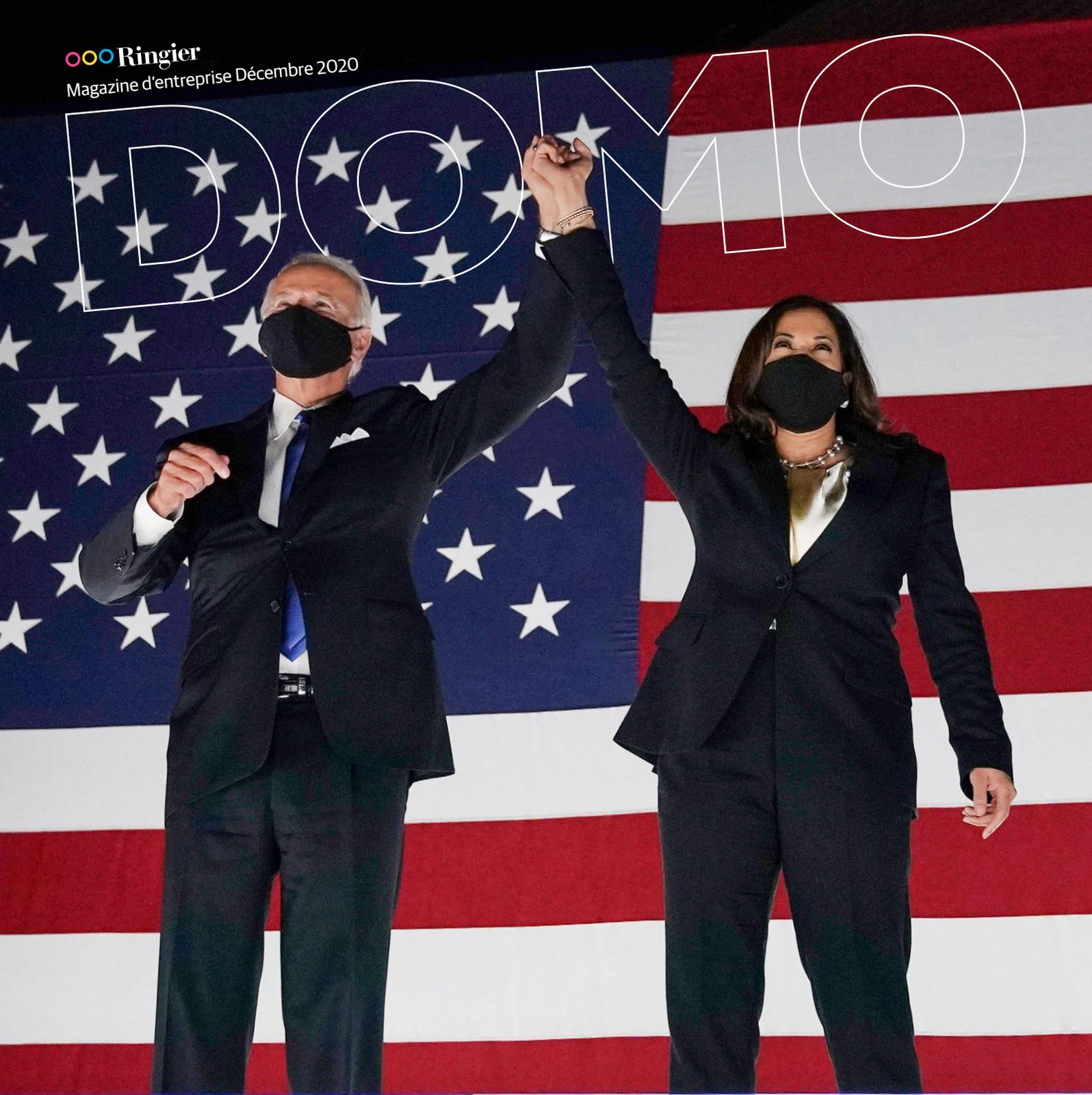


DOMMO



# Au cœur du pouvoir

Journées historiques aux Etats-Unis.  
Comment Nicola Imfeld, correspondant du  
Groupe Blick, informe d'outre-Atlantique.

# SOMMAIRE

## 4 24 heures sur 24

Le journaliste de Ringier Nicola Imfeld évoque les joies et les embûches de son travail de correspondant du «Blick» aux Etats-Unis. Sa conclusion: «C'est un job de rêve.»

## 8 «Une foi naïve dans les faits»

L'historien et journaliste scientifique Urs Hafner parle de l'alarmisme, de la lutte de pouvoir entre politique et science et de la dépendance des médias pendant la crise sanitaire.

## 10 L'«infodémie» russe

Comment des entreprises médiatiques russes ont pris pied en Europe occidentale et pratiquent volontairement la désinformation.

## 12 Point de vue Ringier

Les meilleures photos du trimestre.

## 14 Grand maître et faussaire

Comment le journaliste de Ringier René Haenig est tombé sur deux dessins (originaux) du maître faussaire Wolfgang Beltracchi.

## 16 Journalisme, boulot ingrat

Un article de Christian Jungen, directeur du Zurich Film Festival, sur le documentaire «Colectiv». «Ce film est un chef-d'œuvre», assure-t-il.

## 18 «La crainte de se tromper est usante»

Catalin Tolontan et son équipe du quotidien roumain de Ringier «Gazeta Sporturilor» ont mis au jour l'un des plus grands scandales de l'histoire de la Roumanie. Interviewé par DOMO, Tolontan lance: «Nous ne travaillons pas pour être applaudis.»

## 19 Ce que Tinder ne sait pas faire

L'éditeur Michael Ringier raconte pourquoi ni les affaires ni le romantisme n'éclosent numériquement.

## 20 My Week - Sandra Vonderach

La nouvelle responsable Facility Management est sur tous les fronts: pour sécher un escalier, assurer l'accueil et garantir une énergie propre.

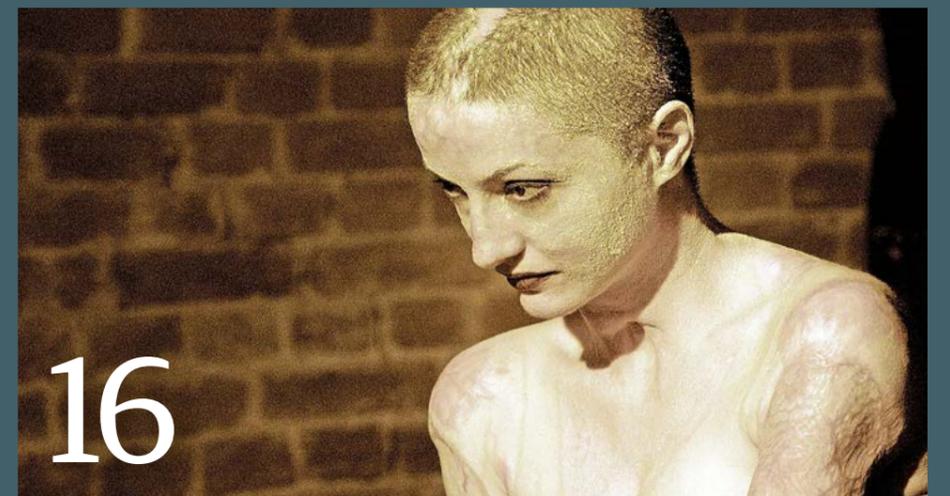
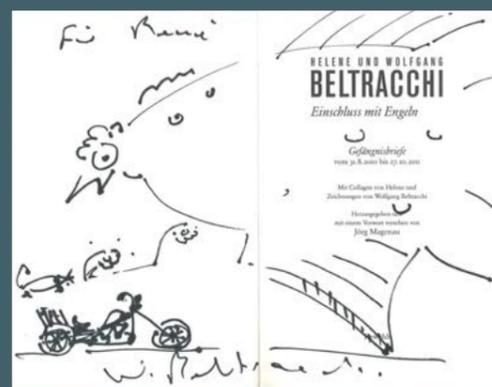
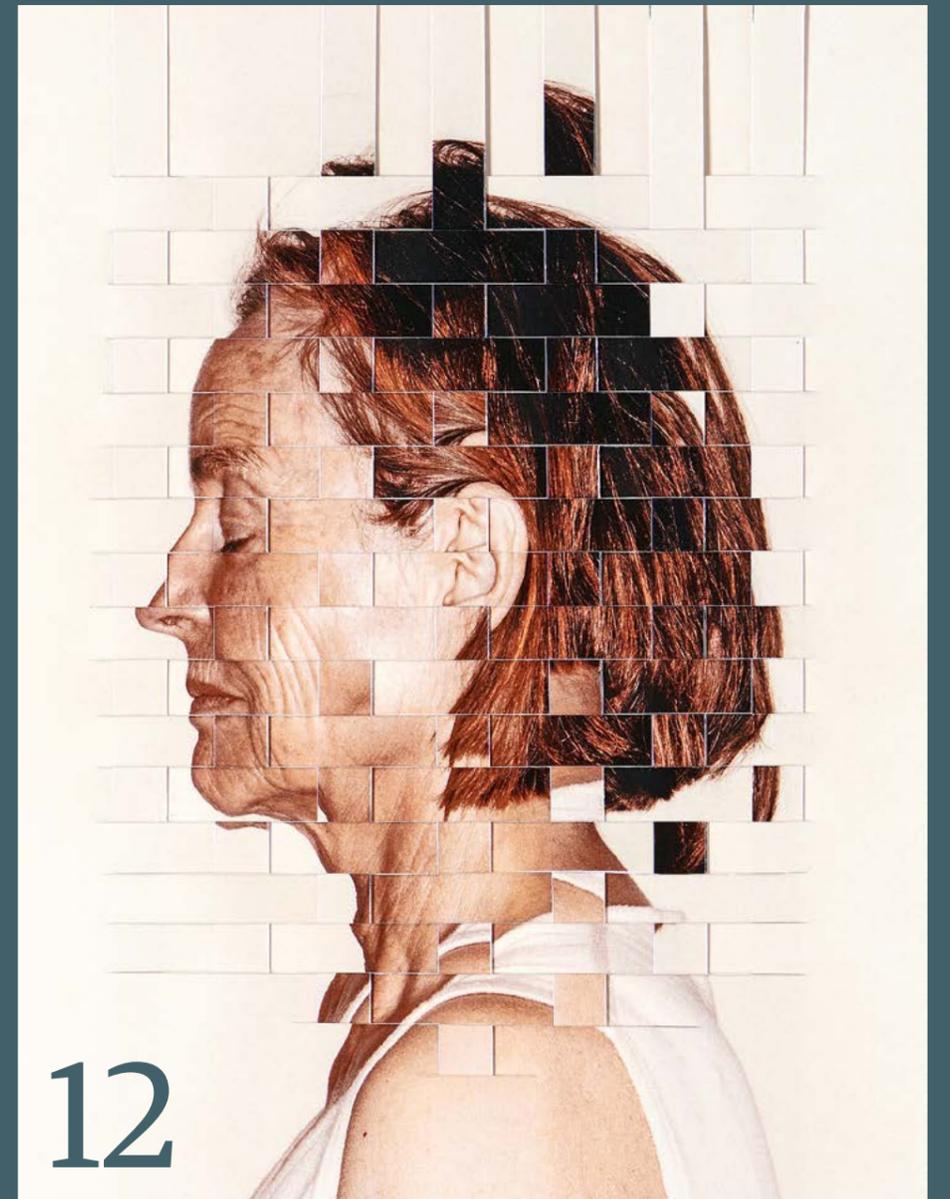
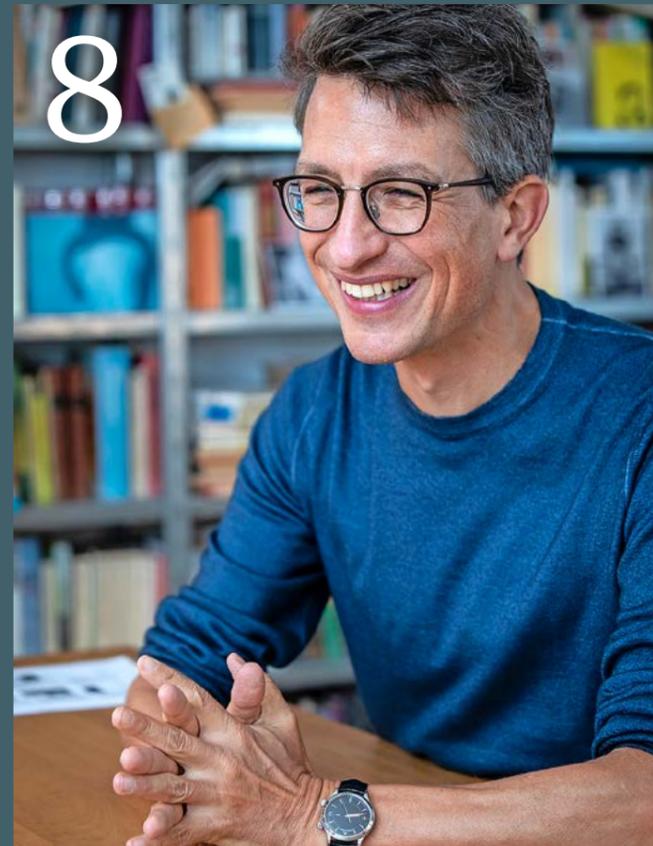
## 22 Immunisée contre la chance au loto

Jubilé: Christine Näf  
Conseil de lecture de Marc Walder

Photo de couverture: Getty Images

## Impressum

**Editeur:** Ringier AG, Corporate Communications.  
**Contact:** domo@ringier.ch **Rédacteur en chef:** Alejandro Velert. **Collaboration rédactionnelle:** Ulli Glantz et Markus Senn (présentation visuelle), Nicola Imfeld, Christian Jungen, René Haenig, Adrian Meyer. **Traduction:** Gian Pozzy (français), Claudia Bodmer (anglais), Ioana Chivoiu, (roumain). **Relecture:** Peter Hofer, Regula Osman, Kurt Schuiki (allemand), Patrick Morier-Genoud (français), Claudia Bodmer (anglais), Lucia Gruescu (roumain). **Mise en pages/production:** Zuni Halpern (Suisse). Traitement photo: Ringier Redaktions-Services Zurich. **Impression:** Ringier Print Ostrava et SNP Leefung Printers. Reproduction (même partielle) uniquement avec l'accord de la rédaction. **DOMO** paraît en allemand, français, anglais et roumain.



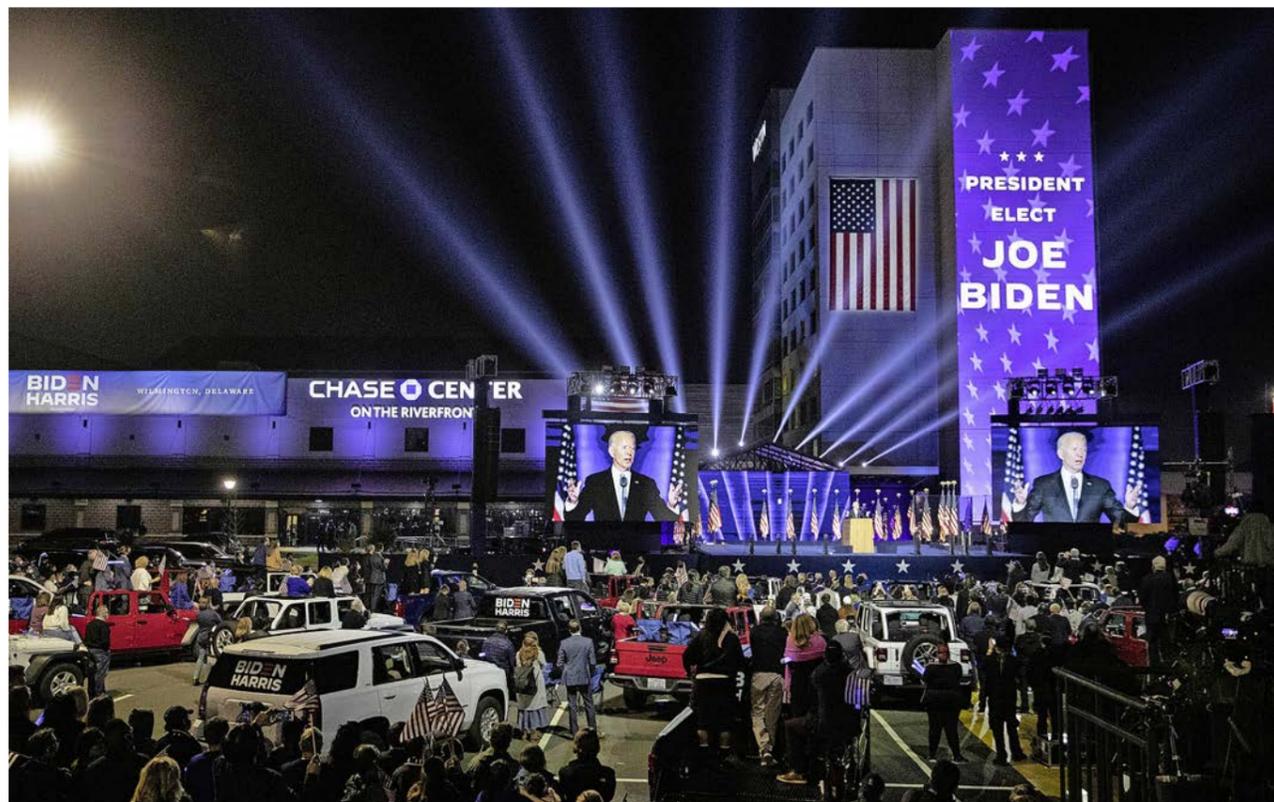
Un manifestant porte une baudruche de Donald Trump sur l'avenue qui passe devant la Maison-Blanche, à Washington DC. Il célèbre la défaite dans les urnes du président sortant.



# En convergence, 24 heures sur 24

A plein régime sur tous les canaux. Depuis trois ans, Nicola Imfeld est le correspondant aux États-Unis du Groupe Blick. Il a compris qu'aux États-Unis un journaliste suisse est dans une situation compliquée. Mais il l'assure: «C'est un job de rêve d'être ici.»

Nicola Imfeld



Wilmington, Etat du Delaware, 7 novembre, presque midi. Une sonnerie stridente m'arrache des bras de Morphée. Mon téléphone affiche déjà quatre appels en absence, mon iPad gît sur le duvet, CNN annonce que Joe Biden vient de devenir «president-elect». Or, c'est ce matin à l'aube que j'ai fini par m'endormir. J'ouvre illico mon laptop, mais les collègues à Zurich ont déjà paré au plus pressé: le portrait de Biden préparé à l'avance, l'analyse rédigée à l'avance, tout cela est déjà publié. Je m'habille et grimpe dans un Uber. En chemin, un premier commentaire pour Radio Energy - perturbé par un concert de klaxons dans les rues de la ville natale de Biden. Des centaines de supporters enthousiastes du futur président américain se sont déjà rassemblés le long du fleuve. Les choses doivent aller vite: un autre direct pour Blick TV m'attend.

C'est la conclusion frénétique d'une campagne électorale interminable, nerveusement éprouvante. L'événement politique occupe depuis des années déjà des correspondants comme moi. L'Amérique et surtout Donald Trump intéressent toujours nos lecteurs. Pendant l'été, l'intérêt a encore augmenté. La journée électorale puis une interminable attente

m'ont volé mon sommeil. Et celui des tous les autres journalistes concernés.

Pendant les semaines et les mois précédant l'événement, j'ai parcouru les régions les plus diverses du pays. C'est important pour tout correspondant, car les Etats-Unis ne consistent pas seulement en une côte Est et une côte Ouest. Pour «Blick», j'ai assuré un suivi en forme de compte à rebours des principaux thèmes électoraux: dans la «Rust Belt», en Virginie Occidentale, à New York, au Tennessee, en Floride, ailleurs encore. Pour «SonntagsBlick», nous avons prévu toute une série d'interviews avec des militants, des politiques et des électeurs.

L'objectif journalistique de ces informations préélectorales était de dépeindre l'entier du pays et les deux camps politiques. Ainsi que de prendre les électrices et électeurs au sérieux, ce qui fut pour moi une préoccupation particulière. Concrètement, ne jamais se moquer de l'électorat de Trump ou de Biden. Pour mes collègues de Suisse, cela paraît peut-être banal et comme allant de soi. Mais en 2016 et en 2020, trop de médias ne l'ont pas fait.

Aux Etats-Unis, il n'y a plus guère de média qui ne semble obéir à un

Photo du haut: Des partisans du président élu, Joe Biden, fêtent sa victoire à Wilmington (Delaware). Ci-contre: «Il est presque impossible de décrocher des pointures pour des interviews», confesse Nicola Imfeld. Mais là, ça lui a réussi: il est en pleine interview avec Don Beyer, député démocrate à la Chambre des représentants.



agenda politique. Les mêmes faits sont souvent rapportés de manière complètement différente dans les émissions TV et les journaux - on appelle ça le «spin». Pour un journaliste suisse, la consommation des médias est une gageure quotidienne, entre CNN et Fox News, le «New York Times» et le «Wall Street Journal». Le défi consiste à fournir aux lecteurs un portrait si possible exhaustif et sans distorsion des événements politiques.

Au Groupe Blick, nous avons dans l'ensemble bien couvert la présidence peu conventionnelle de Donald Trump. Toujours sur un ton critique, catégorisé et distrayant. Mais ce que nous n'avons pas toujours réussi à faire, c'est de nous débarrasser entièrement de sous-entendus sardo-

niques en parlant de Trump. Parfois, un brin de sobriété ne nous aurait pas fait de mal.

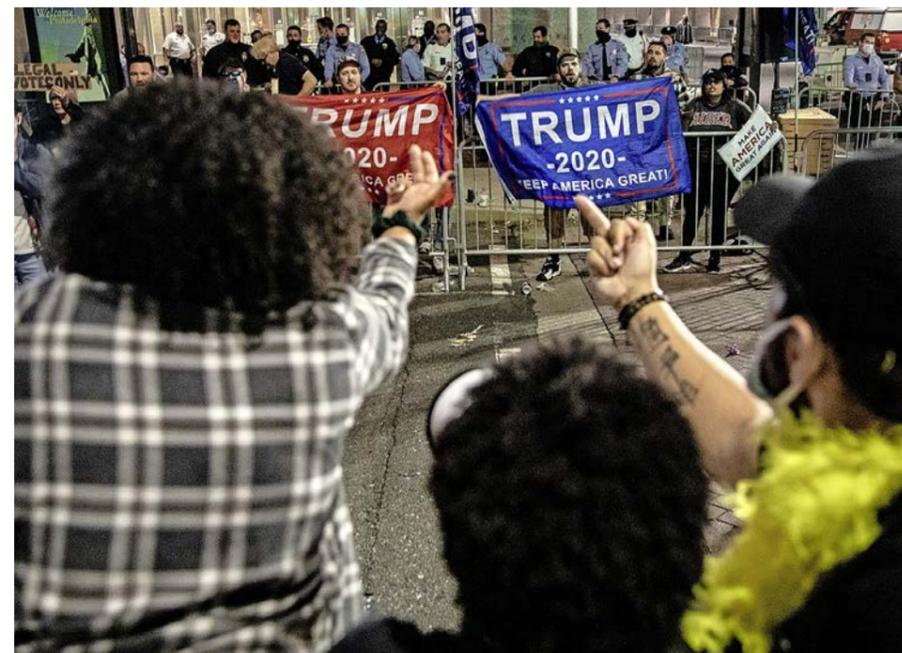
Pour un journaliste suisse, le contexte aux Etats-Unis est compliqué. Ici, le reporter de «Blick» est un «nobody», contrairement à ce qu'il vit chez lui. C'est pourquoi j'ai mis dès le début toute mon énergie à établir des relations. J'ai aujourd'hui des contacts avec des politologues, avec l'ancien ambassadeur américain en Chine, avec un élu à Washington, que je peux appeler pratiquement jour et nuit pour avoir un avis. En revanche, avoir les gros calibres en interview est presque impossible. Mais je crois qu'il vaut toujours la peine d'aller à la pêche. A San Diego, la sénatrice californienne Kamala Harris, désormais vice-président élu, avait son QG local à quelques étages au-dessus du bureau local du «Blick». En dépit d'efforts acharnés, une rencontre n'a jamais été possible. Avec le néophyte démocrate candidat à la présidentielle Pete Buttigieg, j'avais réussi à fixer une date d'interview au bout d'une année et de multiples coups de fil. Mais il a finalement quand même fait faux bond.

La réalité est souvent amère: beaucoup d'efforts, peu de résultats. Mais il arrive qu'on réussisse avec beaucoup d'obstination et un peu de chance. Comme hiver 2018, par exemple, quand j'ai pu rencontrer pour une interview à Los Angeles Michael Avenatti, l'avocat vedette de l'actrice porno Stormy Daniels, en procès contre Donald Trump.

Etres correspondant aux Etats-Unis fut et reste pour moi un job de rêve. Enfant, je discutais avec mon grand-père de celui qu'il traitait de «criminel de guerre», George W. Bush. Dans ma jeunesse, la politique et la personnalité de Barack Obama m'ont toujours davantage fasciné que les agissements des conseillers fédéraux en Suisse ou d'Angela Merkel en Allemagne.

Cependant, il n'était pas du tout prévu que je reprenne le poste de correspondant aux Etats-Unis pour le Groupe Blick. Lorsqu'en 2018 j'ai déménagé à San Diego, c'était pour occuper le poste du service de nuit. Ce n'est que quelques mois plus tard, après d'innombrables articles sur Trump, que s'y est officiellement ajouté le mandat de correspondant. Depuis février 2019, je rédige pour Blick.ch la chronique hebdomadaire «BLICK auf die USA».

Ce qui me différencie de mes collègues correspondants, c'est cette



double tâche. Car je suis quand même resté en service de nuit. Quand je ne suis pas précisément en voyage pour de gros sujets américains, j'ai un horaire de travail fixe: de 22h30 à 6h30 du matin. Quand tout le monde dort en Suisse, je suis responsable de la présence en ligne de Blick.ch. Je suis alors le rédacteur à tout faire, j'écris des «breaking news», j'investigue et je rédige des enquêtes, je compose une newsletter quotidienne. Et plein d'autres choses. Je dois avoir une vue d'ensemble de toutes les nouvelles fraîches ici et dans le reste du monde. Et être au moins sommairement au courant de tous les sujets politiques, économiques et people.

Pour assumer aussi bien que possible cette double tâche, j'ai mis en place un rituel matinal: quelques heures avant l'horaire de nuit, je lis au moins le «New York Times», le «Washington Post» et le «Wall Street Journal». Peu avant le début de ma journée de travail officielle, je me mets à jour sur d'autres événements en Suisse et dans le monde. En cas de service nocturne normal, il arrive souvent que j'aie le temps d'écrire un sujet sur Trump et la politique américaine ou que je prépare une story pour la rubrique people.

Mon rôle au service de nuit explique aussi que, à la différence de la plupart des autres correspondants, j'habite à San Diego et non à Washington. Le décalage horaire de neuf heures rend le boulot un peu plus

Il faut poser des limites à la haine. A Philadelphie (Pennsylvanie), des manifestants qui célèbrent la victoire de Joe Biden se moquent des partisans de Donald Trump postés de l'autre côté de la rue.

agréable. Sans Diego est la ville la plus méridionale de la côte Ouest, connue non sans raison comme «America's Finest City». Des plages splendides, un climat agréable toute l'année et une décontraction que l'on ne connaît pas en Suisse. L'équilibre vie professionnelle-vie privée ne pourrait être meilleur, quand bien même il pâtirait de la pandémie et, désormais, du troisième confinement en Californie.

Après l'élection présidentielle, un seul grand événement m'attend: l'entrée en fonction du nouveau président, Joe Biden, le 20 janvier 2021, à Washington. Je travaillerai de nouveau en convergence pour le print, l'online, la TV, les réseaux sociaux et Radio Energy. Mais pour la toute dernière fois.

Début février, après trois ans aux Etats-Unis, je rentrerai en Suisse. En mars, je prendrai un poste de journaliste économique au «Blick». Dans la newsroom de Zurich, je n'aurai pas de bureau à moi et je jouirai de moins de liberté. En revanche, les conférences de presse quotidiennes et souvent répétitives de Trump me seront épargnées. Et je pourrai enfin de nouveau travailler en équipe. Voilà un nouveau défi dont je me réjouis sincèrement!

Mais je ne veux ni ne peux mentir: ces années historiques aux Etats-Unis, entre présidence Trump et pandémie de coronavirus, demeureront pour toujours un grand moment journalistique et personnel. 🌐

Photo: Sarah Silbiger/Bloomberg via Getty Images

Photo: Chris McGrath/Getty Images



Le journaliste scientifique Urs Hafner chez lui à Berne : « Il est passionnant d'observer la lutte de pouvoir entre science et politique. »

# «Une confiance naïve dans les faits»

Le journalisme devrait cesser de servir de porte-voix à la science, pense l'historien et journaliste scientifique Urs Hafner. La pandémie de Covid-19 aura été, en la matière, une bénédiction.

Interview: Adrian Meyer Photo: Kurt Reichenbach

**Urs Hafner, depuis des mois, de nouvelles découvertes à propos du coronavirus ont lieu jour après jour. Comment faites-vous pour en garder une vision globale?**

Je ne crois pas en avoir une vision globale. Je lis tous les jours les journaux, certes, mais je ne cesse de me demander quelles mesures ont vraiment du sens et pourquoi, ou quel vaccin serait effectivement salubre.

**D'où vient votre scepticisme?**

Depuis l'éclatement de cette pandémie, beaucoup de médias ont bravement relayé les messages scientifiques et politiques. Les attentes étant grandes face à l'incertitude qui règne à propos du virus, certains chercheurs ont bénéficié d'une forte audience. Il y a eu beaucoup d'alarmisme. De nombreux médias ont repris tout ça tel quel.

**Quelles lacunes la crise sanitaire révèle-t-elle dans le journalisme scientifique?**

D'une part, nous avons besoin des journalistes scientifiques: les gens veulent savoir ce qu'est un virus ou si la crise entraîne des dépressions. De l'autre, on voit que le journalisme scientifique souffre de la crise des médias: il manque d'argent, de temps et d'expertise. L'Association suisse du journalisme

scientifique a sonné l'alerte cet été, par le biais d'une lettre ouverte. Avec la pandémie, les journalistes scientifiques sont aujourd'hui sur le pont en permanence, alors que les éditeurs continuent de supprimer des postes.

**Cette pandémie a donné à la science un grand pouvoir politique.**

Il est passionnant d'observer la lutte de pouvoir entre science et politique, d'observer la bagarre pour des compromis dans la lutte contre le virus. Certains chercheurs - ce sont presque tous des hommes - semblent aimer apparaître et apprécier ce nouveau pouvoir. Des épidémiologistes comme Marcel Salathé et Christian Althaus n'hésitent pas à expliquer aux gouvernements quelle politique ils doivent suivre. C'est incroyable. Bien des médias l'ont accepté sans discuter.

**Dans cette crise sanitaire, les médias ont-ils été trop dépendants des experts, des virologues et des épidémiologistes?**

C'est un dilemme. A vrai dire, seuls des experts peuvent apprécier la situation épidémiologique d'une pandémie. Les journalistes en savent forcément moins que les scientifiques, au moins sur ces sujets-là. En l'occurrence, le journalisme a toujours assumé une fonction de porte-voix. C'est moins le cas pour le journalisme culturel et pour celui qui traite des sciences humaines. Cela dit, les journalistes pourraient s'investir davantage dans les sciences naturelles et poser des questions critiques.

**A quels experts peut-on se fier?**

Plutôt à ceux qui pèsent le pour et le contre et qui connaissent les limites de leur savoir. Mais en général, on interroge ceux qui passent pour compétents. Or qui passe pour compétent? Ceux qui sont interrogés. C'est un cercle vicieux.

**Communiquer correctement un savoir d'expert et être en même temps efficace dans la communication est, pour les scientifiques, un sacré exercice de corde raide. La science a-t-elle besoin d'un entraînement aux médias ou les médias nécessitent-ils un entraînement à la science?**

Je connais beaucoup de scientifiques qui sont frustrés par les médias. Ils disent qu'ils gaspillent leur temps car, au terme d'un long entretien, il reste souvent à peine une citation, qu'il faut en plus corriger. En réalité, il faut les deux: des journalistes qui consacrent du temps, de l'intérêt et de la compétence, qui sont familiers de la culture académique et posent des questions simples. Et des scientifiques qui ont de la compréhension pour le mode de fonctionnement des

médias et savent parfois lâcher prise quand des phrases ne sont pas écrites exactement comme ils l'imaginaient.

**La science s'est-elle trop peu préoccupée de l'opinion publique?**

A vrai dire, elle devrait trouver son intérêt à informer un large public, puisqu'elle est financée par les revenus de l'impôt. Les hautes écoles y sont même tenues. La communication scientifique et le journalisme sont les premiers chargés de procéder à cette traduction. Mais on ne peut obliger aucun scientifique à faire un travail de relations publiques. Ils doivent prioritairement chercher et enseigner.

**Dans votre livre «Forschung in der Filterblase», vous critiquez le fait que les universités suisses négligent le dialogue entre la science et le public.**

Mes recherches m'ont amené à la conclusion que, dans les départements de communication des hautes écoles, il y a trop peu de distance critique par rapport à la science. Ils doivent faire des relations publiques! Ce n'est pas une affaire. Malheureusement, les hautes écoles réfléchissent trop rarement à ce qui pourrait être intéressant pour un large public. Au fond, la communication scientifique devrait sélectionner ce qui est important pour le public et aider les chercheurs à communiquer adéquatement leur travail. Cela permettrait de susciter le débat.

**Pourquoi un tel dialogue est-il important?**

La science a beaucoup à dire sur des sujets à composante politique comme le changement climatique, l'énergie, les expérimentations animales, le racisme, les questions de genre. Elle devrait s'impliquer afin que les citoyens puissent s'informer et soient incités à réfléchir. Bien des chercheurs le font désormais par eux-mêmes, sans s'en remettre aux départements de communication. Ils se sont créés sur les réseaux sociaux des communautés parfois considérables. Mais ce sont le plus souvent des «bulles de filtre» (Filterblase, ndr). On reste entre soi.

**Bio**

Urs Hafner, 52 ans, est historien, auteur et journaliste scientifique. De 2007 à 2014, il a travaillé comme rédacteur scientifique au Fonds national suisse de la recherche scientifique. Ce printemps est parue son étude: «Forschung in der Filterblase. Die Wissenschaftskommunikation der Schweizer Hochschulen in der digitalen Ära».

**D'un côté, nous avons une science très influente, qui exploite la communication à des fins de «public relation», de l'autre, un journalisme scientifique en crise. Qui colmatera cette brèche?**

Seul le journalisme peut le faire. Les Académies suisses des sciences ont fondé une commission visant à soutenir le journalisme scientifique. On parle maintenant d'une fondation.

**Pourquoi la science s'inquiète-t-elle d'un journalisme critique?**

Bonne question! Après tout, selon les sondages, plus de la moitié de la population a une attitude positive à l'égard de la science. Je pense que le système scientifique a peur qu'un jour on ne lui accorde plus d'argent si le public en apprend trop peu sur son travail. C'est pourquoi la pandémie est une bénédiction aussi bien pour la communication scientifique que pour le journalisme scientifique.

**Dans quelle mesure?**

Ce n'est que grâce à la crise sanitaire que bien des citoyens ont eu un aperçu du fonctionnement de la science. Ils ont compris que l'univers scientifique est très complexe, que parfois la recherche n'a pas de réponses aux questions, surtout qu'il n'y a pas de réponse univoque éternellement valable. Il y aura toujours une autre étude, d'autres travaux.

**Pour une compréhension approfondie des sciences, vous demandez plus de connaissance critique et moins de confiance dans les faits. C'est-à-dire?**

Je trouve révélateur de voir comment, dans le débat sur les fake news, les rédactions ont réagi en multipliant le fact checking. Or cette confiance dans les faits est naïve. Certes, la Terre n'est pas plate. Mais en matière scientifique, il n'y a pas de faits définitifs. Tout savoir est provisoire. La réflexion critique est ce savoir qui inciterait les citoyens suisses à se poser eux-mêmes des questions et à réfléchir.

**Quel journalisme faut-il pour ça?**

Un journalisme qui met l'accent sur les contradictions et les questions ouvertes et qui communique un portrait réaliste et modeste de la science. Un journalisme qui ne tente pas de fournir des réponses définitives mais qui suscite la réflexion. Pour ce faire, il faut des journalistes qui ne se prennent pas pour les porte-voix de la science en prétendant expliquer le monde au public. Non, il faut des gens qui osent poser des questions authentiques aux scientifiques: que signifie ceci? Pourquoi faut-il cela? Dans quel monde voulons-nous vivre? 🌐

# L'infodémie russe

Ils s'appellent RT Deutsch, Sputnik, Redfish ou In the Now. Ce sont des canaux d'information actifs sur la Toile et sur les réseaux sociaux. En Suisse aussi. Ils cachent des entreprises russes de médias d'Etat. Et ils n'ont qu'une chose en tête: la propagande.

René Haenig

Une grande manif à Bâle: les antifas mobilisent les masses contre «l'Etat raciste», titre samedi 28 novembre l'édition en ligne de la «Basler Zeitung». Selon elle, quelque 2000 manifestants ont défilé dans la vieille ville. Il y a eu des déprédations. Pour le reste, seul le site du journal des pendulaires 20minutes.ch y a consacré un bref sujet. A l'inverse, le même jour, on a pu voir sur le Net et sur le canal YouTube de RT Deutsch une vidéo titrée «Manif à Bâle: les antifas mobilisent les foules contre l'Etat raciste».

On s'étonne qu'un si petit émetteur TV sur la Toile consacre des images aux événements de Bâle. RT Deutsch appartient au groupe de médias d'Etat russe Rossia Sevodnia, qui exploite notamment, en 30 langues, un site d'information et une station de radio à l'enseigne de Sputnik. L'émetteur a un siège dans un studio TV à Berlin-Adlershof. Les critiques considèrent cet émetteur comme le porte-voix de propagande à l'étranger du président russe Vladimir Poutine.

Au programme de l'émetteur, des nouvelles sur la politique russe et internationale, l'économie, la culture, le sport ainsi que des documentaires et des magazines politiques. Sur Instagram, où RT Deutsch compte plus de 53 000 abonnés et a posté à ce jour 2489 sujets, l'émetteur fait sa pub avec ce slogan: «L'information à l'écart du mainstream.» Le

gouvernement allemand reproche aussi bien à RT Deutsch qu'à l'agence d'information Sputnik de faire la propagande du Kremlin. Sur ses sites comme sur les réseaux sociaux, il proposerait un large éventail d'articles qui, «dans leur vision d'ensemble, diffusent sur le mode propagandiste l'opinion du gouvernement de Moscou», souligne le Ministère de l'intérieur.

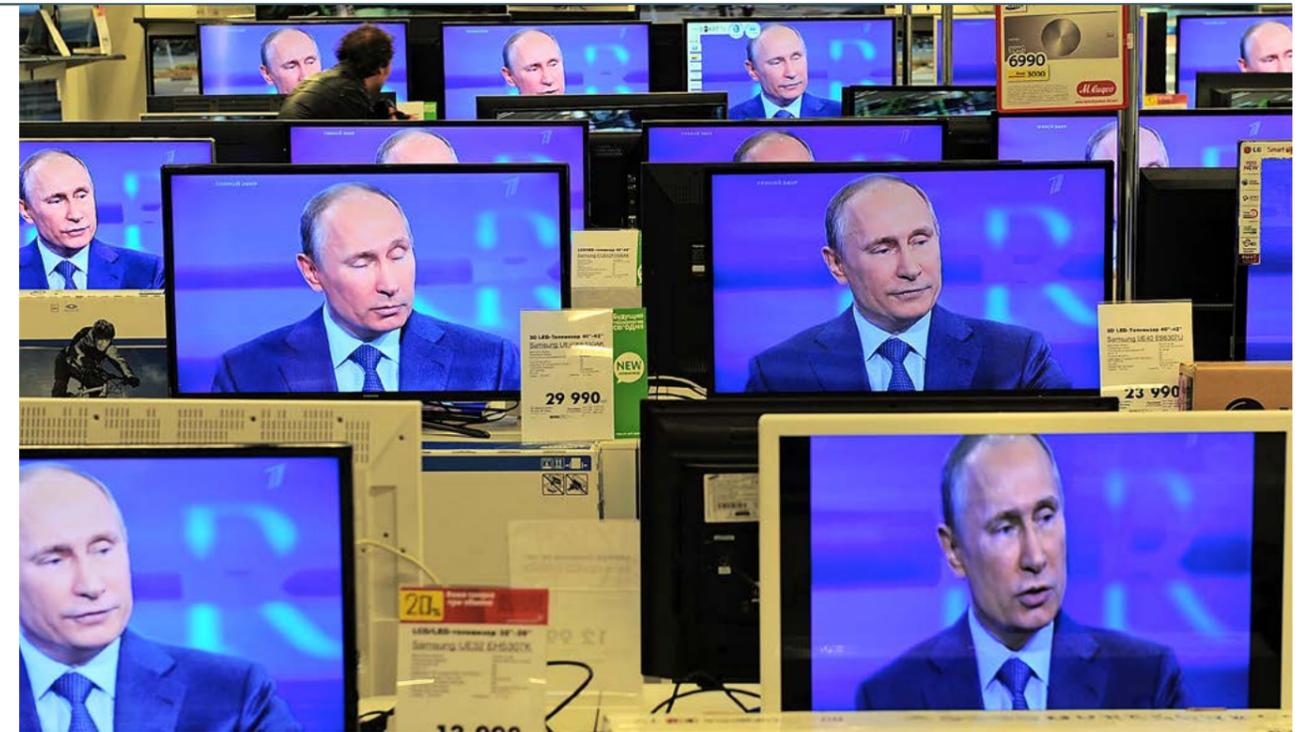
## «Les médias russes sont une arme dans la guerre de l'information que conduit la Russie.»

Susanne Spahn, historienne

La Suisse aussi est un thème. Outre le récent sujet sur la manifestation bâloise, l'émetteur diffuse une interview du professeur Reto Stocker, 65 ans, médecin-chef de la clinique Hirslanden de Zurich. Titre de la vidéo: «Les médecins intensivistes

évoquent la situation du coronavirus en Suisse: confiner n'est pas une bonne idée.» Au Service de renseignement de la Confédération (SRC), la campagne médiatique russe est dans le radar. Dans son rapport de situation «Sécurité suisse 2019», le SRC écrit: «La confiance en soi accrue de la Russie repose avant tout sur sa force militaire retrouvée et sur un appareil de pouvoir strictement organisé sous la présidence Poutine (...). La Russie continuera de miser sur des opérations d'influence, autrement dit des activités telles que campagnes d'information, manipulation et propagande.»

Les médias russes à l'étranger comme RT Deutsch, RT France et Sputnik font partie des armes de la guerre de l'information que mène la Russie. La rédactrice en chef de l'émetteur TV destiné à l'étranger RT, Margarita Simonian, 40 ans, n'en fait pas mystère. Ayant occupé longtemps un poste du genre propagandiste en chef de Poutine, elle décrit son émetteur comme le «Ministère de la défense» du Kremlin et comme «une arme comme une autre». Croire que les médias russes sont juste présents quand des groupes d'extrême droite comme Pegida manifestent contre «l'islamisation de l'Occident» ou lorsque l'AfD diffuse ses messages contre l'UE, c'est faire erreur. Il y a aussi des canaux russes pour l'extrême gauche et les écologistes. Leur quartier général est une bâtisse de 11



étages dans la capitale allemande, à Berlin-Mitte. Trois noms figurent sur la sonnette: Ruptly, Redfish et Maffick.

Derrière ces noms rigolos se cachent des canaux Facebook, dont certains comptent des millions d'abonnés, qui cachent soigneusement leur véritable identité à leurs fans. Sur Instagram, Ruptly s'annonce comme entreprise de médias et d'information avec siège à Berlin et poste notamment des vidéos a priori inoffensives comme celle de M. Gru, un chat aux dents de vampire. Mais il y a deux ans, c'est une vidéo dans laquelle un collaborateur de Redfish filmait une opération policière à Berlin-Kreuzberg qui a fait fureur sur les réseaux sociaux. On y voyait les agents taper sur un Noir, un «préssumé voleur de bicyclette». Lorsque des passants s'en sont pris à la police à coups de bouteilles et de pots de fleurs, le reportage de Redfish a loué leur «courage». Les auteurs de la vidéo ne mentionnent pas que l'homme avait commencé par attaquer les agents et livré une résistance féroce lors de son arrestation.

La vidéo s'est répandue de façon virale sur les réseaux sociaux. En quelques jours, 2,4 millions de personnes l'ont vue sur Facebook. Très rares sont ceux qui savent que Redfish fait partie de l'entreprise russe de médias Rossia Sevodnia. Aussi rares que ceux qui savent que la mission des collaborateurs de Redfish est

d'ordre politique. Les limites entre journalisme et militantisme sont consciemment franchies. «Redfish est un nouveau type d'entreprise de médias qui développe de courts documentaires d'enquête collaborative pour susciter des changements sociaux et économiques», écrivent les chevilles ouvrières du site. Leur cible: tous ceux qui en ont soupé de l'industrie des médias «mainstream».

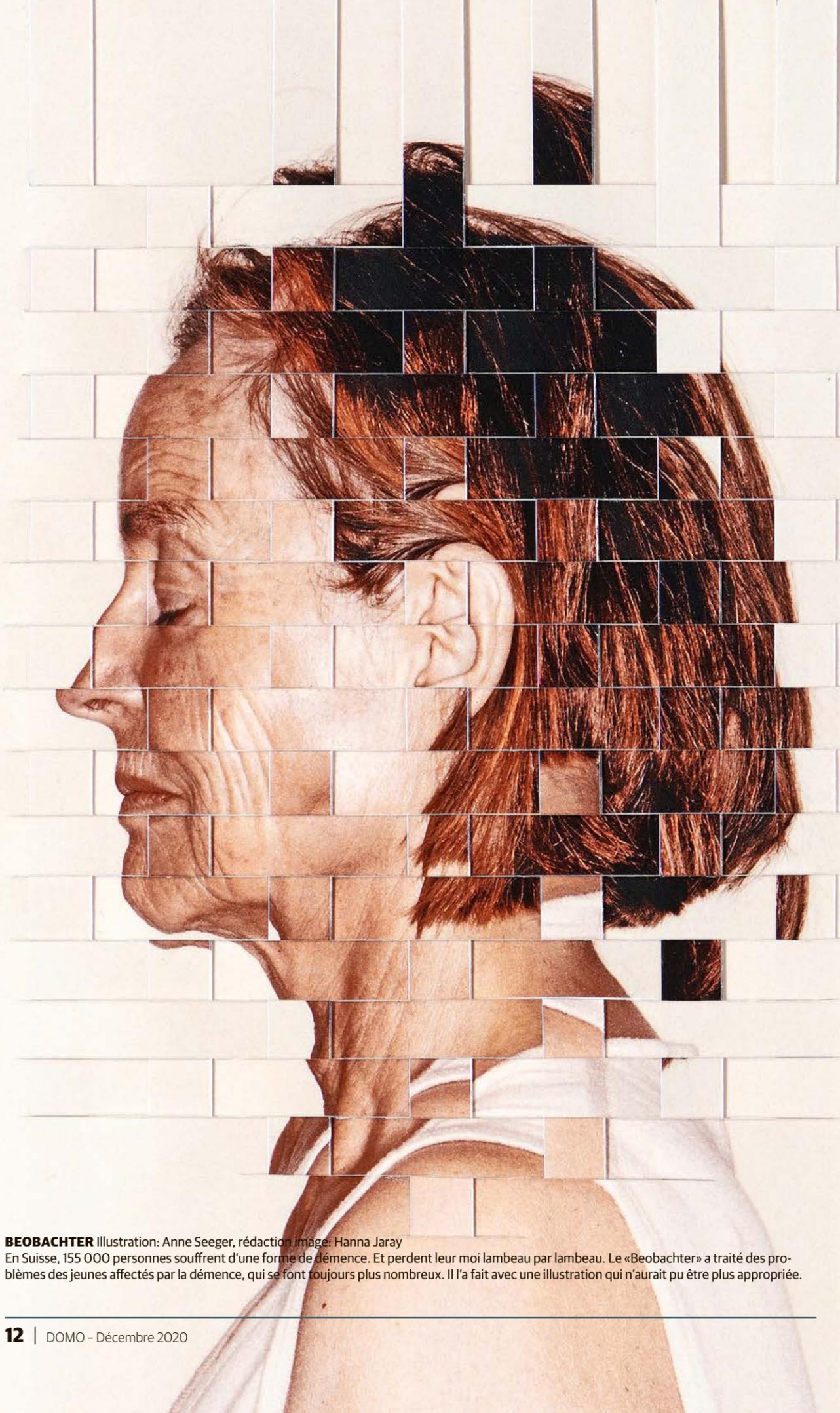
Maffick Media GmbH milite également avec zèle dans la guerre de l'information du Kremlin contre l'Occident. La CEO de cette entreprise de médias fondée à Berlin en 2018 est la journaliste américaine Anissa Naouai, 38 ans. Son canal In the Now est suivi par plus de 5,2 millions de personnes rien que sur Facebook, plus que Bild.de ou Spiegel.de. In the Now tente de cacher que son canal à la cible internationale fait partie de l'empire des médias d'Etat russes. La page d'accueil Inthenow.media a été enregistrée par un média d'Etat russe de la région de Moscou. Il y a quelque temps, Facebook a interdit un commentaire politique sous forme de pub d'In the Now. La raison: il n'était présenté qu'à des gens de Californie et avait été payé avec des roubles russes.

Influencer l'opinion publique à l'étranger est un objectif officiel de la politique étrangère du président russe, Vladimir Poutine, assure l'historienne Susanne Spahn, spécialiste

de l'Europe de l'Est. Les médias russes en Allemagne sont une arme de la guerre de l'information conduite par la Russie.» L'historienne s'appuie, pour le dire, sur les déclarations d'éminents représentants de médias russes. Une information tendancieuse, émaillée de «fake news», sert à affaiblir les opposants à Vladimir Poutine et à soutenir ses thuriféraires. Au sommet de la liste des opposants à Poutine se trouvent Angela Merkel et Emmanuel Macron. Susanne Spahn est persuadée que les médias russes entendent polariser et accentuer les conflits afin de diviser la société. On le constate, dit-elle, en particulier dans la crise du coronavirus qui, en raison du flot de désinformation, peut être allègrement rebaptisée «infodémie». «D'abord, il y a eu la crise des réfugiés, puis l'UE face au Brexit et maintenant la pandémie», dit l'historienne. Les déclarations des médias russes sur ces crises sont toujours de la même veine: «Il est suggéré que les gouvernements ne savent pas maîtriser la crise. Et l'on travaille régulièrement sur le scénario de l'horreur selon lequel le système est au bord de l'effondrement.»

L'Allemagne n'est pas le seul théâtre servant à diffuser le narratif russe et la désinformation fabriquée par des médias contrôlés par le Kremlin: la Suisse semble désormais en faire partie, comme l'a montré la manif des antifas de Bâle. 🌐

Photo: Andrey Smirnov/ AFP via Getty Images

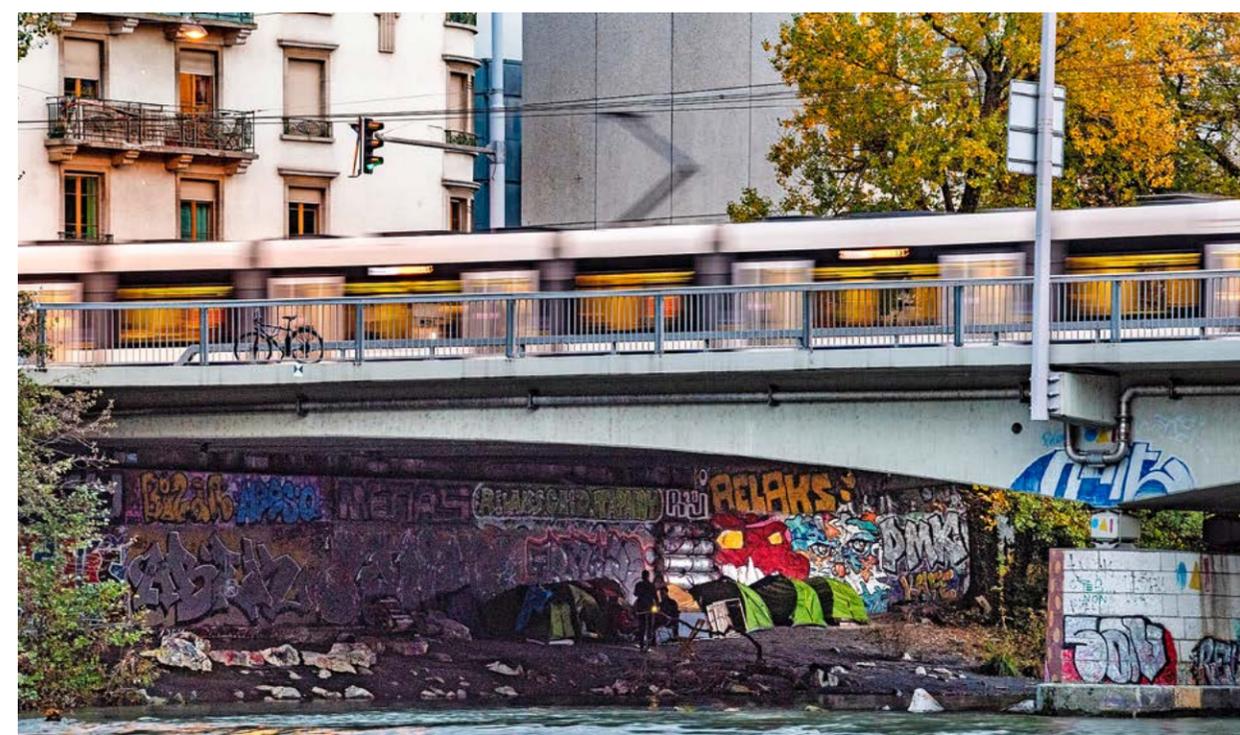


**BEOBACHTER** Illustration: Anne Seeger, rédaction image: Hanna Jaray  
En Suisse, 155 000 personnes souffrent d'une forme de démence. Et perdent leur moi lambeau par lambeau. Le «Beobachter» a traité des problèmes des jeunes affectés par la démence, qui se font toujours plus nombreux. Il l'a fait avec une illustration qui n'aurait pu être plus appropriée.

## LES MEILLEURES PHOTOS DU TRIMESTRE



**SCHWEIZER ILLUSTRIRTE** Photo: Kurt Reichenbach, rédaction photo: Nicole Spiess  
Daniel Koch, de l'OFSP, est connu dans tout le pays sous le surnom de Mister Corona. Mais poserait-il aussi avec une bière Corona? «Oui, il n'a pas hésité. Il avait même une Corona dans son frigo, parce que c'est sa bière préférée», témoigne le photographe Kurt Reichenbach.



**L'ILLUSTRÉ** Photo: Mark Henley, rédaction photo: Julie Body  
Ils habitent à Genève. Mais très différemment des autres habitants de la ville. Chaque nuit, des dizaines d'hommes, en général jeunes, venus de Guinée, du Nigeria ou du Maghreb, regagnent leur campement sur les rives de l'Arve. La journée, ils dissimulent leurs maigres biens afin qu'ils ne soient pas volés. Triste!

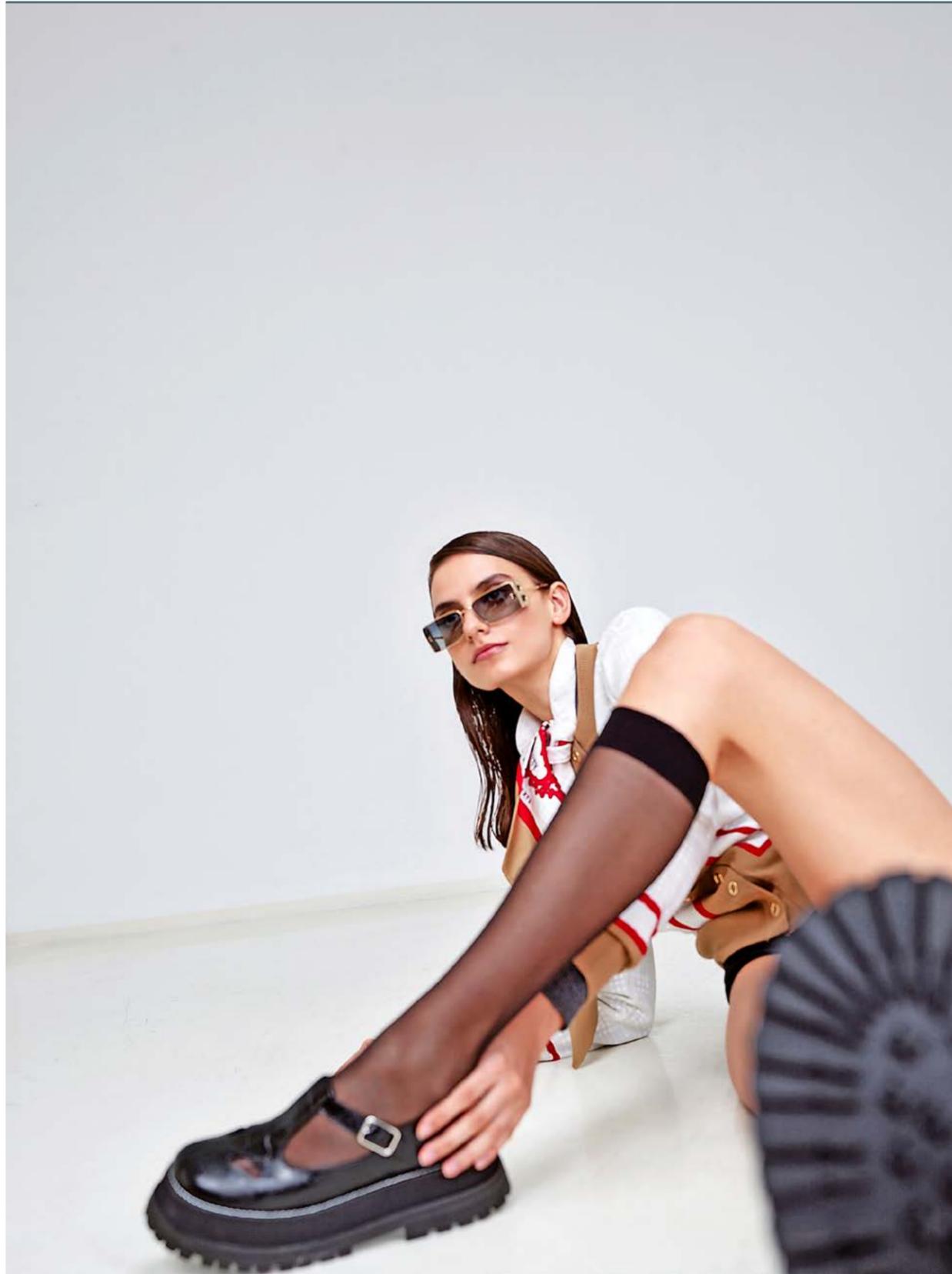


**L'ILLUSTRÉ**, Photo: Fred Merz, rédaction photo: Julie Body

Qui est la star ici? Si l'on pouvait entendre Janus parler, on percevrait à coup sûr deux réponses. Car cette tortue est une sorte de jumelle siamoise et la star du Musée d'histoire naturelle de Genève. C'est fascinant: les deux têtes de Janus sont indépendantes et possèdent deux cerveaux. Le reste est partagé, y compris la carapace, qui est trop serrée pour les deux têtes. C'est pourquoi l'animal ne pourrait survivre dans la nature. Janus se contente donc, ma foi, d'être la star d'un musée. Les deux têtes sont priées de débattre entre elles pour définir laquelle des deux est la plus appréciée.

# POINT DE VUE RINGIER

Dans cette rubrique, DOMO présente régulièrement les meilleures photos du trimestre.



**UNICA** Photo: George Pruteanu, rédaction photo: Irina Hartia  
Sur un mode vraiment cool et néanmoins raffiné, George Pruteanu a mis en scène son modèle, Maria, entièrement habillé de vêtements Burberry pour l'édition de septembre du magazine roumain «Unica».



**LIBERTATEA** Photo: Elena Driu, rédaction photo: Paul Antoniu et Mihaela Radu  
Les personnes âgées sont plus particulièrement affectées par le coronavirus. Elles restent souvent seules dans leur isolement et avec leurs appréhensions. Avec sa photo prise dans un hôpital de la ville roumaine d'Oradea, la photographe Elena Driu montre tout ce qu'un peu d'empathie et de réconfort peut déclencher chez une personne.



**SCHWEIZER LANDLIEBE** Photo: Nico Schaerer, rédaction photo: Denise Oechsli  
Le photographe Nico Schaerer a capté une pure idylle alpestre sur le col de la Bernina, qui conduit vers l'Italie. Bon, ladite idylle est un peu trompeuse, car, au bas de la photo, on aperçoit le poste de douane de La Motta. C'est là qu'une patrouille volante de douaniers met parfois des limites à quiconque ne respecte pas la loi.

# Maître faussaire

C'est l'un des plus grands scandales dans le monde de l'art de l'après-guerre: Wolfgang Beltracchi a inventé de nouvelles toiles d'anciens artistes défunts. Je possède deux dessins de sa main. Un cadeau du maître... Parce qu'un amour nous unit: celui de la moto!

René Haenig

Quand on travaille pour Ringier, on est constamment entouré d'œuvres d'art. On sait que l'éditeur Michael Ringier - «l'homme avec une âme d'artiste et un cerveau de commerçant», disait de lui le magazine de lifestyle alpestre Bianco - ne laisse pas ses œuvres prendre la poussière sur les murs de sa maison mais préfère en réjouir et inspirer ses employés.

Parfois, au Medienpark de Zurich, je contemplais l'œuvre «Logo Ikea», comme les journalistes avaient baptisé le caisson lumineux bleu-jaune auquel il ne manquait que les lettres i-k-e-a (j'espère que l'éditeur ne m'en voudra pas de mes possibles lacunes en matière d'art). Depuis un déménagement interne, c'est désormais un mouton que j'ai sous les yeux. Une collègue a collé cette affiche animatrice à la paroi. Ce n'est pas de l'art.

Depuis un an, je suis moi-même collectionneur d'art, fier détenteur de deux œuvres d'un «vieux» grand maître: il se nomme Wolfgang Beltracchi. Il a 69 ans. Et dans le paysage des beaux-arts, il passe pour LE maître des faussaires.

Bon, je n'ai que des dessins. Mais des originaux. Rien de contrefait.

Je le sais parfaitement. Car je regardais faire Wolfgang - on s'est rapidement tutoyés - quand il dessinait pour moi dans ses livres Autoportrait et Inclusion avec anges. Ce sont les deux livres qu'il a écrits avec son épouse Helene. Ils évoquent leur histoire aventureuse et leur correspondance en taule.

Criminel ou petit malin?

Pour bon nombre de gens, Beltracchi et sa femme sont des criminels. En Allemagne, au terme du plus grand procès pour faux artistiques depuis la Seconde Guerre mondiale, le couple est condamné en 2011 à 6 ans de prison pour escroquerie en bande et par métier. Or Beltracchi n'a jamais copié une œuvre. Il se contentait de peindre dans le style de peintres célèbres, tels Heinrich Campendonk, Max Ernst ou Fernand Léger. «Quelque 300 toiles de 100 peintres en quarante ans», révèle-t-il. Comment ça se passe? «C'est un défaut génétique», admet Wolfgang. Perfectionniste, il s'immerge à chaque fois dans l'univers des peintres, dévore tout ce qui s'écrit sur eux, tout ce qui lui tombe entre les mains. Et s'approprie ainsi leur signature.

Des experts reconnus sont ainsi tombés dans le panneau. Dans leurs expertises, ils ont confirmé l'authenticité des tableaux. Galeristes et maisons d'enchères se sont battus pour ces toiles, payant parfois des millions pour une œuvre. Le Ministère public a estimé que le maître faussaire et ses complices avaient réalisé un bénéfice autour de 16 millions d'euros.

Beltracchi écope de 6 ans de prison, son épouse de 4. Jusqu'à l'audience, ils restent en préventive durant 14 mois, puis peuvent purger le solde en milieu ouvert.

Je fais la connaissance de Beltracchi et de sa femme en février 2018. Peu avant, ils avaient déménagé en Suisse et l'artiste travaille pour Art

Quand il était faussaire, il en faisait manifestement trop. Désormais, dans son atelier proche du lac des Quatre-Cantons, Wolfgang Beltracchi manie le pinceau tout à fait légalement. On peut se faire tirer le portrait chez lui pour 60 000 euros.

on Ice. Dans la pittoresque localité de Meggen (LU), au bord du lac des Quatre-Cantons, le maître et sa muse ont déniché un atelier. Dans une salle qui servait naguère à l'enseignement de la danse, Beltracchi manie maintenant le pinceau.

Il y a des gens que l'on salue en leur serrant la main et, au même moment, on a l'impression de se connaître déjà. Beltracchi fait partie de ces gens. Nous bavardons, parlons de Dieu et du monde. De son enfance de fils d'un peintre d'églises et de sa jeunesse comme serveur dans un pince-fesses - où il a surpris son prof de maths en pleine action de séduction. On parle de la France, où il a naguère habité dans le Midi. Et on parle de motos! Jeune, il avait sillonné l'Europe et l'Afrique du Nord en Harley-Davidson. Moi, je pilote une Indian et, quand il entend ça, Beltracchi devient dithyrambique et avoue qu'à l'époque il s'en serait volontiers offert une.

Ses yeux pétillent et il m'arrache la promesse de passer un jour chez lui avec ma moto.

J'aimerais bientôt honorer cette promesse. D'autant plus que Wolfgang a même immortalisé mon Indien dans un de ses dessins. Sur l'autre dessin figure un coq (ndlr: en allemand «Hahn»), puisqu'il estime qu'avec mon patronyme Haenig, je suis pratiquement apparenté à l'animal.

Mes Beltracchi ne sont donc pas seulement authentiques. Ils sont aussi des pièces uniques. Des chefs-d'œuvre très personnels. Strictement pas contrefaits. 🌐

Photo: Geir Born



# Journalisme, boulot ingrat

Le documentaire «Colectiv» est un chef-d'œuvre. Il montre comment la «Gazeta Sporturilor» de Ringier a mis au jour l'un des plus grands scandales de l'histoire de la Roumanie et renforcé la confiance des Roumains dans la presse. Les éditeurs devraient faire voir à leurs journalistes ce film primé au Festival du film de Zurich, afin de les motiver à toujours poser des questions critiques.

Christian Jungen

Le rêve de tout journaliste est le scoop qui révèle de sombres machinations et fait tomber des têtes aux plus hauts niveaux. Ce rêve a toujours été alimenté par Hollywood, avec des thrillers comme «Les hommes du président» (1976), avec Robert Redford et Dustin Hoffman, «Jeux de pouvoir» (2009), avec Russell Crowe, ou «Spotlight» (2015), avec Mark Ruffalo. A la fin, on voit les journaux sortir de la rotative avec de gros titres cinglants et des camions

quitter l'imprimerie à l'aube. Tout journaliste un tant soit peu sensible en a la chair de poule.

«Colectiv», du metteur en scène roumain Alexander Nanau, 41 ans, est de cette veine. Il a remporté l'Œil d'or du meilleur documentaire au 15e Festival du film de Zurich (ZFF). La différence avec la production de Hollywood est que «Colectiv» - en version française «L'affaire collective» - s'en tire sans pathos ni hyperboles: il n'y a pas la fameuse scène où

Photo ci-dessus : Une scène du film «Colectiv» d'Alexander Nanau. Catalin Tolontan (à droite) et Mirela Neag, du journal «Gazeta Sporturilor» de Ringier, pendant leur enquête.

le rédacteur en chef, une tasse de café à la main, doit convaincre l'éditeur complice de l'establishment que c'est le moment de faire exploser la bombe. Le film se déroule dans le morne et peu glamour traintrain quotidien d'une rédaction et explique comment la «Gazeta Sporturilor», un quotidien sportif propriété de Ringier et tirant à 20 000 exemplaires, a mis au jour un des plus grands scandales de l'histoire de la Roumanie.

Photos: Hill Studios, Ferda Demir / Getty Images, Magnolia Pictures

En 2015, lors de l'incendie de la discothèque Colectiv, 27 jeunes gens succombent. Si le nombre des victimes est aussi élevé, c'est parce que le club était bondé et ne disposait pas d'issues de secours. Le scandale continue avec le décès de 37 blessés dans divers hôpitaux, non pas à cause des brûlures mais en raison d'infections bactériennes causées par des moyens de désinfection trafiqués. La «Gazeta Sporturilor» a découvert que les hôpitaux les diluaient.

Le réalisateur Alexander Nanau a suivi pendant quatorze mois l'équipe du journaliste d'investigation Catalin Tolontan, à la renommée nationale. Les spectateurs assistent aux planques des journalistes devant les portes du groupe chimique Hexi Pharma, qui produit des substances toxiques. Ils voient Tolontan poser des questions critiques au ministre de la Santé lors de conférences de presse. Le film nous immerge dans un système profondément corrompu où l'on paie des pots-de-vin et où des personnes qui pourraient devenir dangereuses pour le régime meurent mystérieusement. C'est ainsi que le propriétaire de l'entreprise Hexi Pharma perd la vie dans un accident de voiture. La police conclut à un suicide tandis que des proches du défunt assurent qu'il n'aurait jamais fait ça.

En Roumanie, les enquêtes du journal ont provoqué les plus grandes manifestations depuis la révolution de 1989 et plusieurs ministres ont dû démissionner. En tant que spectateurs, c'est comme si nous suivions

## L'incendie catastrophique de Bucarest

Le 30 octobre 2015, l'incendie de la discothèque Colectiv de Bucarest fait 27 victimes, proies des flammes et de la panique; 147 autres personnes sont grièvement blessées. Alors que leur pronostic vital n'est pas engagé, durant les semaines suivantes, beaucoup de blessés succombent, dans les hôpitaux, à des germes multirésistants, parce que le plus grand producteur pharmaceutique roumain a dilué les liquides de désinfection jusqu'à les rendre inopérants. Un scandale qui éclate grâce à la bonne foi d'un médecin et aux enquêtes menées par l'équipe du journal de Ringier «Gazeta Sporturilor». Le cinéaste Alexander Nanau a suivi pas à pas ce travail d'enquête.



l'affaire au jour le jour. Le film est haletant, passionnant comme un thriller politique.

Alexander Nanau décrit «Colectiv» comme un «documentaire observationnel». «Je suis curieux et que je voudrais en apprendre davantage», a-t-il expliqué au ZFF. Son angle d'approche a été très complexe et risqué, «car je ne savais pas, en commençant, quelle histoire de fous allait se révéler devant la caméra».

Le film ennoblit le journalisme parce qu'il montre que le quatrième pouvoir est important dans un Etat pour protéger les citoyens, notamment des effets de la corruption. En Roumanie, toute cette affaire a redonné aux gens confiance dans la presse. Mais le film montre également combien il est périlleux, en Roumanie, pour des journalistes d'investigation de taper sur les doigts des puissants. Le journaliste Catalin Tolontan et ses gars ont été avertis par les services secrets roumains que la mafia les avait dans son collimateur. Bien que ne recourant qu'à des images très sobres, «Colectiv» est un film émouvant parce qu'il donne la parole aux victimes. Il montre des êtres estropiés condamnés à vivre désormais avec les séquelles de graves brûlures. Et il montre des parents qui, devant la tombe de leur enfant, pleurent des larmes amères parce qu'ils savent que c'est la faute d'un gouvernement corrompu s'il est mort.

Le réalisateur Alexander Nanau (à gauche) avec la co-auteurice du film Antoaneta Opris et Catalin Tolontan. Alexander Nanau est un réalisateur, cameraman, scénariste et documentariste germano-roumain qui a notamment remporté un Emmy Award pour «The World According to Ion B.». Il a reçu le Golden Eye au Festival du film de Zurich en 2019.

Pour sa première au ZFF, «Colectiv» a suscité la stupeur et stimulé un vif débat. Depuis, ce chef-d'œuvre a entamé une marche triomphale à travers le monde, avec beaucoup d'autres prix cinématographiques à la clé. Alexander Nanau pense que son film suscite un tel écho parce que dans bien des pays - il cite en exemples les Etats-Unis, le Brésil, la Grande-Bretagne et la Turquie - des politiciens incompetents sont au pouvoir, se fichant de la santé publique et foulant aux pieds la liberté de la presse. Avec son film, qui s'achève abruptement et nous confronte à la question de savoir si nous combattrions nous aussi de tels abus, il entend secouer, réveiller les spectateurs. Ce que «Colectiv» a de commun avec de grands films hollywoodiens comme «Les hommes du président» ou «Spotlight», c'est une bonne chance de décrocher un Oscar. En tout cas, «Time Magazine» a désigné «Colectiv» comme le deuxième meilleur film de l'année. 🌐



### L'auteur

Christian Junge, 47 ans, est depuis cette année le directeur du Festival du film de Zurich. Il a étudié les lettres italiennes, l'histoire et le cinéma. Auparavant, il a été journaliste de cinéma durant vingt-cinq ans.

# «La crainte de se tromper est usante»

Une année durant, Catalin Tolontan et son équipe du quotidien Ringier «Gazeta Sporturilor» se sont laissé filmer lors de leur travail d'enquête par le réalisateur Alexander Nanau. Le résultat est le film «Colectiv». «Au début, j'y étais strictement opposé», dit Catalin Tolontan. Et de savoir qu'une nomination aux Oscars est probable le laisse froid: «Nous ne travaillons pas pour des applaudissements.» Interview: Alejandro Velert

**Catalin Tolontan, comment avez-vous réagi quand le cinéaste Alexander Nanau vous a demandé s'il pouvait filmer votre travail et celui de votre rédaction?**

J'ai réagi comme un type borné: ce n'est pas possible, une rédaction est pleine de secrets que nous ne pouvons pas partager. Ma plus grande peur, justifiée, concernait la sécurité des sources.

**Pourquoi avez-vous fini par accepter?**

Mon ego mis à part? Non, c'est une blague... Nous avons pensé que notre travail méritait d'être reconnu. En particulier en ces temps où la méfiance des gens est si grande. Et nous espérons qu'un documentaire atteindrait un public jeune. Et c'est ce qui s'est passé: partout dans le monde, le jeune public a été très impressionné. Même des écoles de journalisme aux Etats-Unis ont discuté du film. A Toronto, un jeune Canadien m'a dit qu'à partir de maintenant il allait désactiver ses bloqueurs de publicités parce qu'il avait compris que la presse avait besoin d'argent et que le journalisme était important.

**Par votre travail, vous avez mis au jour un marigot de corruption, d'abus et de mensonges. En imaginez-vous la dimension quand vous avez entamé votre enquête?**

Toute enquête, quelle que soit son ampleur, commence par une petite nouvelle. On ne sait jamais jusqu'où ça ira. C'est pourquoi, à mon avis, c'est la curiosité qui est la condition de base de toute activité journalistique, pas la dimension éventuelle d'une story.

**Et qu'est-ce qui fait un bon journaliste d'investigation?**

La capacité de ne pas réjouir les lecteurs.

**Dans quelle mesure était-ce un atout que vous et vos collègues soyez des journalistes sportifs? Vous a-t-on jugés moins menaçants?**

Le magazine «Variety» décrivait notre travail habituel comme incompatible avec le journalisme d'investigation. Je prends ça

pour un compliment. La vérité est que ça a été un gros avantage que nous soyons des journalistes sportifs. Dans le film «Spotlight», il y a une scène où l'avocat dit au journaliste qu'il faut quelqu'un qui ne soit pas de Boston pour écrire sur l'Eglise. Et ça a été pareil pour nous en matière de santé publique. Pour écrire sur les «hommes en blanc», il vaut mieux ne pas leur devoir quelque chose, même s'ils ont un jour fourni un petit tuyau à quelqu'un.

**Dans quelle mesure avez-vous eu peur de commettre une erreur ou d'être influencé par de fausses informations?**

La peur de se tromper est usante pour un journaliste - pas la peur de la mafia. Pour moi, l'antonyme de la peur n'est pas le courage mais l'esprit d'équipe. Sans mes collègues Mirela Neag, Razvan Lutac et des tas d'autres, tout cela n'aurait pas été possible.

**Un pays comme la Roumanie, qui est une démocratie relativement jeune, est-il particulièrement vulnérable à la corruption?**

Il va de soi qu'un pays en plein développement comme la Roumanie est vulnérable. Par ailleurs, ça ne me gêne pas de dire que c'est un éloge excessif de nous comparer avec Bernstein et Woodward, comme l'a fait le «Times» britannique qui a décrit le film comme le meilleur consacré au journalisme depuis «All the President's Men». Nous ne sommes pas aussi bons et je n'ai même pas la formation adéquate pour ça. En Roumanie, les nouvelles générations sont déjà bien meilleures que nous. En 2018, quand je suis arrivé chez Ringier comme coordinateur des rédactions pour «Libertatea» et «Gazeta Sporturilor», mon but était d'y rester vingt ans pour attirer de nouvelles générations de journalistes.

**Toute cette affaire née d'un incendie catastrophique et de ses répercussions vous a-t-elle rendu plus optimiste ou plus pessimiste?**

Je suis un optimiste dans le sens de la définition qu'en donne l'écrivaine américaine Rebecca Solnit. Etre optimiste



Catalin Tolontan, 52 ans, coordinateur rédactionnel des journaux «Gazeta Sporturilor» et «Libertatea».

ne signifie pas croire que tout se passera pour le mieux. Etre optimiste signifie agir pour choisir parmi toutes les possibilités celles qui amélioreront notre vie en tant que communauté.

**Vous étiez à Zurich en 2019 quand «Colectiv» a été récompensé d'un «Cil d'or». Quel souvenir en gardez-vous?**

Je me rappelle avant tout comment, après la présentation du film au Festival du film de Zurich, Annabella Bassler, CFO de Ringier, et Robin Lingg, directeur des places de marché numériques de Ringier, sont venus vers moi et Mihnea Vasiliu, CEO de Ringier Roumanie. Ils étaient visiblement émus. Ils m'ont demandé ce qui se serait passé si nos informations avaient été erronées. Je leur ai répondu que ç'aurait clairement été la fin de nos carrières. Je crois qu'à ce moment-là ils ont été très fiers de faire partie de cette maison d'édition. Ou pour le dire sur un ton moins pathétique: ce fut un de ces moments où même les responsables et les propriétaires se rendent compte que les contenus des journaux n'appartiennent, en fait, pas à une entreprise mais au public.

**Quand on est journaliste, peut-on se sentir un héros?**

En aucun cas. A mon avis, ce serait très dangereux. Nous ne travaillons pas pour les applaudissements.

**A quel point le film «Colectiv» vous plaît-il? C'est comment de se voir soi-même au cinéma?**

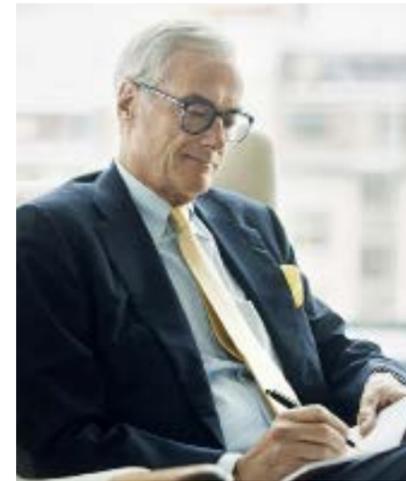
Dans le film «Colectiv», je revis à l'extrême chaque instant. Ce sont tant d'années de travail que j'y retrouve! Pour le reste et pour être franc, je trouve plutôt pénible de me voir à l'écran.

**Le film s'aligne maintenant dans la course aux Oscars. Cela vous plairait d'être présent à Hollywood lors du gala des Oscars?**

Je suis un journaliste, pas une star. Et cet Oscar est bien loin. Il y a des centaines de films en concours dans chaque catégorie. En sport, on a coutume de dire que tout entraîneur n'est qu'aussi bon que son dernier résultat. C'est pareil pour la presse. Nous sommes aussi bons que les dernières nouvelles que nous proposons au public. 🌍

Photo: Amett Müller

# Ce que Tinder ne sait pas faire



Michael Ringier, Editeur

«Eh bien, comment se passe ta journée de télétravail?» «Elle se passe très bien, j'en suis déjà à l'épisode 8 de la saison 4.» Netflix et Sky Sport font clairement partie des gagnants de la crise sanitaire. Les entreprises de médias comme la nôtre malheureusement pas: 2020 restera dans l'histoire comme la pire année depuis 177 ans. Grâce à un financement conservateur et à une planification prévoyante des liquidités, nous pourrions tout simplement tirer un trait dessus dans quelques semaines.

Ce qu'on en retiendra, c'est le débat sur la manière de travailler à l'avenir. Quant à moi, à vrai dire, j'ai déjà répondu à la question. Je veux retrouver mon ancien monde. A ce propos, ce n'est pas du tout la question de savoir si je travaille davantage à la maison ou au bureau qui est décisive. Je veux surtout revoir des gens. Je veux m'asseoir en face d'eux. Je veux sentir le contexte dans lequel ils vivent. Je veux les

regarder dans les yeux, je veux saisir l'ambiance dans laquelle ils évoluent. Un bureau ou un salon envoient aussi un message, parfois plus sincère que des mots.

Mais qu'est-ce que c'est que ces réunions où l'on se contente d'être assis en face d'un visage activé sur un écran de 30 centimètres? Ça ne marche tout simplement pas, on ne se sent pas mutuellement. La discussion s'articule juste autour de faits et d'arguments, sans traduction du langage corporel, sans interprétation des réactions de ceux qui ne sont pas en train de parler. Et sans pouvoir parler parfois de tout autre chose lors d'une courte pause-café. L'essentiel méta-niveau? de la communication manque complètement.

Comment nos activités les plus importantes ont-elles vu le jour? Aurions-nous jamais pu les mettre en place en Europe de l'Est sans des dizaines de voyages et des centaines d'entretiens? Le certificat de «voyageur fréquent» de Thomas Trüb fournit la réponse à la question. Quelqu'un croit-il vraiment que l'on puisse bâtir une entreprise en Afrique en ligne depuis son bureau? Le compte Miles & More de Robin Lingg révèle tout autre chose.

Pourquoi travaillons-nous depuis près de deux ans avec Palantir, une des entreprises les plus convoitées du monde? Les tickets de repas de Marc Walder et les miens indiquent comment tout a commencé à la Silicon Valley. Et pourquoi l'assureur La Mobilière est-il devenu notre partenaire et actionnaire? Parce qu'il y a quelques années Marc Walder et moi sommes allés à New York

avec Markus Hongler, CEO de La Mobilière. Et parce que, là-bas, dans l'établissement le plus bruyant où nous ayons jamais mangé, nous avons beaucoup ri et sommes devenus plus proches.

Après la prise de participation de La Mobilière au groupe Scout24, Marc Walder et moi avons revu deux fois Markus Hongler et son président du conseil d'administration, Urs Berger, pour un dîner. Nous avons parlé d'affaires, de politique, parfois aussi de choses privées. Il en est né une relation sans laquelle nous n'aurions pas La Mobilière comme actionnaire.

La confiance n'éclot pas numériquement, la créativité pas davantage. La communication numérique est tout à fait utile et, en plus, souvent efficace. Mais elle nécessite le contact humain. Et elle se limite aux faits, chiffres et données. Aucune entreprise n'est jamais née juste ainsi.

P.-S.: Je suis le dernier à idéaliser le «bon vieux temps». Mais nous nous sommes rencontrés avec mon épouse il y a bientôt cinquante ans. Au carnaval de Lucerne. C'était cent fois plus rigolo et romantique que Tinder, Parship ou Facebook ne le seront jamais.

*Michael Ringier*

Photo: Maurice Haas

# «De la cave au galetas»

Sandra Vonderach est la nouvelle responsable du Facility Management chez Ringier. Elle est mobilisée en permanence pour une fuite d'eau, un accueil de qualité et de l'énergie propre.



## LUNDI

En général, je me lève entre 6h30 et 7h. Pour me réveiller: douche, café, écouter les premières nouvelles de la journée. A 8h, le responsable de l'entretien de l'immeuble, Daniel Reiser, m'appelle pour m'informer d'un problème qui est depuis des semaines un vrai casse-tête: il y a une fuite d'eau au 1er étage de la Maison de la presse. D'où

provient-elle et que pouvons-nous faire? Nous faisons boucharder et étanchéifier l'escalier de béton, et attendons la prochaine forte pluie. On verra bien si ça a servi. Les rares employés présents dans les bureaux se montrent compréhensifs et ne se plaignent pas du fait que le passage est momentanément interdit.

## MARDI ET MERCREDI

Il y a du travail de la cave jusqu'aux combles. Je procède d'abord à l'inspection finale de la station de recharge au sous-sol: en collaboration avec les SI, dix stations de recharge d'électricité ont été installées dans notre garage. Et le sous-sol n'est pas le seul à avoir été équipé pour le futur: avec Swisscom, nous avons installé sur le toit une antenne 5G. De là-haut, je profite pendant un instant d'un coup d'œil sur les quartiers de Seefeld et Seebecken.



Vive le sport! Pour rester en forme et surmonter ma fâcheuse propension à la flemme, j'ai découvert depuis le début de l'année l'entraînement EMS (stimulation musculaire électrique). Après 20 minutes d'entraînement, c'est terminé: efficace!

## VENDREDI

Il part après plus de trente et un ans dans l'entreprise! Nous prenons congé de mon prédécesseur, Peter Gasser, qui s'octroie une retraite bien méritée. En ces temps de pandémie, seul un apéro d'au revoir numérique est possible. N'empêche que plus de 50 compagnons de route tiennent à lui dire «merci» et «tout de bon!» et à trinquer avec lui.

## WEEK-END

La fin de la semaine se déroule sous le signe du délassément. En été, cela passe par une randonnée en montagne, en hiver par le snowboard. Les panoramas infinis et l'exercice physique constituent pour moi des moments de liberté et de détente. J'aime aussi aller à Constance. Mais pas pour le tourisme d'achat: c'est ma ville natale, j'y retrouve ma famille et des amis et je m'éclate.



## Immunisée contre la chance au loto

Christine Näf exploite le (sans doute) plus beau kiosque de Zurich, celui de la Maison de la presse Ringier. Elle sait exactement ce que souhaitent ses habitués. Et brave ainsi les mutations dans le paysage médiatique.

Photos: Geri Born, collection privée

Très rarement, quand elle a vraiment beaucoup de sous dans sa poche, Christine Näf, 53 ans, tente sa chance et joue au loto. A l'image de nombre de ses clients. «Mais même si le jackpot atterrissait sur mon compte, je ne voudrais pas abandonner mon kiosque.» Christine travaille depuis dix ans au kiosque de la Maison de la presse Ringier à Zurich, et le dirige depuis sept ans.

Les clientes et clients ne sont pas rares à dire que le kiosque de la Maison de la presse est le plus beau de Zurich. C'est sans doute le plus propre et le mieux ordonné de la ville. «C'est un privilège d'avoir un kiosque dans cette maison. Un privilège qu'il faut cultiver, pas de compromis possible», proclame Christine.

Après une jeunesse près de Soleure, elle a d'abord fait un apprentissage de vendeuse en chaussures, puis elle a dirigé diverses filiales de Coop et vendu des billets de train dans un Avec Shop. «J'aime le contact avec les gens.» Dans son kiosque de la Maison de la presse, elle reçoit surtout des habitués. L'un de ses fidèles est l'éditeur Michael Ringier. «Ses intérêts sont multiples. Il achète des magazines d'art, d'automobile, de cuisine», révèle-t-elle.

Elle admet que la mutation dans le paysage médiatique se ressent aussi dans son kiosque. Mais elle relève bien le défi. Sa recette: «Notre assortiment est taillé sur mesure pour notre clientèle d'habitués. Et les clients sont d'ailleurs prêts à en payer le prix, car personne ne voudrait lire une revue d'architecture en ligne.»

La crise sanitaire est pénible, avoue Christine Näf. Une bonne partie des clients ne sont pas là. A noter que bien des gens sont passés ces derniers temps des cigarettes normales, la catégorie de produit la plus vendue, à des alternatives comme IQOS.

Heureusement que les loisirs de Christine Näf font la nique au virus: «Je fais de l'entraînement TRX, je cuisine, je pratique la randonnée. Avec mon mari, nous avons des vignes que nous chouchoutons.» Et encore un autre passe-temps: les puzzles. «J'en ai fini un de 4000 pièces. Là, j'ai énervé mon mari et ma fille parce que j'occupais toutes les tables.» Son programme alternatif consiste à lire. Et nul ne sait mieux que Christine Näf où l'on trouve de bonnes lectures. AV



«Je ne m'ennuie absolument jamais», assure Christine Näf. L'exploitante du kiosque de la Maison de la presse à Zurich est la maman d'une fille adulte. Elle a beaucoup de passe-temps: cuisiner, lire et randonner en font partie. A Oberhasli, dans le nord du canton de Zurich, elle bichonne ses propres vignes avec son mari.



### Conseil de lecture

de Marc Walder

Marc Walder, le CEO de Ringier, dévoile ici les livres qu'il a lus et pourquoi ils le fascinent.

Frank Bodin

#### DO IT, WITH LOVE



Avec «Do it, with love», Frank Bodin n'a pas vraiment écrit une somme. Mais ces 216 pages sont bourrées

d'intelligence, d'éléments de réflexion et d'inspiration.

Depuis pas mal d'années, Frank Bodin est l'un des meilleurs (ou le meilleur) concepteurs-rédacteurs et l'un des cerveaux les plus créatifs de Suisse. En 2011, il formulait chaque jour sur Twitter une thèse sur la créativité concentrée en 140 signes. De manière inattendue, une vaste communauté se forma autour de ses publications quotidiennes. Et la suite logique fut son bouquin «Do it, with love - 100 Creative Essentials», qui est devenu un best-seller et en est à sa septième édition.

Cette année 2020 sous le signe du coronavirus me montre particulièrement combien ces «creative essentials» sont intemporels. Le numéro 26, par exemple: «Embrace your limitations.» Ou le 34: «Look ahead. But not too far.» Et pour demeurer optimiste, le 10: «Believing something can make it happen.»

Les «creative essentials» de Bodin sont aussi simples que brillants. Sans cesse stimulants, toujours renouvelés. Chaque mot est choisi avec soin. Et même chaque virgule, comme le montre le titre du livre. Car «Do it, with love» est aussi un bonheur de par sa typographie et son toucher, il ferait même un cadeau de Noël parfait. Certes, il n'est pas très original d'offrir un livre pour Noël. Mais comme le dit Bodin lui-même, «creative essential» 13: «Make rules. Then break them.»

Editeur: Hermann Schmidt  
ISBN: 978-3-87439-870-1

OFFREZ UNE  
INFORMATION  
OUVERTE ET  
EXIGEANTE

## ABONNEMENTS ENTREPRISE

Une gamme de solutions adaptées

Offrez à vos collaborateurs un outil de travail indispensable et partagez avec vos clients les éclairages économiques et politiques d'un média de référence.

# Toujours à vos côtés



**L'ILLUSTRÉ**  
mesdroits

**Inclus dans votre abonnement.**  
Obtenez des réponses à toutes  
vos questions juridiques.

[illustre.ch/mesdroits](http://illustre.ch/mesdroits)