour ce faire contrarier les bêtes qui ont un rythme quotidien bien réglé, qu'elles connaissent à la perfection.» Pour obtenir l'ombre adéquate, Kurt Reichenbach choisit le soleil levant. «A cause de moi, le paysan a dû retenir les vaches à l'étable après la traite matinale.» Après vingt minutes de meuglements protestataires, tout va très vite: le photographe fait grimper le drone à 40 mètres et déclenche. «Peu de temps après, la photo aurait eu une tout autre allure.»

BLICK
STEFAN BOHRER
TOBIAS GYSI

Photographe
Rédaction photo



Il en faut beaucoup, de nos jours, pour que les gens ne gardent pas le regard fixé sur leur smartphone. Mais

une colonne de fumée parvient à les en distraire. Le 27 juin, une énorme masse de fumée s'élève à des centaines de mètres de haut dans le ciel bâlois. Sur le terrain d'une entreprise logistique, un dépôt de traverses de chemin de fer usagées a pris feu. Quand il remarque la fumée, le photographe de **Blick** Stefan Bohrer saute dans sa voiture et fonce vers le port fluvial de Bâle. «Mais la police avait déjà bouclé les lieux.» Depuis le bassin portuaire, Bohrer réussit finalement à réaliser une belle image. «C'était dingue de voir les badauds assister paisiblement à tout ça.» La police, elle, est moins détendue: comme on part de l'idée que la fumée est toxique, la population est appelée à rester à la maison. Quand Bohrer informe la rédaction qu'il a fait la photo, on lui dit que le journal est déjà plein. «Mais quand ils l'ont vue, ils ont libéré presque une double page. J'en suis assez fier.»

LIBERTATEA

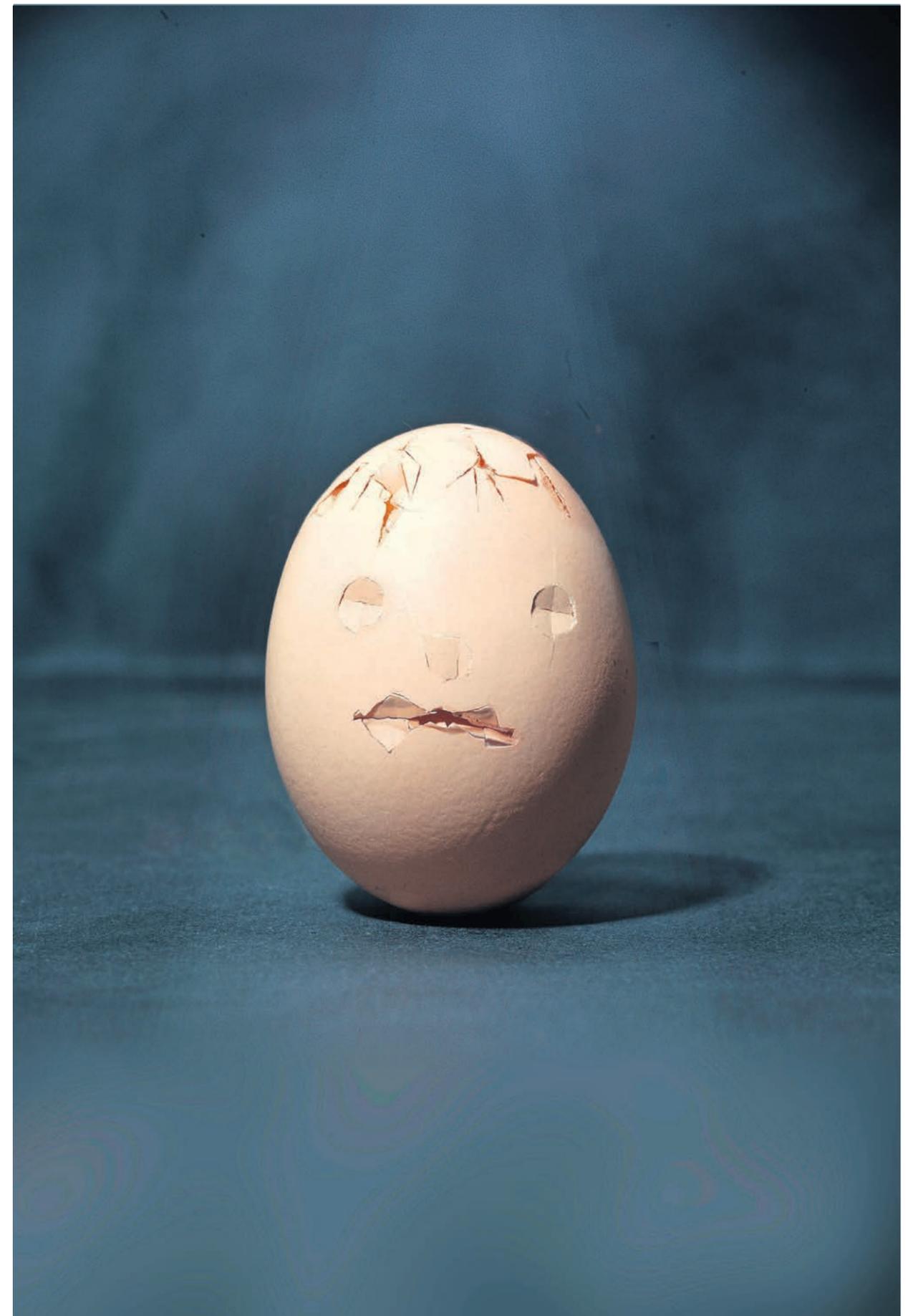
VLAD CHIREA

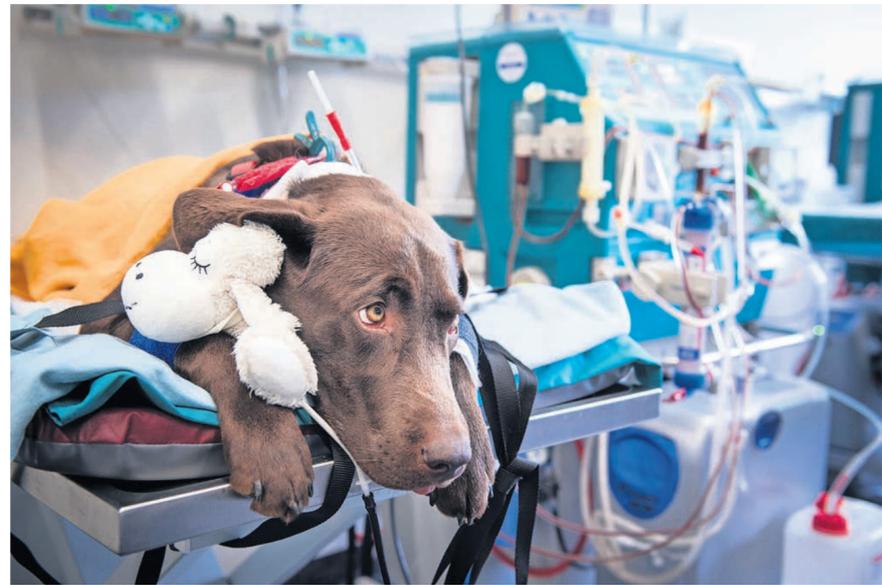
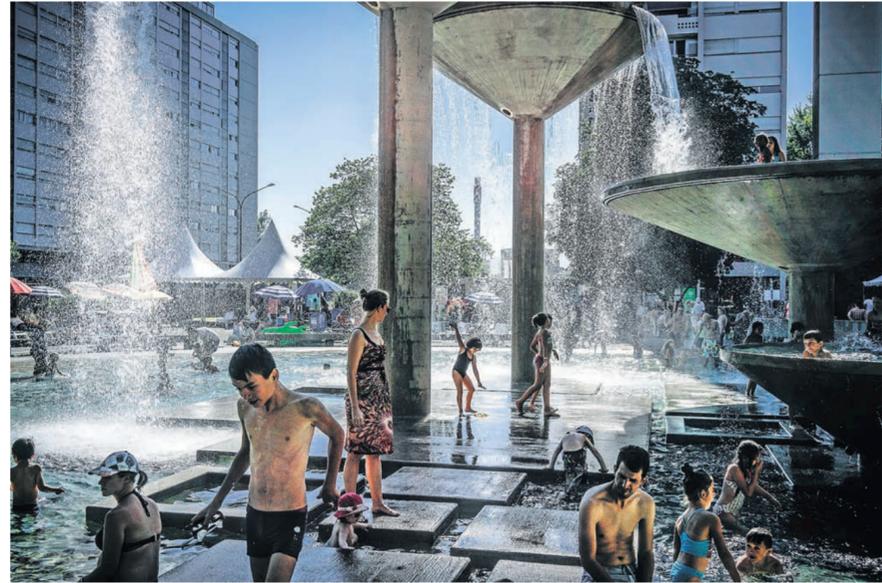
Photographe & Rédaction photo



On les appelle «les hommes en blanc». Ils viennent de l'office vétérinaire roumain et contrôlent tous les villages,

toutes les maisons, toutes les arrière-cours. Car en Roumanie sévit la peste porcine africaine. Un million de porcs seront abattus d'ici à la fin de l'année. «En Roumanie, les porcs ont une signification particulière, explique Vlad Chirea. Ils sont souvent sacrifiés le 20 décembre, lors de l'Ignat des cochons et, ce jour-là, chaque geste obéit jusque dans le moindre détail à un rituel très ancien.» Ensuite, pour des centaines de milliers de Roumains, cette viande est essentielle pour passer l'hiver. Pour **Libertatea**, Vlad Chirea a photographié le travail des «hommes en blanc» dans le sud du pays. «La femme désespérée sur la photo a 70 ans et se prénomme Maria. Elle a passé toute sa vie à Gura Iomitei.» Son porc pesait 200 kilos, on lui a enlevé six mois d'alimentation. «Ce qui rend les gens furieux, c'est que les autorités avaient été averties depuis longtemps par l'UE. Mais elles n'ont rien fait.»







Quarante-cinq journalistes d'investigation de divers journaux, radios et télévisions enquêtent ensemble sur le même sujet. Ils consultent des centaines de milliers de documents, se fauflent entre d'énormes montages de données, réalisent des interviews. Leur but: poursuivre le travail de Daphne Caruana Galizia, 53 ans, puisqu'elle ne peut plus le faire. Car le 16 octobre 2017, une voiture piégée a tué la journaliste d'investigation maltaise. Jusqu'à sa mort, elle n'avait cessé d'informer sur la corruption dans le petit Etat insulaire.

Les recherches des 45 journalistes paraissent six mois plus tard. Sous le titre «The Daphne Project», leurs 18 éditeurs dans 15 pays tissent les fils qu'elle ne pouvait plus réunir.

Tandis que le Süddeutsche Zei-

tung s'est intéressé aux milliards réalisés par la vente de passeports maltais, le Tages-Anzeiger a suivi les traces qui, depuis la Pilatus Bank maltaise, conduisent à la Suisse. D'autres journalistes du consortium se concentrent sur les liens de la banque avec le clan au pouvoir en Azerbaïdjan. La radio néo-zélandaise suit cette piste jusqu'à un gestionnaire de fortune à Auckland (NZ). Au total, plus de 80 contributions paraissent dans le cadre du «Daphne Project».

Ce n'est pas une exception mais bien l'illustration d'une tendance: on voit toujours plus se développer des coopérations nationales et internationales où des éditeurs de médias se rassemblent en vue d'importantes enquêtes. Avec succès.

Sous la houlette du Spiegel,

l'équipe d'enquête d'European Investigative Collaborations (EIC) a révélé en 2016, dans un rapport intitulé «Football Leaks», comment les stars du foot fraudaient l'impôt. Deux ans auparavant, l'International Consortium of Investigative Journalists (ICIJ) montrait par le «Luxembourg Leaks» les arrangements fiscaux entre le mini-Etat européen et des groupes multinationaux. Les révélations des «Panama Papers» et des «Paradise Papers» sont aussi l'œuvre de l'ICIJ. Le projet The Migrants' Files - par lequel des journalistes de 15 pays ont révélé combien de réfugiés en chemin pour l'Europe ont non seulement quitté leur patrie mais y ont aussi laissé leur vie - a remporté en 2015 le Prix de la presse européenne.

Bon nombre de ces enquêtes ont

coûté leur poste à des politiciens, des comptes bancaires ont été gelés, des enquêtes policières lancées. Du journalisme agissant. «C'est formidable de voir toujours plus de collaborations dans des projets de ce type», s'enthousiasme la journaliste allemande Petra Sorge, analyste des médias, dans un entretien avec DOMO.

Reste que tout le monde ne peut pas participer. Les questions de DOMO sur les critères d'admission imposés au consortium Forbidden Stories, responsable du «Daphne Project», et à l'ICIJ sont restées sans réponse. Sur son site, l'EIC, sous l'égide du Spiegel, écrit que seul un média par pays peut être membre, «ce qui garantit une exclusivité nationale».

Une journaliste d'investigation

qui a déjà enquêté au sein de plusieurs de ces consortiums explique à DOMO comment une telle collaboration se développe. «Par expérience,

«Je n'ai encore jamais vu un quotidien régional dans un consortium» Petra Sorge

je peux dire que les coopérations dans des enquêtes sur un projet précis naissent de contacts personnels. On en parle avec des collègues ou on est contacté», explique Sylke Grunwald, qui a travaillé pour la NZZ et la SRF et écrit maintenant pour Re-

publik. Petra Sorge confirme: «Cela se passe toujours par des contacts personnels.» On se rencontre à des conférences ou des débats, on y noue des liens. C'est un cercle très élitiste. «Je n'ai encore jamais vu un journal régional dans un tel consortium», regrette Petra Sorge.

Non seulement les journaux régionaux mais aussi certaines maisons d'édition ne figurent sur aucune liste de membres des consortiums d'investigation. Un journaliste d'enquête, qui travaille pour l'édition dominicaine d'un tel éditeur de langue allemande, confesse avec résignation: «On nous laisse toujours de côté.»

Le bal des petits copains dans une activité d'enquête, aux dépens des médias qui ne sont pas admis à participer? «Les articles d'investiga- ▶

tion sont des compétitions coûteuses», estime Petra Sorge. Sont en jeu la primeur de l'info, l'exclusivité, parfois plusieurs mois d'enquête. Les petits éditeurs doivent entièrement renoncer aux enquêtes qui dépassent leur région car ils ne peuvent clairement pas rivaliser avec les grands. Cela dit, les grandes enquêtes sont un argument de vente en kiosque, ce qui place les petits médias encore plus sous pression. Donc, un journalisme d'investigation avec effets collatéraux?

Deux interventions parlementaires demandent déjà des règles plus strictes pour les coopérations entre la SSR et les médias privés, afin que la diversité des médias reste assurée. La balle est désormais dans le camp du gouvernement, censé tenir compte de cette réflexion dans sa nouvelle loi sur les médias.

Or ce n'est pas uniquement au parlement suisse, mais aussi sur le marché du travail qu'on ressent la pression évoquée par Petra Sorge. Un journaliste libre actif en Allemagne et en Suisse nous dit: «Je travaille en partie sur les mêmes sujets que les grands consortiums d'enquête. Il n'est pas évident de rester sur le marché si mon travail se retrouve en concurrence avec celui fourni par des dizaines de journalistes.»

Le problème prend une dimension de politique médiatique et légale encore plus sensible sachant que, dans bien des consortiums d'enquête, ne se trouvent pas seulement des médias privés mais aussi ceux qui sont de droit public et financés par une redevance. Ce fut le cas pour le

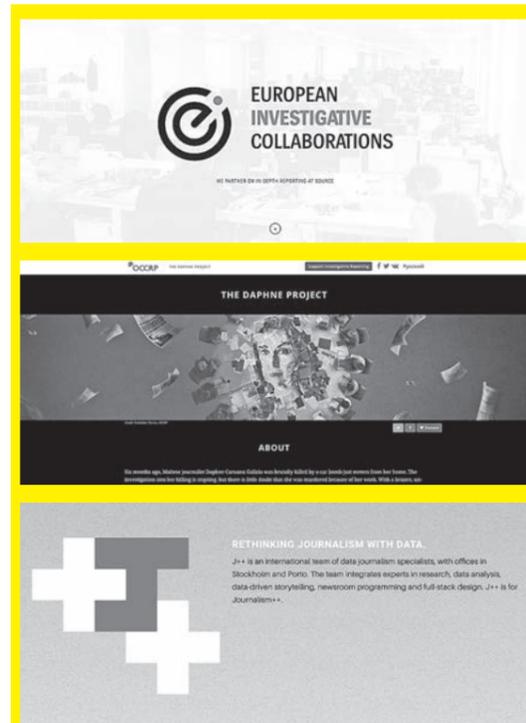
«Daphne Project»: on n'y a pas vu seulement des journaux tels que le New York Times, le Tages-Anzeiger ou l'allemand Die Zeit mais aussi des médias publics tels que Radio France et le Norddeutscher Rundfunk (NDR).

En Allemagne, depuis 2014, ce dernier collabore au sein d'un consortium d'enquête avec le Westdeutscher Rundfunk (WDR) - tous deux sont publics - et le Süddeutsche Zeitung. Le consortium sort régulièrement d'intéressantes enquêtes, que ce soit sur l'Etat islamique, les «Paradise Papers» ou les «Offshore Links», et affronte la critique au même rythme. Car il y a une coopération institutionnalisée entre NDR, WDR, le Süddeutsche Zeitung et personne d'autre. Le responsable de ce consortium est l'ancien rédacteur en chef du Spiegel Georg Mascolo, rémunéré par les trois médias. Chez NDR, il existe une infrastructure pour les collaborateurs dédiés à cette unité d'investigation.

Tandis que ces trois médias ne voient aucun problème à leur collaboration, d'autres hurlent à la distorsion de concurrence. Rédacteur en chef de Bild, Julian Reichelt disait ainsi au magazine de médias Zapp: «En tant que journaliste, je finance ma propre concurrence print en payant mon kiosquier.»

Dans la profession, ils sont nombreux à parler d'un «cartel de la citation». Stephan Russ-Mohl, professeur de journalisme à l'Université de Lugano, écrit dans son livre Die informierte Gesellschaft und ihre Feinde qu'on a le sentiment que, dans un journal télévisé ou une émission d'information sur deux, le pool d'enquête de NDR, WDR et le Süddeutsche Zeitung est cité comme source. Et c'est de «la publicité gratuite pour un journal de qualité parmi tant d'autres».

La journaliste Petra Sorge, qui fut l'une des premières à critiquer vivement ce consortium, se demande pourquoi, hormis le Süddeutsche Zeitung, aucun média ne peut en faire partie. «En tant que spectatrice et lectrice payante, je souhaite un maximum d'enquêtes. Mais pas au prix d'une distorsion du marché.» Les règles économiques qui s'appliquent au partenariat public-privé devraient, pour Petra Sorge, s'appliquer aussi au journalisme: «Si le WDR cherche une société de nettoyage pour une collaboration durable, à partir d'un certain montant il y a un appel d'offres.»



Travail journalistique global

Il est de plus en plus fréquent que des journalistes ou des rédactions s'unissent pour mutualiser leurs ressources d'enquête. Dans le monde, la publication de documents de services secrets, d'ambassades et de cabinets d'avocats (Panama Papers, Offshore Leaks, dépêches WikiLeaks) ont fait sensation. Après les meurtres des journalistes Daphne Caruana Galizia à Malte ou de Jan Kuciak en Slovaquie, des journalistes et des éditeurs se sont unis pour poursuivre leurs recherches.

En raison des critiques incessantes, le parlement de la Rhénanie-du-Nord-Westphalie, patrie du WDR, a approuvé en 2016 une nouvelle loi sur le WDR censée créer de la transparence dans ses collaborations avec des tiers. Selon Thomas Wierny, conseiller en droit constitutionnel et droit des médias à Bonn, le WDR n'a pas rempli ce mandat: «Les décisions quant aux coopérations demeurent opaques et donc inintelligibles.»

Une distorsion de concurrence tolérée par le politique? Interrogée, la commission compétente de l'UE fait savoir qu'il n'y a pas encore eu de plaintes à propos de ce type de coopération. Pourtant, les commissaires, de même que les autorités de surveillance de la concurrence des pays tiers, pourraient réceptionner des cas délicats. Car les consortiums d'investigation issus de médias de

droit public et de droit privé s'étendent par-delà les frontières. Y compris en Suisse.

La SRF a par exemple été impliquée dans plusieurs collaborations, dans The Migrants' Files notamment, et à l'interne dans une enquête sur l'islamisme: en août 2017 paraît dans le Tages-Anzeiger un article sur le prédicateur musulman Abu Ramadan de Bienne; le soir même, la Rundschau de SRF diffuse sa contribution sur le sujet. En fait, les deux parties avaient creusé le sujet ensemble durant des mois et l'ont publié de manière concertée.

Avec le Tagi, SRF avait déjà conclu un accord pour une carte interactive sur les dialectes, à l'intention de l'espace alémanique. Avec eux, le puissant site d'infos allemand Spiegel Online. Le Tages-Anzeiger est-il en l'occurrence impliqué de manière exclusive et bénéficié-t-il donc de la redevance radio-TV? Le service d'information de SRF nous explique: «C'est un pur hasard si, dans les deux cas mentionnés, les enquêtes ont été réalisées avec le Tages-Anzeiger. Cela dépend des CV des journalistes qui y ont travaillé.» Autrement dit: ils se connaissent.

Spécialiste suisse du droit des médias, Andreas Meili juge que les coopérations en matière d'enquête ne sont problématiques que si «certains journalistes ou médias sont systématiquement exclus de l'accès à ce type d'étude.» Il dit n'avoir pas constaté jusqu'ici de tels obstacles à la concurrence.

Mais qu'en est-il sur le marché des médias à l'étranger? Petra Sorge redoute qu'à long terme la diversité des médias n'en souffre. Le fait que des éditeurs privés tels que Spiegel Online, dans le cas de l'atlas des dialectes, ou Libération et l'autrichien Der Standard, dans le cas de The Migrants' Files, profitent des ressources et du travail de SRF est en revanche qualifié d'insignifiant au siège de la TV alémanique. Selon le service de presse de SRF, dans les coopérations, «peu importe si les participants sont de nature publique ou privée, car on reste dans le cadre d'un échange et les participants de droit public profitent aussi des privés.»

La coopération fonctionne aussi dans l'autre sens. Aujourd'hui déjà, des médias privés bénéficient du travail d'enquête des chaînes de droit public au-delà de nos frontières. Notamment avec le sujet Geheimsache Doping, une enquête sur le

doping d'Etat et le réseau de corruption dans le sport russe. Republik, en Suisse, et le Sunday Times britannique n'étaient pas les seuls à y participer, il y avait aussi les télé suédoise STV et allemande ARD. Pour Petra Sorge, c'est sidérant: «Le travail de ces chaînes publiques permet le subventionnement croisé d'un média privé dans un autre pays. Pourquoi Republik? Pourquoi pas le Tages-Anzeiger ou n'importe quel autre média?»

Journaliste à Republik, Sylke Gruhnwald a la réponse: elle connaît le journaliste d'ARD spécialiste de la corruption dans le sport et le dopage. Sollicitée, elle a effectué des recherches en Suisse. Certes, Republik est ouvert à des coopérations avec d'autres médias, souligne-t-elle, mais «pour moi, en tant que journaliste, ce qui est déterminant est: en qui ai-je assez confiance pour collaborer et partager des résultats d'enquête?»

Il n'y a donc pas de problème? «L'hypothèse qu'il y a un problème d'ordre politique à collaborer avec des chaînes de droit public constitue une réflexion que l'on peut creuser», admet Sylke Gruhnwald. Mais ce débat devrait être ouvert avant tout par les maisons d'édition et les entreprises financées par une redevance.

Pour Thomas Wierny, l'expert allemand en droit des médias, une chose est claire: «On assiste dans les faits au subventionnement croisé de médias étrangers par la redevance allemande.» On peut certes parler d'un «mal nécessaire» si les enquêtes

Une quantité de personnalités en vue ont été obligées de fournir des explications à la suite de multiples révélations. Les Panama Papers ont établi que la reine d'Angleterre cachait une partie de ses avoirs dans des oasis fiscales.

Le footballeur portugais Cristiano Ronaldo dissimulait son argent au fisc par le biais de sociétés boîtes à lettres. Les Malta Files ont mis au jour les opérations douteuses du clan Erdogan. Des révélations ont même coûté son poste au premier ministre islandais Sigmundur Gunnlaugsson. A propos de Gianni Infantino, on a découvert qu'en tant que directeur de la division juridique de l'UEFA, il avait signé des contrats avec des sociétés boîtes à lettres.

Les Malta Files ont mis au jour les opérations douteuses du clan Erdogan. Des révélations ont même coûté son poste au premier ministre islandais Sigmundur Gunnlaugsson. A propos de Gianni Infantino, on a découvert qu'en tant que directeur de la division juridique de l'UEFA, il avait signé des contrats avec des sociétés boîtes à lettres.

Les Malta Files ont mis au jour les opérations douteuses du clan Erdogan. Des révélations ont même coûté son poste au premier ministre islandais Sigmundur Gunnlaugsson. A propos de Gianni Infantino, on a découvert qu'en tant que directeur de la division juridique de l'UEFA, il avait signé des contrats avec des sociétés boîtes à lettres.

Les Malta Files ont mis au jour les opérations douteuses du clan Erdogan. Des révélations ont même coûté son poste au premier ministre islandais Sigmundur Gunnlaugsson. A propos de Gianni Infantino, on a découvert qu'en tant que directeur de la division juridique de l'UEFA, il avait signé des contrats avec des sociétés boîtes à lettres.



«Certains journalistes ou médias sont systématiquement exclus de l'accès aux informations.»

Andreas Meili, spécialiste du droit des médias

font émerger des résultats de nature à intéresser le payeur de redevance allemand. «Cela devient alors une question de pesée des intérêts.»

On pourrait également formuler les choses ainsi: la question est de savoir quel prix on est prêt à payer pour de grandes enquêtes. 🌐

Foto: Keystone, Getty Images, AFP, Juliane Werner

Facebook dans la tourmente

Pour la première fois de son histoire, Facebook fait face à une diminution du nombre de ses utilisateurs. Le malaise autour du média social paraît toujours plus grand. L'entreprise est à la croisée des chemins.

Par Adrian Meyer



Foto: Stephen Voss/Redux/Laif, AFP

Ce sont des phrases étonnantes que l'on lit ces temps-ci dans des spots TV, des annonces et sur des affiches en Suisse alémanique: «F steht für unsere Fehler, f steht für fehlendes Vertrauen, f steht für den Frust - darüber, dass wir unsere Verantwortung nicht immer gerecht geworden sind. Dafür möchten wir uns entschuldigen.» (Moins concluant en français qu'en allemand: «Le f désigne nos erreurs, le f désigne un manque de confiance, le f désigne la frustration de ne pas toujours avoir été à la hauteur de notre responsabilité. Nous souhaitons nous en excuser.») Facebook, le plus grand média social, tente de reconquérir la confiance perdue de ses utilisateurs. Le géant bleu s'excuse et promet un «Facebook plus avancé, meilleur».

Côté porte-monnaie, ce ne sont pas moins de 150 milliards de dollars que Facebook a vu s'envoler d'un coup le 25 juillet. L'action a perdu un quart de sa valeur; c'est la chute de cours la plus monumentale de l'histoire de la bourse. Et cela trahit un renversement de tendance.

Pour la première fois, Facebook fait état de chiffres stagnants d'utilisateurs, et même à la baisse en Europe, où 3 millions d'utilisateurs actifs se désabonnent du média social chaque jour. Ce sont surtout les jeunes qui s'en désintéressent. Facebook atteint les limites de sa croissance et touche à la fin de ses fabuleux rendements.

Or, une croissance à toute allure et sans égard pour les pertes a toujours été le modèle d'affaires du CEO Mark Zuckerberg. Sa stratégie a longtemps porté ses fruits. En quinze ans, Facebook est passé d'annuaire pour étudiants de Harvard à plus grand réseau social de la planète, avec quelque 2,2 milliards d'utilisateurs.

Rien que depuis son entrée en bourse en 2012, Facebook a gagné un milliard d'utilisateurs et son chiffre d'affaires est passé de 5 à 40 milliards de dollars. Dans le même temps, le cours du titre a bondi de 38 à 210 dollars à mi-juillet, peu avant l'effondrement. A cette époque, Facebook valait 630 milliards de dollars en bourse.

Les données d'utilisateurs sont le carburant qui permet à la machine à données de fonctionner. Accumuler autant d'informations que possible sur autant d'utilisateurs que possible pour distribuer de la pub ciblée: c'est le cœur de la recette Facebook.

La considération sommaire accor-

dée à la sphère privée des utilisateurs a éclaté au grand jour ce printemps. En mars, on apprenait que l'entreprise d'analyse de données britannique Cambridge Analytica avait utilisé, sans l'accord des utilisateurs, les données de quelque 87 millions de profils Facebook pour influencer l'opinion publique par de la publicité électorale non autorisée lors du vote sur le Brexit et de l'élection présidentielle américaine. Facebook était au courant de ce détournement de données depuis 2015 mais n'a pas informé les utilisateurs.

A la suite de ces révélations, Facebook a perdu 50 milliards de dollars en bourse et Mark Zuckerberg a dû s'expliquer au Congrès américain. Dans un premier temps, le scandale du mode opératoire de Facebook semble causer peu de ravages. L'action se reprend rapidement et grimpe à des hauteurs stratosphériques.

Mais, apparemment, Facebook a durablement perdu la confiance de ses utilisateurs et une tempête se prépare à l'horizon. A l'enseigne de #DeleteFacebook, de très nombreuses personnes appellent au boycott du réseau social. Des personnalités comme Elon Musk, fondateur de Tesla, la chanteuse Cher et le cofondateur d'Apple Steve Wozniak ont supprimé leur profil. Ainsi que des millions d'autres utilisateurs, qui en ont par-dessus la tête de l'attitude du géant des données. L'orage éclatera finalement en juillet, alors que Facebook présente ses résultats trimestriels et que l'action s'effondre.

Pourtant, le ras-le-bol à l'égard de Facebook était perceptible depuis longtemps. Pratiquement plus personne n'écrit encore des choses personnelles, seuls les inévitables narcissiques apparaissent sur la timeline. La plupart des «amis» demeurent muets ou invisibles. Le réseau s'étirole.

La réputation de Facebook a énormément souffert à cause de ses filtres et des fake news. Parce que des dictateurs exploitent le réseau pour leur propagande, parce que des gouvernements étrangers essaient d'influer ainsi sur les élections. Au lieu de connecter les humains juste pour le Bien, Facebook diffuse des discours de haine et attise les haines contre les minorités.

Jusqu'ici, Mark Zuckerberg s'est débrouillé en arguant qu'il ne s'agissait que d'une plateforme d'échange qui n'était pas responsable des contenus. C'est ainsi qu'il a pu maintenir la cadence de croissance, sans égard



Vents contraires pour le fondateur de Facebook: le média social de Mark Zuckerberg perd chaque jour 3 millions d'utilisateurs actifs en Europe. Le châtiement pour la considération sommaire apportée aux données des utilisateurs.

pour les pertes.

Or, la pression pour que Facebook prenne enfin au sérieux les attentes de ses utilisateurs a augmenté depuis le scandale des données. Même le moralement très opportuniste Mark Zuckerberg promet d'investir dans la protection des données et de faire obstacle aux manipulations, il entend combattre davantage les discours haineux et les fausses informations. En outre, les utilisateurs devraient retrouver un rôle central: plus de photos d'amis, moins d'informations, plus de photos de chats, moins de vidéos. Un retour aux racines.

Cela se répercutera sur les maisons d'édition. Facebook a été pour elles un partenaire essentiel pour amplifier la portée de leurs contenus numériques. En 2017 déjà, des modifications apportées à l'algorithme du «newsfeed» ont entraîné pour les éditeurs des chiffres d'utilisateurs en recul. 2018 devrait être l'année où ils se détacheront lentement d'une dépendance devenue sans cesse plus importante à la puissante plateforme. Et donc aussi des pièges à clics.

En début d'année déjà, avant le scandale des données, Mark Zuckerberg avait promis de «réparer» Facebook. A ce jour, il ne se passe pas grand-chose. Car une telle restructuration coûte beaucoup d'argent. Il entend investir jusqu'à 60% de plus dans la sécurité des données, le marketing et les contenus. Mais cela indispose au plus haut point les investisseurs.

Facebook est à la croisée des chemins. Si le réseau fait le ménage, il doit faire une croix sur sa croissance hyperbolique. Et donc sur ses rendements astronomiques. S'il continue sur la même voie que jusqu'à présent, les utilisateurs pourraient continuer de prendre la fuite. 🌐

Prix, pulls et party

A Washington, Ringier remporte le Global Media Award. Et en Afrique aussi, Ringier rafle les distinctions. Ce sera également le cas pour les collaborateurs aux Ringier Schweiz Awards, en décembre. La tenue vestimentaire idéale pour l'occasion se trouve à la nouvelle boutique.



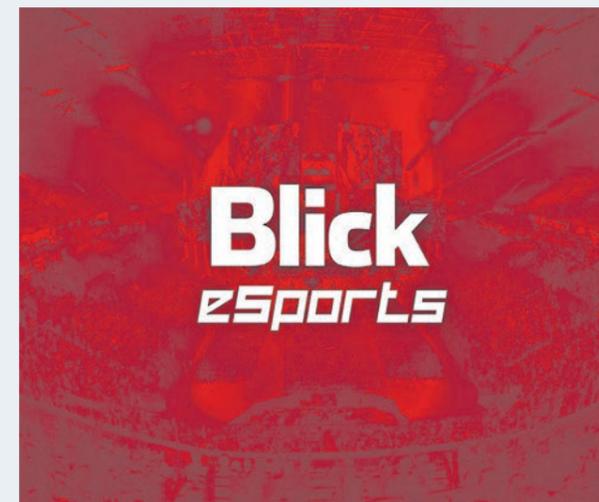
Razzia sur les prix en Afrique

En Afrique, Ringier vole de succès en succès et rafle des prix en cascade: Pulse Nigeria a remporté en juillet le prix Best Online Media Website aux .NG Awards. A la Social Media Week de Nairobi, Brighter Monday Kenya a gagné l'Award for Best Blog, tandis que Ringier Kenya a reçu le Digital Media Award pour être le «Most innovative in digital publishing». Et Leonard Stiegeler, General Manager chez Ringier Africa, se retrouve dans Forbes Africa: dans la catégorie «Technology», il a été l'un des 30 managers de moins de 30 ans dont le portrait a été brossé.



Ouverture des candidatures 2018

Après le grand succès de la première édition, les Ringier Schweiz Awards auront de nouveau lieu cette année. Les candidatures peuvent être déposées dès maintenant sur le site www.ringierschweizawards.ch. Des collaborateurs, équipes ou départements entiers seront honorés lors de la remise des prix en décembre à Zurich, dans le cadre de la fête de Noël, et cela dans les catégories suivantes: The Moneymaker, The Storyteller, The Changemaker, The Innovator, The Teamworker et The Colleague.



Jeux vidéo

La communauté des fans d'e-sport croît à toute allure. Aussi le secteur e-sports du Groupe Blick continue-t-il de s'étoffer pour la soutenir encore plus vigoureusement en Suisse, en Allemagne et en Autriche et la combler avec des contenus hors du commun. Roger Hämmerli, Head of Social Media du Groupe Blick, commente: «Nous discernons un grand potentiel de croissance pour nos marques de médias et misons sur un mix de contenus: des live streams, des interviews et des home stories de gamers célèbres.»



De nulle part à numéro un

Première participation, premier prix. Lors de son congrès mondial en juin à Washington, l'International News Media Association a remis à Ringier un Global Media Award. Le projet «Using advanced artificial intelligence to boost digital reader engagement» l'a emporté dans la catégorie Best idea to grow digital readership or engagement. Xiaoqun Clever, Chief Technology and Data Officer de Ringier AG, se réjouit: «Cette distinction nous rend très fiers. Je ne me serais jamais attendue à ce qu'en moins de deux ans, avec une très petite équipe, nous réussissions à nous affirmer dans une compétition aussi relevée.»



Boutique

Dans le cadre de la nouvelle stratégie d'entreprise Ringier, il y a des produits cools à acheter. Vous trouverez plus d'informations sur la page d'accueil 62W&52L. Il suffit de scanner le code QR.

- Les prix:
- Sweat à capuche: dès 49.95 CHF
- Gourde: 18.00 CHF
- Calepin: 7.00 CHF
- Stylo-bille: dès 4.00 CHF
- T-shirt: 20.00 CHF



Un Dracula polyglotte

Un journaliste devrait toujours maintenir une distance professionnelle. Et surtout ne pas se sentir fan de la personne que l'on interviewe. Mais ce n'est pas si simple quand l'interlocuteur est feu le comédien britannique Christopher Lee.

Texte: Alejandro Velert

Nous attendons le seigneur des anneaux. L'homme dont la voix fait trembler la Terre du Milieu. L'homme à propos duquel la Frankfurter Allgemeine écrivait un jour: «Si le Mal a un visage, il doit lui ressembler à s'y méprendre.» Nous attendons Christopher Lee.

Nous, ce sont six journalistes de divers pays réunis dans la salle de conférences de l'hôtel Eden Roc d'Ascona. Un tel entretien en groupe n'est pas exactement le rêve absolu pour un journaliste. Or la rencontre sera pour tous les participants une expérience mémorable. Car Christopher Lee n'est pas seulement un «titan» du cinéma, comme l'a qualifié l'ex-premier ministre britannique David Cameron. Il est un phénomène naturel, un feu d'artifice culturel fait homme.

Lorsque le comédien, grand de près de 2 mètres, pénètre dans la salle de conférences armé de sa canne, il ne ressemble en rien au personnage du Seigneur des anneaux. Plutôt à un grand-papa cordial et doux. Mais cela change dès qu'il salue les journalistes de sa puissante voix de basse. «Good morning, everybody», prononce-t-il dans un tonnerre. On se croirait au ciné! N'est-ce pas là justement le méchant magicien Saroumane, qui avait ordonné l'anéantissement de la Terre du Milieu?

Christopher Lee séjourne à Locarno pour y recevoir le prix du Festival du film pour l'ensemble de sa carrière. Il répond du tac au tac à une question sur son âge - il a alors 91 ans: «Je préfère me délabrer physiquement qu'intellectuellement.» Sa vivacité intellectuelle, il va en

faire la preuve dans les minutes qui suivent.

En fait, cet homme n'a plus rien à prouver. Lee est un ex-agent secret, un héros de guerre multidécorsé, une légende vivante. Son rôle de Dracula, l'hématophage, l'a rendu célèbre. Mais il est aussi devenu légendaire pour son interprétation du scélérat à la fois élégant et glacial dans le L'homme au pistolet d'or. Il est épatant dans le rôle de Saroumane, de la trilogie du Seigneur des anneaux.

Mais, on l'a dit, ce vieux monsieur n'a pas l'air si méchant. Au contraire. Avant que nous ne puissions l'interroger, il demande en véritable gentleman anglais d'où nous venons. Et c'est alors que le spectacle commence.

Le premier journaliste dit qu'il vient de Berlin. Lee le salue incontinent dans un allemand si recherché que notre collègue a l'impression de s'être trompé de film. Il voudrait savoir comment il se fait que l'acteur parle si bien sa langue. «Mon allemand n'est pas parfait, juste dénué d'accent. Cela fait la différence», rétorque Lee. Du coup, rien de surprenant à ce qu'il parle dans un français sans accent avec mon collègue de Suisse romande. Il y a passé une partie de son enfance, explique-t-il. C'est là aussi, d'ailleurs, qu'il a fait ses débuts sur les planches. «C'était dans le rôle du nain Tracassin!» Il avait alors 5 ans et avait fait dans ses culottes avant de monter sur scène. Lee rigole.

Le journaliste suivant annonce qu'il vient de Moscou. Du coup, Christopher Lee entonne un chant russe - il a aussi suivi une formation

de chanteur d'opéra - avant d'entamer gaiement un dialogue en russe.

Alors que la plupart d'entre nous se frottent les yeux, un autre confrère dit venir de Barcelone. Non, il ne répondra pas en espagnol. Il le parle, bien sûr. Mais il choisit le catalan. Christopher Lee affirme maîtriser également trois dialectes urdus et passer aisément, au Pakistan, pour un autochtone. C'est bien probable. Mais à ce point, il ne reste plus guère de temps pour lui poser des questions.

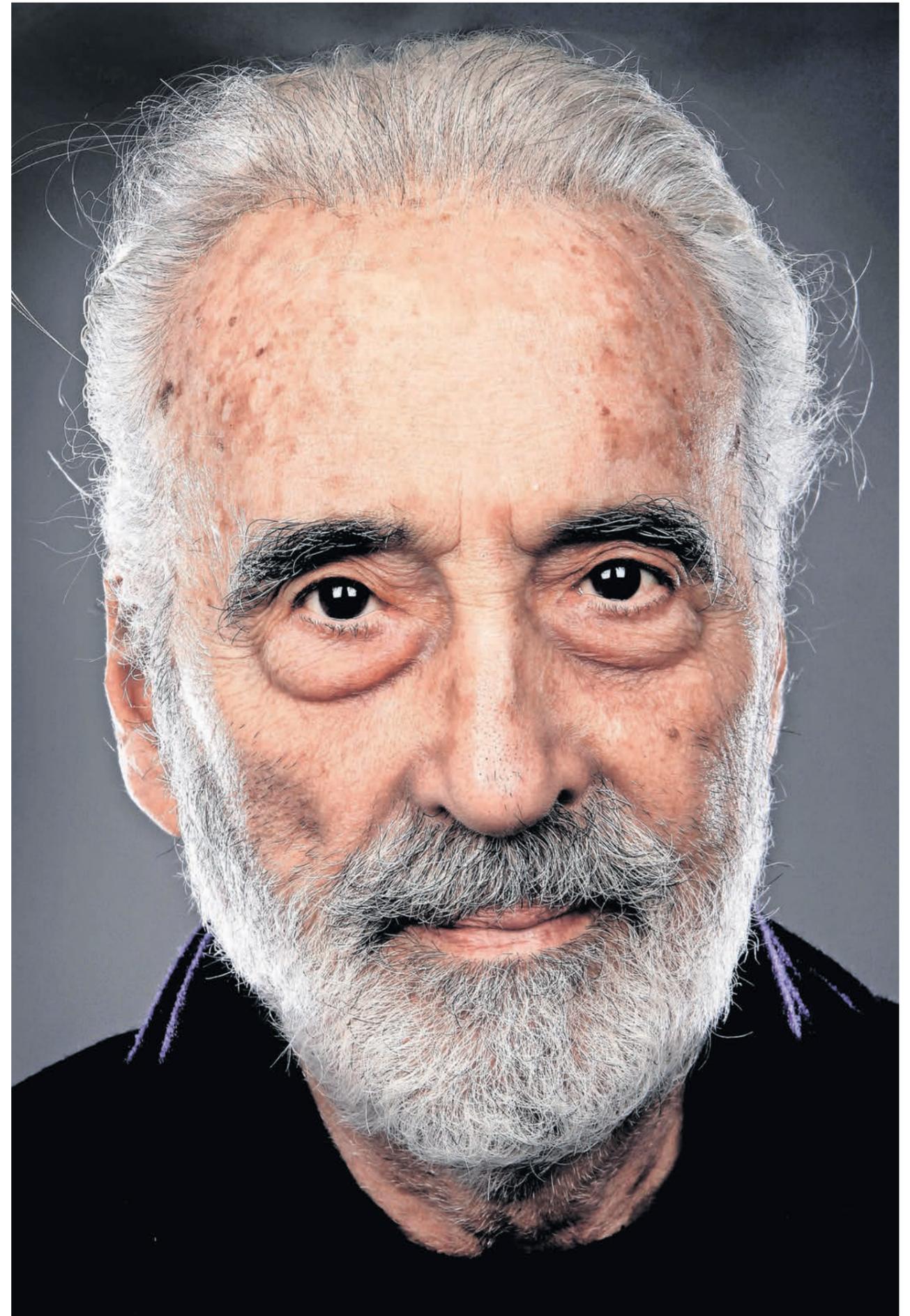
Car désormais l'acteur britannique raconte son amour pour son épouse, avec laquelle il est marié depuis plus de cinquante ans. Et il évoque son autre grand amour: la musique. Il y a peu, il a enregistré deux disques de heavy metal qu'on retrouve bien classés dans les hit-parades. A 91 ans, c'est un autre record du monde! Il a sorti ces disques sous le nom de Charlemagne parce que la noble lignée de sa mère remonte jusqu'au temps de l'empereur à la barbe fleurie.

Et comme l'acteur est manifestement séduit par son public et d'excellente humeur, il attaque encore un opéra de Verdi. Puis il prend courtoisement congé, abandonnant là un groupe de journalistes muets de stupéfaction.

En jargon jargonant, on pourrait sans doute qualifier Christopher Lee de multitalent ou de «multitask». Mais il serait plus juste de dire hautement cultivé. Une personnalité d'un genre que la génération internet aurait de la peine à produire. Christopher Lee est décédé le 7 juin 2015 à Londres, peu après son 93e anniversaire. 🌐

L'acteur britannique Christopher Lee, incarnation de multiples records du monde au cinéma et au-dehors.

Foto: Getty Images





Michael Ringier, éditeur

L'argent en lieu et place du caractère

apporte aujourd'hui encore, année après année, une contribution notable aux personnes en situation de nécessité. Elle fut fondée par mon grand-père pour soutenir financièrement les collaborateurs de Ringier en détresse. En un temps dépourvu de filet social organisé par l'Etat et d'institutions de prévoyance à financement privé, c'était clairement l'affirmation d'une responsabilité de l'entreprise.

La différence entre la vallée de la Wigger (Zofingue) et la Silicon Valley est abyssale. Là-bas, les crétiens et les je-sais-tout en hyperventilation de la génération des fondateurs sont la règle plus que l'exception. Et s'il existait une échelle de Richter ouverte pour l'égomanie, elle pourrait rendre dérisoire même le plus violent tremblement de terre. Elon Musk, le Saint-Père de Tesla, ne cesse de désavouer ses cadres par des effets d'annonce irréalisables et insinue qu'un père de cinq enfants, plongeur professionnel britannique, est homosexuel parce qu'il juge son mini-sous-marin totalement inadéquat pour sauver les gosses thaïlandais de leur grotte inondée.

Pour Steve Jobs, le fondateur d'Apple, il a d'abord fallu une décision de justice avant qu'il ne reconnaisse sa fille aînée au bout de deux ans et lui paie une pension mensuelle de 385 dollars, ensuite augmentée à 500 dollars. Et, comme elle l'a révélé dans sa biographie qui vient de paraître, lors de l'une des dernières visites qu'elle lui fit, il lui aurait crié au moment de prendre congé: «Tu pues

les chiottes!» L'amour paternel, c'est autre chose.

Travis Kalanick, l'excentrique fondateur d'Uber, a été récemment contraint par ses investisseurs à renoncer à son poste de CEO. Pour les financeurs qui craignaient pour la réputation de la marque, les reproches fondés sur une culture d'entreprise agressive, le vol de secrets d'entreprise, l'enquête sur une probable tromperie des autorités de régulation et les plaintes pour sexisme et mobbing au jour le jour, c'en était décidément trop. Une réponse du cofondateur d'Uber lors d'un dialogue filmé avec un de ses chauffeurs n'a pas aidé: le bonhomme se plaignait qu'Uber accroisse sans cesse les exigences tout en réduisant les prix. «Il y a des types comme toi qui trouvent un coupable pour tout ce qui ne marche pas dans leur vie.» Une réponse qui s'est répandue rapidement sur les réseaux sociaux et fut plutôt mal accueillie - tout comme l'évaluation du chauffeur avec une seule étoile sur les cinq possibles.

On pourrait allonger à l'envi la liste des technocrates narcissiques de la Silicon Valley. Mais un dénominateur commun les réunit: ils sont en guerre avec les médias parce qu'ils ressentent la critique comme une offense personnelle. Conclusion: l'argent et le pouvoir ne modifient pas le caractère, ils le font ressortir.

Michael Ringier

Foto: Maurice Haas

Ringier a aussi commencé un jour comme une start-up - encore que, même en interprétant l'histoire avec grande bienveillance, on ne trouve pas trace, pour les deux premières générations, de modèle évolutif ni de dynamique industrielle. Quand mon grand-père, à 22 ans, dut reprendre en 1898 une entreprise vieille, tout de même, de 65 ans du fait de la disparition précoce de son père, elle comptait moins d'une douzaine d'employés. A son décès en 1960, elle était la plus grande maison d'édition du pays avec plus de 2000 collaborateurs.

Karl Löönd, l'auteur de l'ouvrage historique Ringier proche des gens qui fut publié pour le 175e anniversaire de l'entreprise, décrit Paul August Ringier comme un industriel hautain et rugueux et un tyran domestique: je garde de lui des souvenirs un peu plus aimables, mais c'est sûr qu'il inspirait le respect. Mais on ne parle pas seulement ici du pionnier qui développa lui-même de nouvelles rotatives hélio et fonda toutes sortes de nouveaux périodiques - on avait aussi affaire, en l'occurrence, à un patron pénétré de responsabilité sociale. Les licenciements étaient alors une exception absolue et la fondation Humanitas

Leonie von Elverfeldt, 34.
Managing Director
Ringier Africa Digital Publishing,
Nairobi, Kenya.



LUNDI

Une nouvelle semaine démarre. Elle commence par un café et une galette de pain sans levain, un chapati: irrésistible! Je contrôle les statistiques des sept derniers jours, notamment les page views, la pénétration et les impressions, et je me prépare à la semaine qui commence.



MARDI

A 10 heures, je prends Uber pour me rendre à un rendez-vous. Notre chauffeur, Alex, est en route avec une équipe vidéo pour un Live Box Pop. A Nairobi, il faut toujours prévoir une demi-heure de battement, car la circulation peut s'avérer un cauchemar. A Karen, une banlieue de Nairobi, j'arrive chez Unilever pour présenter les services de RADP.



MERCREDI

Entraînement physique à 6h30. Cela me motive et me met de bonne humeur. Pas vraiment au moment où le réveil sonne mais après. Je fais les exercices avec un entraîneur personnel et mes colocataires, à l'aide de poids que nous avons fabriqués nous-mêmes. Je vis avec trois amis dans une petite maison avec jardin à 10 minutes seulement du bureau.



JEUDI

Premier Publisher Summit. Ici, au cours d'une présentation de 5 minutes, toutes les maisons d'édition peuvent décrire leurs groupes cibles et leurs caractéristiques distinctives. Je profite de l'occasion pour convaincre les agences et les clients de l'intérêt de nos produits Pulse Live et Business Insider.

VENREDI

Une fois par mois, nous organisons un grand apéro le vendredi. Amis et clients y sont également bienvenus. Aujourd'hui, l'équipe RADP fête en outre, avec gâteaux et boissons, le prix Most Innovative Digital Publisher qui nous a été remis.

WEEK-END

Le Kenya est le plus beau pays du monde! A deux heures seulement de Nairobi, on trouve des paysages spectaculaires et de la faune sauvage. Avec des amis, je passe le week-end au camping, nous entreprenons une excursion et un pique-nique. Le dimanche, nous rentrons à Nairobi à 15 heures. Sans quoi, dans l'obscurité, on risque la mort avec tous ces cinglés de matatus (minibus des transports en commun au Kenya) et les vieux camions pourris.



La «just-do-it-girl»

Le métier qu'elle avait appris n'existe plus. Pas un problème pour Priska Wallimann: «Le changement qui rend la vie passionnante.» Au Groupe Blick, elle met son talent au service de l'infographie, et en crée qui raflent des prix.

Photos et illustrations: Priska Wallimann

Parfois, Priska Wallimann déambule en pleine nuit dans les couloirs de la Pressehaus, à Zurich. C'est-à-dire chaque fois que le département Arts de Ringier y a accroché de nouvelles œuvres. Sa préférée est la grande photo du pôle Sud d'Andreas Gursky qui se trouve à la réception. «Si j'avais de grands murs à la maison, je ferais une offre de rachat à M. Ringier», dit-elle en riant. En lieu et place, elle a peint chez elle sa propre interprétation, plus petite.

Priska aime l'art. Elle met sa créativité au service de son travail d'infographe au Groupe Blick et se décrit comme journaliste visuelle. «Je raconte des histoires à l'aide de graphiques.» Elle fait souvent des recherches plusieurs semaines, fait des dessins et rédige des textes. «Même le plus infime détail doit être cohérent.» Il y a peu, la Society for News Design aux Etats-Unis a remarqué à quel point elle maîtrise son métier: Priska a été récompensée, pour son infographie «La vérité sur les Noël blancs», d'un Award of Excellence, sorte de Pulitzer de l'infographie.

Priska se voit comme une «Nike-girl». Sa devise est «just do it». «Et comme Ringier est une entreprise «just-do-it», j'aime travailler ici, et cela depuis vingt ans.» Son diplôme de photolithographie en poche, elle s'est retrouvée chez EBV, au préresse du département des magazines. Quelques années plus tard, elle a familiarisé les collaborateurs de Ringier dans les pays de l'Est à l'usage de Photoshop. Puis Priska a contribué à diverses restructurations en Suisse et à l'étranger. «J'ai chaque fois appris sur le tas.» A 46 ans, elle reste enthousiasmée par l'évolution de la branche et les nouvelles technologies. «Il n'y a rien de pire que l'immobilisme.»

Jusqu'à l'an dernier, Priska passait l'essentiel de ses loisirs avec son cheval. Mais Vini a dû être endormi. Désormais, le dessin et la peinture passent au premier rang. Priska vient de passer un mois à l'Ecole des beaux-arts de Paris. «Outre une à deux visites de musées par jour, je n'ai pas cessé de dessiner. Et de me faire plaisir. Toutes les inspirations, je les ai ramenées au bureau.» AV



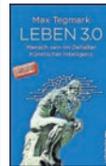
Autoportrait de Priska Wallimann, une aquarelle à l'encre monochrome (en haut). Elle a passé ses dernières vacances à l'Ecole des beaux-arts de Paris. Privilège: sa classe travaillait dans la chapelle historique (en bas à gauche). Photo à 360 degrés de son cheval Vini, qui a dû être endormi il y a un an (en bas à droite).



Conseils de lecture de Marc Walder

Marc Walder, CEO de Ringier, dévoile quels livres et textes il a lus et pourquoi il en a été fasciné.

Max Tegmark
LEBEN 3.0



L'intelligence artificielle (AI) s'empare de toujours plus de domaines de notre vie. Sans relâche. Tandis que bien des gens rêvent d'un avenir florissant pour l'humanité, d'autres craignent que l'AI ne soit susceptible d'être notre perte. Le célèbre physicien Max Tegmark, du MIT à Cambridge (Massachusetts), étudie les scénarios possibles dans un livre très bien fait. Certains sont enthousiasmants, d'autres destructeurs. De progrès phénoménaux engendrés par des technologies ultradéveloppées jusqu'à l'autodestruction de l'humanité, tout est concevable. Mais Tegmark reste optimiste: «Nous pouvons créer un avenir inspirant si nous remportons la compétition entre le pouvoir grandissant de l'AI et la sagesse croissante avec laquelle nous la gérons.» Un ouvrage qui scrute l'avenir et se lit parfois de manière aussi haletante qu'un polar. Editeur: Ullstein.

International Institute for Management Development

WORLD DIGITAL COMPETITIVENESS YEARBOOK



Quelle est la santé numérique de la Suisse? Pas trop mauvaise. C'est ce qu'indique le «World Digital Competitiveness Yearbook» de l'IMD Business School de Lausanne qui, heureusement, est membre depuis peu de DigitalSwitzerland. Selon l'étude de l'IMD, la Suisse est passée en comparaison internationale du 8e au 5e rang. Les auteurs de l'étude attribuent à la Suisse de grandes capacités d'adaptation et de l'agilité numériques. Mais il y a encore beaucoup de potentiel d'amélioration: notamment dans les écoles et dans l'e-gouvernement, la Suisse est à la traîne. Digne d'être lue et riche d'enseignements, l'étude peut être téléchargée sur www.imd.org.

220 Seiten Landluft schnuppern.



Jetzt am Kiosk.

Schweizer LandLiebe. Mit Liebe gemacht.

Entdecken Sie unser Abo: 6x LandLiebe + 2x BergLiebe: landliebe.ch

STARS AUF SEE

Von Schlager bis Volksrock auf der
«Costa Victoria» vom 5. bis 12. Oktober 2019



**Beatrice Egli,
Florian Ast, Vincent Gross,
voXXclub, Miss Helvetia,
Rebel Tell u.v.m.**

7 Nächte

ab CHF 1490.-

pro Person inklusive Vollpension
ab/bis Venedig

presented by:

Hotelplan

Blick



Jetzt buchen! www.starsaufsee.ch, Tel. 0848 82 11 11 und in jedem Reisebüro