

# OYAGIE



Ringier  
Rapport annuel  
1999





# Sommaire

6

Michael Ringier

11

Résultats 1999

14

Journaux

18

Télévision

22

Europe

26

Hongrie

30

Tchéquie

34

Asie

38

Hongkong

42

Ringier Print

48

Organisation

10

Ringier en chiffres

12

Suisse

16

Magazines

20

Internet

24

Roumanie

28

Slovaquie

32

Allemagne

36

Chine

40

Viêt Nam

46

Personnel

49

Participations



# Michael Ringier

## L'histoire de notre entreprise dure depuis près de 170 ans et jamais l'horizon n'a été aussi étendu qu'aujourd'hui.

Au milieu du XV<sup>e</sup> siècle apparaissait la première presse à imprimer construite par Johannes Gutenberg. Quelque 400 années plus tard, mon arrière-grand-père Johann Rudolf Ringier fonda, à Zofingue, une imprimerie et, par là même, la maison Ringier. Internet pourrait révolutionner aussi fortement le monde que le fit l'invention de l'imprimerie. Nous ne disposerons toutefois plus de 400 années pour nous familiariser avec une technologie nouvelle de cette importance. Quatre années seulement d'hésitation pourraient aujourd'hui causer des dommages irréparables.

L'hésitation est vraiment la dernière chose qu'on voudrait se faire reprocher plus tard. Le réseau Internet jouit chez Ringier de la plus haute priorité. Une preuve en est la conférence de presse au cours de laquelle nous publions ce rapport de gestion. La conférence sera diffusée via Internet et je répondrai aux questions en direct.

Cette initiative est-elle judicieuse? Pour la conférence de presse, l'avantage peut paraître limité. Mais l'intérêt est ailleurs. Premièrement, c'est un signal lancé aux collaborateurs que le réseau Internet peut concerner et modifier toutes les activités et actions d'une entreprise – même des rituels traditionnels comme une conférence de presse.

Deuxièmement, nous voulons ainsi fournir la

preuve que nous possédons les aptitudes et le savoir-faire nécessaire pour à la fois maîtriser la nouvelle technologie et appliquer son contenu – malgré toutes les lacunes et restrictions existant encore.

Ringier est en train de devenir une firme Internet. Ceci n'annonce aucunement la disparition prochaine des machines à imprimer et des informations sur papier, mais signifie seulement que, dans tout ce que nous faisons, Internet doit être intégré dans notre façon de penser. Tout autant que le téléphone ou les ordinateurs sont devenus des outils naturels et indispensables à toute entreprise, Internet également jouera un rôle dans tout ce que nous faisons – voire un rôle central dans bon nombre de cas.

Internet nous donne l'opportunité de faire des choses entièrement nouvelles. Nous fondons de nouvelles marques, de nouvelles activités. Comme, par exemple Human line, l'un des leaders du domaine du marché du travail. Nous sommes ainsi soudainement devenus un concurrent de poids des rubriques d'offres et de demandes d'emploi dans les journaux régionaux, marché qui jusqu'à présent nous était fermé en raison de l'orientation nationale de nos journaux. Internet nous procure également des possibilités entièrement nouvelles de générer, avec un potentiel de trafic énorme, la fidélisation de la clientèle. D'ores et déjà, nous disposons de portails d'entrée sur le marché dominants ou très prometteurs que nous développons au prix de moyens considérables.

Internet nous donne la possibilité d'exploiter et de développer des marchés existants. Ainsi le «Blick» est la page connaissant le plus de succès sur le web en provenance d'une entreprise de média suisse, ce qui a pour conséquence que la version imprimée s'adapte de plus en plus au mode Internet. Les marques, comme Betty Bossi, Cash et de nombreuses autres, travaillent également avec acharnement à leur avenir sur Internet. Internet nous aide à optimiser les processus et nous force à revoir notre organisation. Internet redéfinira les relations entre collaborateurs et entreprises. Des opportunités et des possibilités inouïes qui n'ont jamais été saisies s'offrent à nous. Nous devons les identifier et les exploiter pour faire jouer notre compétitivité

dans ce nouvel environnement. Si nous ne le faisons pas, d'autres firmes nous devanceront, bien que, avec nos marques et activités existantes, nous soyons mieux placés que les autres. C'est là que se situe indiscutablement le plus grand défi qu'une entreprise puisse être amenée à relever. Il est plus facile de fonder une nouvelle société que d'en remanier une déjà existante.

Malgré toute ces activités et ces défis, nous pouvons nous arrêter quelques instants et être satisfaits de nous. Les résultats de l'année passée montrent en ce nouveau millénaire que les collaborateurs et le management ont accompli leurs tâches avec succès. Le plus réjouissant est que les progrès se sont fait jour dans pratiquement tous les domaines. Le



secteur de l'imprimerie tout particulièrement constitue l'exemple frappant montrant qu'un marché n'est pas amené à disparaître du jour au lendemain. On pourrait tout au plus noter que nos tentatives pour relever certains défis sont restées vaines.

Le goût du risque, la ténacité et la persévérance, alliés à la volonté de s'adapter et de se transformer continuellement, constituent les conditions sine qua non d'une présence parmi les vainqueurs. Ceci s'applique tout autant à une entreprise telle qu'une imprimerie, dont la technologie fondamentale a été inventée il y a plus de cinq cent ans, qu'à une firme Start Up dont la base technologique n'a que quelques années d'âge.

∞ Au fond, nous vivons dans un monde fantas-

tique. Il y a dix ans, nous avons eu la chance exceptionnelle de pouvoir édifier, grâce aux convulsions de l'histoire, quelque chose d'entièrement nouveau dans les pays de l'Europe de l'Est et de participer au remaniement d'un système de politique sociale. Et voici qu'Internet nous offre un nouveau défi unique en son genre. Il n'est pas facile de mener une entreprise en des temps pareils – mais c'est une tâche incroyablement fascinante et intéressante.

Nous avons voulu inclure un peu de cette fascination dans ce rapport de gestion. Il s'agit en fait d'un compte rendu de voyage, d'un journal comptant les aventures d'un artiste qui a sillonné le monde pendant des mois pour observer Ringier – de l'extérieur et de

l'intérieur. Christian Philipp Müller est parti l'an passé pour découvrir l'univers de Ringier, capter les ambiances, tirer des comparaisons, observer les individus. C'est pourquoi ce rapport de gestion fourmille de photos personnelles, de textes subjectifs, ne laissant que peu de place aux chiffres et aux faits. Ce rapport de gestion est un carnet de route d'un observateur engagé à travers les cultures les plus diverses s'exprimant par les réalités les plus diverses tout en ayant une identité commune – un monde qui s'appelle Ringier. L'histoire de notre entreprise dure depuis près de 170 ans et jamais l'horizon n'a été aussi étendu qu'aujourd'hui. La progression est parfois pénible, difficile et fatigante. Mais il est absolument fascinant d'être de la partie.



#### L'ARTISTE: CPM

Au centre du travail artistique de Christian Philip Müller (né en 1957 à Bienne, Suisse) figurent l'interrogation et la réflexion sur les structures sociales au sein desquelles il agit et œuvre en qualité d'artiste. Avec une précision scientifique et un humour coquin, il met à nu les structures dans lesquelles l'art trouve son origine et scrute les rapports de l'art avec la société. Pour le rapport de gestion Ringier 1999, CPM a visité durant douze semaines toutes les filiales Ringier, mené d'innombrables entretiens dans les rédactions et les imprimeries, pris des centaines de photos avec ses deux appareils compacts et rempli quatre carnets de notes manuscrites. CPM: «Je voulais mettre en relation les activités et les collaborateurs de Ringier avec leur environnement.»

1999 autofocus, BAK/Kunsthalle Zurich; Eine Welt für sich (un monde à part), Vienne 1998 Le Campus comme œuvre d'art, installation permanente, Université de Lüneburg 1997 documenta X, Kassel; Was nahe liegt ist doch so fern (ce qui est proche est pourtant si lointain), Kunstverein Hamburg 1995 Platzwechsel, Kunsthalle Zurich 1994 Tour de Suisse, Fri-Art, Fribourg 1993 Pavillon autrichien, Biennale de Venise 1992 Vergessene Zukunft (avenir oublié), Kunstverein Munich 1991 Feste Werte (valeurs sûres), Palais des Beaux-Arts, Bruxelles 1988 Eh bien prenons la plume, Arti et Amicitiae, Amsterdam 1986 Carl Theodors Garten, Düsseldorf-Hellerhof

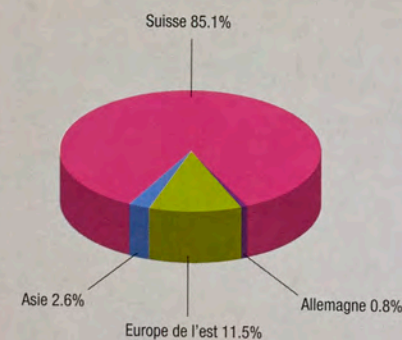
# Ringier en chiffres

## CHIFFRES COMPARATIFS

	CHF 1999	€ 1999	CHF 1998	Fluctuations en %
Chiffres d'affaires éditions suisses en millions	594.6	371.6	563.5	5,5
Chiffres d'affaires Europe en millions	117.0	73.1	108.5	7,8
Chiffres d'affaires Asie en millions	24.3	15.2	16.8	44,6
Chiffres d'affaires Imprimerie Suisse en millions	211.1	132.0	206.4	2,3
<b>Chiffres d'affaires total millions</b>	<b>947.0</b>	<b>591.9</b>	<b>895.2</b>	<b>5,8</b>
Cash-flow en millions	102.8	64.3	91.3	12,6
Cash-flow en % du chiffre d'affaires	10,9		10,2	
Résultat net d'impôts en millions	40.4	25.3	28.1	43,8
Résultat net d'impôts en % du chiffre d'affaires	4,3		3,1	
Investissements en millions	74.6	46.6	43.0	73,5
Effectif du personnel	4478		4281	4,6

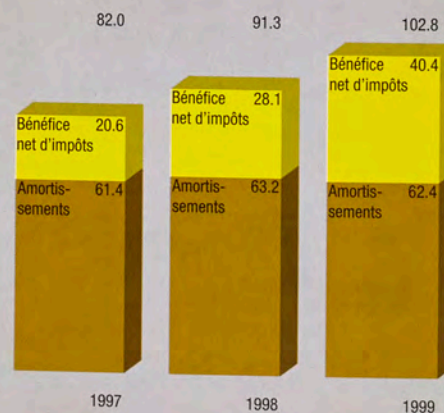
## CHIFFRES D'AFFAIRES PAR PAYS

Total 947.0 millions CHF



## CASH-FLOW

Total en millions CHF



## RÉSULTATS 1999

La forme de reddition des comptes établie selon les principes de FER/IAS est restée inchangée par rapport aux années précédentes. Toutes les sociétés en Suisse et à l'étranger, dans lesquelles Ringier détient une participation directe ou indirecte d'au moins 51 pour cent, ont été consolidées dans les présents comptes. Nos 50 pour cent de participation dans Times Ringier Hongkong, Good News Productions AG, Zurich, et SAT.1 (Schweiz) AG, Zoug, ont également été consolidés proportionnellement à la participation. Les résultats périodiques des participations minoritaires substantielles ont été comptabilisés proportionnellement. Il n'a toutefois pas été tenu compte des résultats de nos activités éditoriales au Vietnam.

Le chiffre d'affaires total du groupe a augmenté, durant l'année faisant l'objet de ce rapport, de 51.8 millions de francs, soit 5,8 pour cent. Toutes les activités ont accru leur chiffre d'affaires avec une part essentielle due au développement sur le marché suisse des annonces publicitaires.

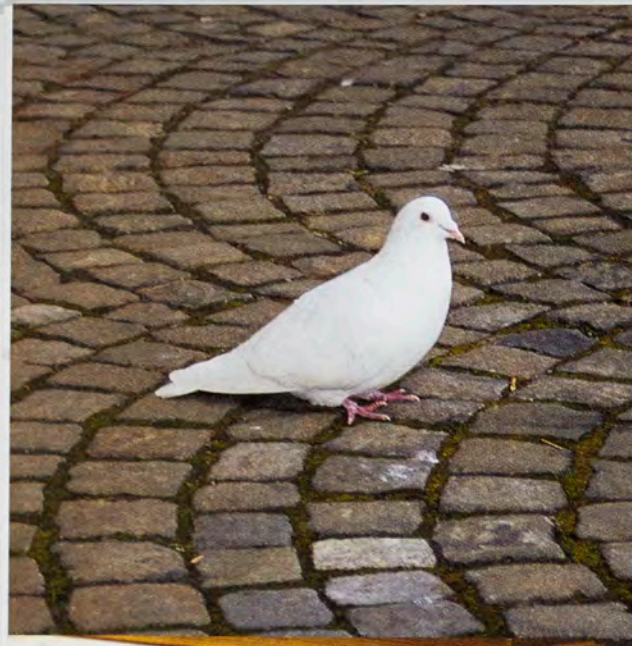
Les nouveaux projets en Suisse ainsi qu'en Europe de l'Est ont, eux aussi, contribué dans une large mesure à ce développement positif.

Les nouveaux projets, l'augmentation du nombre de pages des titres journalistiques en Suisse et le renforcement des mesures de marketing ont entraîné une augmentation de 40,3 millions de francs ou 5,0 pour cent des dépenses. Le résultat net d'impôts s'est accru de 43,8 pour cent, passant ainsi à 40,4 millions de francs. Le flux de trésorerie a augmenté de 12,6 pour cent, ce qui le porte à 102,8 millions de francs. La marge bénéficiaire a une nouvelle fois enregistré une nette progression. Le bénéfice annuel après impôts s'est élevé à 4,3 pour cent (3,1 pour cent l'année précédente). Le taux du flux de trésorerie a, lui aussi, augmenté en passant de 10,2 pour cent durant l'année précédente à 10,9 pour cent durant l'année faisant l'objet de ce rapport.

Les investissements ont, avec 74,6 millions de francs, nettement dépassé le niveau de ceux de l'année précédente qui était de 43,0 millions de francs. Le plus gros investissement ponctuel a été la reprise du quotidien sportif hongrois «Nemzeti Sport». Les investissements ont pu être entièrement autofinancés. Quant aux investissements dans de nouveaux produits ou marchés, ils n'ont pas été portés à l'actif du bilan.

## COMPTE DE PERTES ET PROFITS

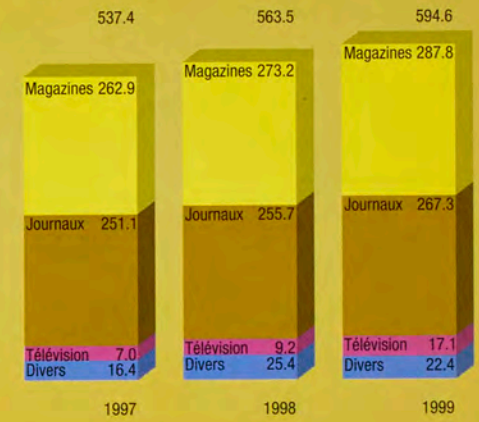
RECETTES	1999 mio. CHF	1999 mio. €	1998 mio. CHF	Fluctuations en %
<b>Chiffres d'affaires</b>	<b>947.0</b>	<b>591.9</b>	<b>895.2</b>	<b>5,8</b>
Magazines/journaux	556.3	347.7	530.0	5,0
Travaux d'impression pour tiers	216.1	135.1	214.9	0,6
Médias électroniques	20.8	13.0	13.8	50,7
Betty Bossi	66.2	41.4	63.2	4,7
Divers	87.6	54.7	73.3	19,5
<b>CHARGES D'EXPLOITATIONS</b>				
<b>Personnel</b>	<b>302.5</b>	<b>189.1</b>	<b>302.7</b>	<b>-0,1</b>
Salaires et honoraires	255.7	159.8	251.9	1,5
Charges sociales	34.9	21.8	40.3	-13,4
Frais annexes	11.9	7.5	10.5	13,3
<b>Matériel et prestations externes</b>	<b>267.2</b>	<b>167.0</b>	<b>237.9</b>	<b>12,3</b>
Papier	117.2	73.2	113.3	3,4
Encres d'imprimerie	14.0	8.8	13.1	6,9
Autre matériel	21.5	13.4	17.1	25,7
Prestations externes	83.5	52.2	71.7	16,5
Dépenses diverses	31.0	19.4	22.7	36,6
<b>Rédaction, édition, transport et publicité</b>	<b>181.8</b>	<b>113.6</b>	<b>176.2</b>	<b>3,2</b>
Honoraires de rédaction	33.3	20.8	34.0	-2,1
Frais de transport	71.3	44.5	74.8	-4,7
Dépenses publicitaires	65.1	40.7	59.3	9,8
Dépenses d'édition diverses	12.1	7.6	8.1	49,4
<b>Dépenses générales</b>	<b>92.7</b>	<b>57.9</b>	<b>87.1</b>	<b>6,4</b>
Loyers, électricité, réparations, entretien	23.9	14.9	23.5	1,7
Frais de gestion	49.2	30.7	42.4	16,0
Impôts et intérêts	19.6	12.3	21.2	-7,5
<b>Charges d'exploitation totales</b>	<b>844.2</b>	<b>527.6</b>	<b>803.9</b>	<b>5,0</b>
<b>Cash-flow</b>	<b>102.8</b>	<b>64.3</b>	<b>91.3</b>	<b>12,6</b>
<b>Amortissements</b>	<b>62.4</b>	<b>39.0</b>	<b>63.2</b>	<b>-1,3</b>
<b>Résultat net d'impôts</b>	<b>40.4</b>	<b>25.3</b>	<b>28.1</b>	<b>43,8</b>



Tous les secteurs – journaux, magazines et télévision – ont contribué à l'augmentation du chiffre d'affaires de plus de cinq pour cent chez Ringier en Suisse. Les journaux et les magazines lui ont valu, chacun pour moitié environ, la plus forte part de cet accroissement. Ceci surtout grâce à des revenus nettement plus élevés en provenance des annonces. Le «SonntagsBlick» a fait, après les chiffres d'affaires régressifs de ces dernières années, le plus grand bond en matière de bénéfice. La «Schweizer Illustrierte» décrocha une nouvelle fois la palme du tirage dans la maison. En Suisse romande, la tendance positive des dernières années s'est poursuivie. Avec le lancement du nouveau journal dominical «dimanche.ch», Ringier a clôturé l'année 1999 sur un coup de cymbale publicitaire. La croissance la plus massive en pourcentage a été enregistrée par le secteur de la télévision, dont le chiffre d'affaires a presque doublé – en restant toutefois encore à un bas niveau. Sur Internet, Ringier figure parmi les fournisseurs online les plus en vue de Suisse. Blick-Online est la plate-forme éditoriale la plus visitée du pays. Les produits Internet ont été réunis en janvier 2000 dans un secteur propre nouvellement créé à l'intérieur du groupe.

### CHIFFRES D'AFFAIRES SUISSE

Total en millions CHF

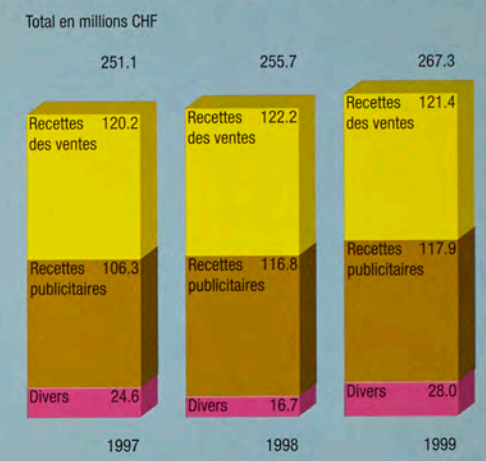


# Ringier en Suisse



Un titre a marqué l'agenda politique suisse en 1999: le «Sonntagsblick». Pour ses trente ans, le titre au plus fort tirage du pays ne montre pas le moindre signe de fatigue. Toujours aussi percutant et attrayant. Le «Blick», lui aussi, est en forme. Il a connu une révolution tranquille avec une nouvelle rédaction en chef et l'arrivée de plusieurs journalistes. Ce qui a permis le renforcement de ses rubriques politiques et économiques, l'introduction de nouvelles pages spécialisées hebdomadaires (santé, informatique), ainsi que des suppléments originaux. En décembre, la courbe des ventes a même connu une fièvre exceptionnelle. Sur cette lancée, l'an 2000 s'annonce bien pour lui en dépit de la guerre des quotidiens gratuits à Zurich. Le lecteur note la différence. Les annonceurs également: les réformes progressives du titre répondent à leur attente d'un journal populaire, divertissant et moderne à la fois. Quant à «CASH», qui a fêté ses dix ans, il a maintenu sa position de numéro un de la presse économique malgré une concurrence très vive. Il a préparé une nouvelle formule rafraîchissante et innovatrice qui, pour des raisons techniques, a été reportée au printemps 2000.

### CHIFFRES D'AFFAIRES DES JOURNAUX



# Journaux



Réception de la rédaction du Blick, Zurich    Entretien avec Hanspeter Peyer, chef rédacteur adjoint    Agencement des pages des numéros actuels du Blick    Anciennes affiches de manchettes    Attitudes à la rédaction du Blick    L'érotisme est un composant essentiel du Blick    Collection de numéros du Blick    Relique d'une fête à la rédaction du Blick    Réception moderne de la rédaction du Cash    Entretien entre Markus Gisler, rédacteur en chef, et Urs Steiner, rédacteur culturel    Suspendu au-dessus du bureau de la rédaction culturelle    Cuisine bien garnie à la rédaction du Cash

#### Rédaction du Blick, juillet 1999

M. Peyer, chef rédacteur adjoint du Blick m'initie à sa vision de la presse à sensation. Il est seize heures et la phase de production n'a pas encore commencé. D'après lui, il ne faut pas être trop exigeant avec le lecteur du Blick, et surtout, ne pas adopter un ton ironique. Il n'y a en Suisse pour ainsi dire aucun produit concurrent au Blick, mais la rapidité du média télévision n'est pas à négliger. Un des thèmes actuellement traités est l'accident d'avion de Kennedy Junior. Mais la presse à sensa-

tion à ses thèmes de prédilection: jeune, riche et beau. D'après moi, on pourrait rajouter une quatrième catégorie: «dramatiquement disparu». Cependant, ce sont certainement les pages sport les plus appréciées. Plus de soixante rédacteurs sportifs y travaillent. Autant que je sache, il n'existe aucun journal sportif en Suisse. Le football est bien sûr le sujet no 1, suivi par le tennis et la formule 1. En hiver, le ski et le hockey sur glace complètent le programme. D'une manière générale, ne sont mentionnés que les sports où les suisses sont performants. Les pho-

tos de femmes nues avec leur commentaire ironique, habituellement placées en troisième page, sont passées en sixième page. Mais point d'hommes nus, malgré les demandes répétées des lectrices. Et enfin, en dernière page, la météo reste le sujet de conversation privilégié: lui accorde-t-on assez d'espace ou trop peu?

#### Rédaction du Cash, juillet 1999

A la différence des bureaux de la Maison de la presse Ringier à Seefeld, ceux de la rédaction du Cash sont grands et modernes. L'architecture privilégie les espaces ouverts et les couleurs chaudes. Un climat résolument moderne accentué par des tableaux grand format issus de la collection d'art Ringier. Urs Steiner, chef de la rédaction culturelle, me fait visiter ainsi qu'à Gerhard Mack, qui est en train de préparer un article sur moi prévu pour septembre sur deux pages. Je ne suis pas peu fier car la rédaction

culturelle du Cash est considérée comme la meilleure de Suisse. Un nouveau concept prévoit de faciliter l'accès aux pages Culture à l'intérieur du journal. Cash désire populariser les grands sujets économiques et faire comprendre les interactions. Pour cela, la rédaction présente les questions complexes sous forme de graphiques. Son concept est le suivant: un tiers de texte pour deux tiers d'illustration. Les articles sont volontairement rédigés dans un style abordable à tout un chacun. Au vu du succès remporté par la publication, la recette semble payante.





Le département des magazines a continué, durant l'année faisant l'objet de ce rapport, à voguer vers le succès. Bien que l'audience et les tirages, notamment en Suisse alémanique, aient stagné, les magazines Ringier sont restés dans leur segment bien déterminé les leaders incontestables du marché.

En Suisse romande, «L'Hebdo» a confirmé sa position dominante dans le domaine de l'économie et de la politique avec une pénétration de 24 pour cent du marché. Comme l'année précédente, «L'illustré» a continué à se développer avec un nombre total de lecteurs frôlant le seuil réjouissant de 400 000.

Les développements de projets multimédias – orientés vers l'utilisation multiple d'informations – progressent à une cadence accélérée et enregistrent déjà leurs premiers succès. Outre la plateforme «MEX Musenalp Express» bien établie pour les jeunes, le magazine «Gesundheit-Sprech-Stunde» lancé à l'automne 1998 a connu, durant l'année faisant l'objet de ce rapport, une considérable croissance du nombre de ses lecteurs. L'émission télévisée du même nom enregistre – outre les émissions sportives – les plus forts taux d'écoute sur SF2, et la page Internet [www.ges.ch](http://www.ges.ch) a récemment reçu une distinction par la REMP.

### CHIFFRES D'AFFAIRES DES MAGAZINES

Total en millions CHF

	1997	1998	1999
Recettes des ventes	117.9	119.7	120.3
Recettes publicitaires	68.8	75.3	90.9
Betty Bossi	64.1	63.2	66.3
Divers	12.1	15.0	10.3
<b>Total</b>	<b>262.9</b>	<b>273.2</b>	<b>287.8</b>

# Magazines



Vue de la fenêtre de Margrit Storz  
 Chez Betty Bossi on s'initie à l'art culinaire dès l'enfance  
 Dans le studio photo de la styliste chez Betty Bossi  
 Les éléments qui orneront le nouveau livre de cuisine  
 Margrit Storz étudie la carte du restaurant Belvoirpark, Zurich  
 Impression en quittant l'aéroport, direction la rédaction Edelweiss  
 Devanture d'un kiosque genevois  
 Le bureau original de Ludivine Ribeiro  
 La carte des glaces au café Remor  
 Ludivine Ribeiro dans la salle de réunion de la rédaction Edelweiss  
 L'incontournable jet d'eau genevois  
 Une oasis de verdure sur les rives du lac Léman

#### La rédaction Betty Bossi, juillet 1999

Margrit Storz, rédactrice en chef, et Mme Ries, son adjointe et bras droit, me reçoivent à Zurich-Enge, dans l'empire Betty Bossi. Les locaux sont aménagés dans le traditionnel style Betty Bossi et au bout du couloir, le bureau de la rédaction est orné de roses blanches séchées. Les secrets de quarante ans de succès me sont dévoilés au cours d'un excellent repas au Belvoirpark. Un ménage sur trois en Suisse utilise les recettes Betty Bossi que l'on peut consulter dans les jour-

naux, les livres de cuisine et depuis septembre 1998, sur Internet. Les standardistes du Service-conseil répondent à 80 appels quotidiens de ménagères à la recherche d'astuces pour perfectionner leur art. En conservant un format similaire et des explications formulées simplement, le succès de cette publication trimestrielle ne fléchit pas. Tous les ingrédients peuvent se trouver à l'épicerie du coin et les illustrations des recettes sont un support très apprécié. Ici, aucun flou artistique, les photos doivent servir de référence. Betty Bossi, personnage

pourtant fictif, est l'ange sauveur adulé des ménagères et cuisiniers en herbe suisses.

#### La rédaction Edelweiss, juillet 1999

A Genève, je fais la connaissance de Ludivine Ribeiro, rédactrice en chef d'Edelweiss, enchantée par les nombreux commentaires positifs en provenance de la Maison de la presse à Zurich en écho aux résultats obtenus grâce à son talent créatif. La rédaction, sise dans une maison ancienne du centre ville, reflète une atmosphère familiale et féminine.

Peut-être est-ce grâce à la présence de la sœur et de la mère de Ludivine à la rédaction qui collaborent elles aussi à la production du magazine. En feuilletant et comparant des numéros actuels, je commence à comprendre le concept qui l'anime. Le plaisir y tient une place prépondérante. Dans cette publication on serait bien en peine de trouver des conseils de régimes astreignants. Les premières pages sont consacrées à la rubrique des sept péchés capitaux. La gourmandise par exemple est illustrée par les résultats d'une étude sur les friandi-

ses régionales, lesquelles ont été testées à la rédaction avec délectation. La publicité de produits, apparemment indispensable dans les magazines de mode, est ici présentée de manière originale puisqu'on fait tester à des lectrices de nouveaux parfums et leur commentaire personnel est comparé avec le texte publicitaire du parfumeur. Les résultats sont parfois très amusants. Les sujets féminins controversés sont traités par des femmes écrivains qui n'exercent normalement aucune activité journalistique. On trouve également

dans le magazine de grandes plages photos pour lesquelles Polyanna Welsch recrute de jeunes et talentueux photographes d'art.

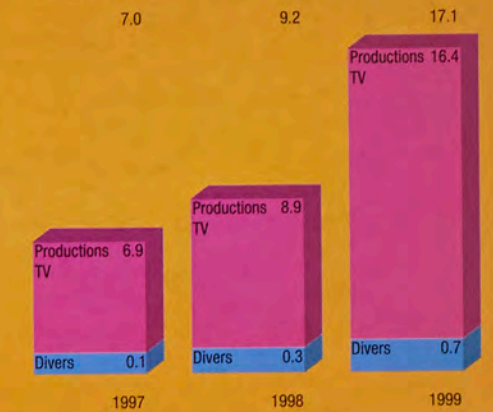


La stratégie Ringier sur le plan télévisuel tient en quelques mots: produire des programmes à succès. Par exemple «Gesundheit-SprechStunde» avec le docteur Samuel Stutz. Cette émission qui, sur un même plateau de SF2, réunit patients, médecins et personnalités, attire chaque dimanche soir plusieurs centaines de milliers de téléspectateurs. Parmi les autres émissions Ringier régulières figurent celle du magazine économique «CASH-TV», l'émission spécial consommateurs «Marktplatz» ainsi que le magazine auto «Motor Show».

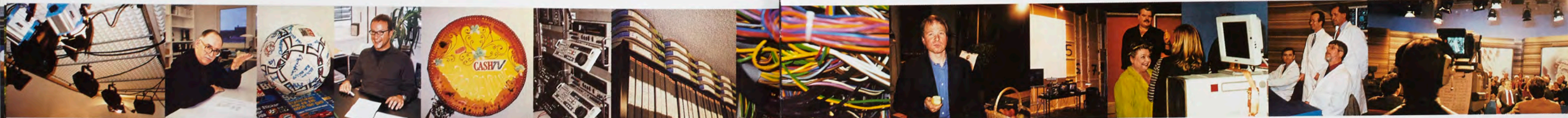
Durant l'année 1999, Ringier a pris 50 pour cent de participation dans SAT.1 (Schweiz) AG. Les transmissions en direct de matchs de football de la ligue nationale A en Suisse seront complétées, à partir du mois de mars 2000, dans une fenêtre de programmes, par une émission sportive quotidienne «täglich ran», un magazine santé quotidien «1x täglich» ainsi qu'une émission cinématographique «The Movie Club».

#### CHIFFRES D'AFFAIRES TÉLÉVISION

Total en millions CHF



# Télévision



Projecteurs dans les studios de Rincovision

Fibo Deutsch, chef des programmes, tient la pose

Un objet culte de la rédaction sportive de SAT.1

Marco Castellaneta, animateur de l'émission «Marktplatz»

Décoration pour la 200e de Catch TV

Table de montage des studios Rincovision

Détail des archives Rincovision

Un coup d'œil rassurant

Dr. Samuel Stutz, médecin de télévision, peu avant l'enregistrement

Dans les coulisses de «Gesundheit-SprechStunde»

Nella Martinelli, chanteuse bien en chaire et très appréciée

Quatre médecins répondent aux appels pendant l'enregistrement en direct

Vue sur le public du plateau pendant l'enregistrement en direct

#### Rincovision, janvier 2000

Après quarante minutes d'embouteillage dans Zurich, j'arrive enfin à destination: les locaux de production de Rincovision. Presque à la campagne, ils sont voisins de ceux de la télévision suisse SF DRS. Un canal de fibres de verre relie les stations privées à la télévision nationale.

Reçu par Ruth Bannwart, je découvre au cours d'un tour du propriétaire des œuvres appartenant à la collection d'art Ringier, lesquelles ne font pas forcément l'approbation des employés. En passant en

vitesse la tête par la porte de la salle de rédaction, je vole quelques clichés instantanés. Marco Castellaneta, animateur de la très populaire émission «Marktplatz» est justement en train de lire la longue lettre de l'une de ses fans américaines. Hans-Jörg (Fibo) Deutsch éclaire rapidement mes lanternes à propos de Ringier et de la télévision. En Suisse, on peut recevoir avec le câble jusqu'à trente chaînes germanophones. En 1995, les grands médias suisses se sont regroupés pour créer Presse TV et depuis le second semestre 1999, Ringier

dé-tient à hauteur de 50 pour cent SAT.1 Suisse. Les émissions produites par Rincovision sont élaborées en étroite collaboration avec la presse écrite. Proposées comme un troisième volet interactif de cette collaboration entre émissions télévisées et presse écrite, des pages sont également éditées sur le Web. L'émission qui remporte le plus de succès est «Gesundheit-Sprechstunde», diffusée aux meilleures heures d'antenne. Deux jours plus tard, je rencontre le Dr. Samuel Stutz,

médecin et animateur de l'émission, juste avant l'enregistrement en direct. Il est en train de déguster une pomme piochée dans la corbeille à fruits à l'entrée du studio et m'invite à le suivre dans sa loge pour que je le photographie en train de langer sa fille. Nella Martinelli, une chanteuse très appréciée en Suisse, vient également de faire son entrée. Elle vient de démontrer pendant un an les résultats des modifications de son régime alimentaires. Elle poursuivra cette cure d'amaigrissement avec quatre autres volontaires suisses.

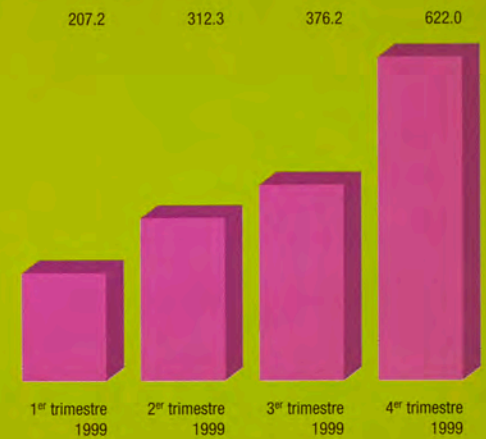
Le public est enfin autorisé à pénétrer dans le studio tandis que les quatre médecins vêtus de leur blouse blanche ont pris place pour répondre aux appels pendant le temps d'antenne. Quelques minutes avant le début de l'émission, le chef de plateau nous encourage à participer activement à l'enregistrement. Applaudir c'est bien, réagir c'est mieux! Dr. Samuel Stutz stimule avec beaucoup de tact son public et lui donne ainsi l'impression d'être important. La lumière rouge s'allume, moteur.



Internet, avec son dynamisme et ses nouveaux débouchés économiques, a valu au département Nouveaux Médias une année mouvementée. En raison de sa croissance fulgurante et en vue d'augmenter la réactivité des voies de décision, ce département de la nouvelle division du groupe Internet a été rendu indépendant en novembre 1999. Blick Online, Cash Online, Zürich Online, Webdo ont une nouvelle fois connu une extrême popularité comme sites d'éditeur très visités. «Gesundheit-SprechStunde» et le magazine de jeunes «MEX Musenalp Express» ont réussi, grâce à leur présence sur Internet, à étendre avec succès leurs activités crossmedia. Human Line, société affiliée à Ringier, s'est hissée au premier rang des sites électroniques du marché de l'emploi en Suisse. Grâce à la participation dans ad pepper (Schweiz) AG, société de négoce Web européenne, et à des coopérations en partie exclusives, la vente de surfaces publicitaires online a été professionnalisée.

#### RECETTES DES VENTES D'ANNONCES

Total en milliers CHF



# Internet



Eric Meier est capable de faire plusieurs choses à la fois

Andi Maerz et son poisson fétiche, chef des Nouveaux Médias

Le screensaver en attente d'un message venu de l'espace

Urs Padel dans son bureau, rédacteur en chef de ZHOL

Déjeuner sous le regard d'un dragon, Zurich Seefeld

Un coup d'œil dans la mauvaise direction

A l'exposition Internet iEX, Ringier présente son savoir-faire

ad pepper commercialise les sites Ringier

Monika Schläppi, chef de la Webfactory présente des solutions de E-commerce

Edwin Dünki, chef des services en ligne, attend les visiteurs

Ringier suscite l'intérêt des médias

#### Services Ringier en ligne, janvier 2000

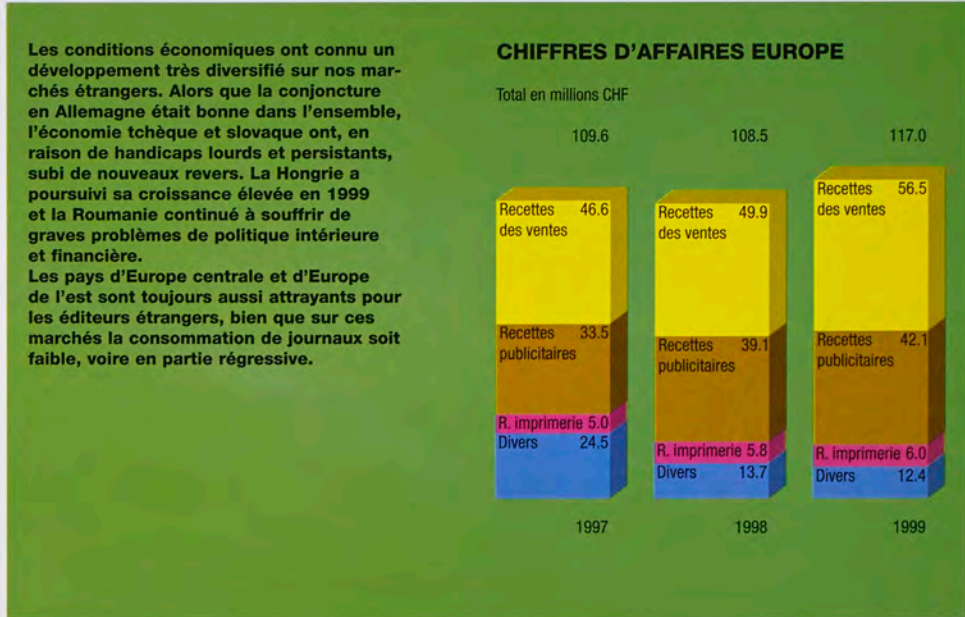
Je patiente dans un bureau sous les combles inondé de lumière en attendant Andi Maerz, chef des Nouveaux médias Ringier. Avant son arrivée, Erich Meier et Christoph Büeler me font visiter leur atelier et me font fièrement la démonstration de leur système de projection sur écran de pages Internet. A cette occasion je découvre leur propre site et le projet d'une université américaine diffusant sur la Toile de vastes bases de données et sondant l'espace en quête de signaux extraterrestres.

Andi Maerz est arrivé et m'emmène dans son bureau. Il a étudié à Zurich l'histoire de l'art et le journalisme. Les bulles de la coccinelle du Blick et les gros titres en première page, c'est lui. Sa manchette préférée est: «Un homme tue sa femme. L'arme: un chien». En 1995, il a mis au point avec trois collègues le Blick-Online. Le travail était tel que pendant la préparation un des programmeurs passait ses nuits sous son bureau. Aujourd'hui le site est visité quotidiennement par 50 000 personnes.

Andi Maerz ne considère pas la présence des médias Ringier sur la Toile comme un produit concurrent à la presse écrite. Pour lui, le service est d'une importance capitale. Ainsi, les résultats sportifs régionaux pourront à l'avenir être consultés sur Internet puisque la place manque pour les publier dans les journaux. Je déjeune ensuite avec Urs Padel et son équipe, chef rédacteur de la ZHOL AG, fondée en 1997. Un quart des ménages suisses possèdent aujourd'hui un raccordement à Internet. J'ai l'honneur d'assister à la présentation d'un projet pilote qui propose un

service en ligne permettant de combiner les informations actuelles d'initiés en provenance de divers sites Internet afin d'organiser une soirée à Zurich avec cinéma, restaurant et sortie en boîte. Dix jours plus tard je me rends au salon iEX 2000 et trouve facilement le stand de la Webfactory Ringier. Monika Schläppi m'y accueille dans un environnement très «techno-néon». Elle est responsable avec son équipe de la représentation sur le Web de clients internes et externes. Depuis le dernier salon, l'architecture des stands et la présence de la concurrence

se sont professionnalisées. Fini le bricolage des décors en aluminium ou en carton. Et le public apparaît aujourd'hui en costume-cravate. Une partie du stand Ringier est consacrée à la vente d'annonces sur Internet. Edwin Dünki, chef des Services en ligne, m'explique que depuis décembre 1999, Ringier a une participation dans AdPepper et est de ce fait accrédité à placer des annonces, appelées «banners», dans l'espace européen. Sa devise est la suivante: agir vite sans perdre de temps en paroles. Le temps est compté.



# Ringier en Europe

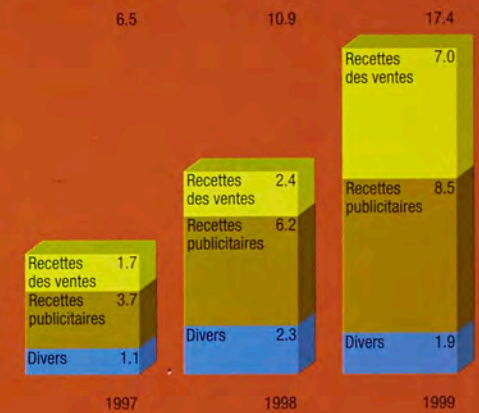


En 1999, Ringier Roumanie a été placée sous le signe de la croissance. Le résultat a cependant été grevé par la rapide expansion, les nouveaux lancement ainsi que la reprise du quotidien sportif «Gazeta Sporturilor». En automne, Ringier a repris de Bauer Verlag les titres «Bravo» et «Povesti Adevarate» qui seront publiés en joint-venture à partir de l'année 2000.

Le journal économique «Capital» a réussi à augmenter de 12 pour cent ses recettes publicitaires. Les deux titres «Unica» et «TV Mania» ont également enregistré un taux de croissance à deux chiffres. Sans atteindre les objectifs publicitaires fixés, le quotidien «Libertatea» a cependant doublé son tirage et s'est hissé au troisième rang sur le marché national.

#### CHIFFRES D'AFFAIRES ROUMANIE

Total en millions CHF



# Roumanie



Le palais de l'épouse de Ceausescu est resté inachevé

Une fresque dans l'église Stavropoleo à Bucarest

Un seul manteau face aux rigueurs de l'hiver

Le Palais de la presse à Bucarest; l'original se trouve à Moscou

Diana Metiu, rédactrice en chef d'Unica

Conférence de presse d'Unica pour les beautés roumaines

Le puit, image traditionnelle du paysage roumain

Vue de l'hôtel Rex à Mamaia, mer noire

Esturgeon à peine tiré de l'eau à vendre en bordure de la route

Peinture exposée au musée Bruckenthal à Sibiu

Les bureaux de change sont légion en Roumanie

Ferme transylvanienne traditionnelle

Un des rares plaisirs des petits roumains

Jeunes bucarestois dans leur famille à la campagne

#### Bucarest, septembre 1999

En attendant Lars Petersen, j'apprécie l'eau minérale Poiana Negri, légèrement salée et délicieusement fraîche. Ce père de famille danois, Directeur général de Ringier Romania, m'introduit dans son bureau et me guide à travers la rédaction. Les employés dont la moyenne d'âge est de 26 ans me donnent l'impression d'être particulièrement motivés. Les grandes salles séparées par des cloisons mobiles fourmillent d'activité. Et lorsque j'aperçois une colonne arborant les trois couleurs de la Corporate Design de la mai-

son mère à la Dufourstrasse, rouge-bleu-jaune, je ne peux m'empêcher de sourire. En repartant, on me prévient de ne pas partir à la découverte de Bucarest seul, et surtout pas de nuit. En effet, 17 000 chiens enragés sont à l'affût de toute nouvelle proie. Pourtant, je prends rendez-vous avec un couple d'artistes avec lequel je correspond depuis quelques temps par courrier électronique. Ils se plaignent du peu d'intérêt accordé par les médias Ringier à la culture. Dans la cave d'un restaurant chic se tient la conférence de presse pour l'élection de Miss Unica.

Après la présentation des candidates au maquillage chargé, je fais la connaissance de leur styliste libanais. Plus que le goût de la mode, ce qui importe en Roumanie c'est la débrouille, afin d'assurer son existence. Le Lei, monnaie nationale roumaine, est en continuelle dévaluation. De retour dans les locaux Ringier en banlieue, je rencontre la nouvelle rédactrice en chef de Capital: Andrea Rosca. La page de titre consacre son article à la corruption publique, à l'exemple du trafic de champignons sau-

vages. En Roumanie, on se tape sur l'épaule gauche avec deux doigts pour signaler que quelqu'un était membre de la police secrète, la Securitate.

#### 2000 kilomètres en trois jours

Sur la route qui nous mène de Bucarest à Constantza, Marian Epure et moi-même faisons une petite halte dans un restaurant de routiers et goûtons une soupe de panse. Dans notre hôtel à Mamaia se tient un congrès de policiers, et pourtant la piscine dominant la Mer noire reste vide. Au coucher du soleil,

s'installe une ambiance romantique, mais le lever de la pleine lune me captive beaucoup plus. Levés à l'aube le lendemain, nous nous mettons en route pour couvrir l'énorme distance entre la plaine du Danube et les Carpates. Notre vitesse de croisière est fréquemment ralentie par des voitures à ânes ou à chevaux, mais en somme il n'y a que très peu de véhicules automobiles. Le temps de la récolte est venu et devant les fermes aux décorations ornementales et colorées s'amoncèlent le raisin et les épis de maïs.

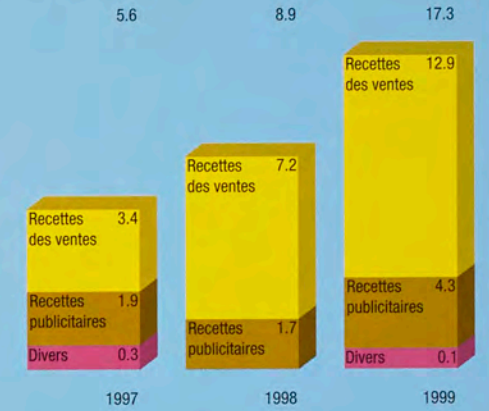
Nous n'avons malheureusement pas le temps de visiter le château de Dracula. Marian préfère se rendre à la grotte aux voleurs de Coliba Haiducilor, la Mecque des amateurs de viande au grill à Poiana Brasov. Nous arrivons tard à Sibiu où j'achète la feuille locale en allemand et m'aperçois, en visitant cette ville, de l'air de famille qu'elle offre avec Aarau. Avant de rejoindre l'aéroport, je prends le temps d'admirer les célèbres fresques du monastère orthodoxe russe de Cozia. J'allume un petit cierge en mémoire de mes amis disparus.



L'acquisition du quotidien «Nemzeti Sport» a valu à Ringier Hongrie de devenir d'un coup le troisième plus grand éditeur de journaux du pays. Le chiffre d'affaires a même doublé par rapport à l'année précédente. «Nemzeti Sport» a atteint ses objectifs aussi bien sur le marché des annonces que sur celui de l'audience. Le résultat a souffert de coûts de production élevés et d'une technique d'impression désuète. Durant l'année 2000, nous poserons les premiers jalons d'une nouvelle solution dans le domaine de l'impression. «Blikk» a réussi à augmenter de 50 pour cent son chiffre d'affaires publicitaire et à porter son audience à plus de 100 000 exemplaires vendus. Cette nouvelle hausse lui a permis de renforcer sa position de leader dans le segment des journaux de boulevard. L'édition dominicale «Vasarnapi Blikk» a continué à connaître un développement réjouissant. Les recettes publicitaires se sont, par rapport à l'année précédente, accrues de 63 pour cent et le nombre d'exemplaires vendu a même augmenté de 65 pour cent.

#### CHIFFRES D'AFFAIRES HONGRIE

Total en millions CHF



# Hongrie



Un lingot d'or mobile fait la promotion du Blikk à Budapest

Violons de tziganes au Kávéház New York, Budapest

Objet de marketing original pour le Blikk: lingots de chocolat

Café Gerbeaud, le Sprüngli de Budapest

Façade géométrique de l'imprimerie Szikra Rt.

Dr. Dénes Tamás, rédacteur en chef de Nemzeti Sport

Centre de mise en forme à Budapest: magazines et boissons isotoniques

Eclairage du métro de Budapest

Instrument de torture, collection du château Visegrád

Méandre du Danube avec l'île artificielle où sera implantée une centrale nucléaire

Ferenc Pallagy et Tibor Kovács après un bon repas

L'église de Tolcsva, région de Tokaj

Sont entreposés ici les meilleurs Tokay d'Oremus

#### Budapest, septembre 19999

J'assiste en compagnie d'une délégation de Sarajevo à la présentation du service Marketing et distribution du Blikk Hongrie. Cette rencontre a été organisée par le Center of Independent Journalism afin de permettre aux bosniaques la reconstruction d'un système de distribution dans leur pays. Les fichiers d'adresses des abonnés au Blikk sont toujours en possession de la poste hongroise. Les chiffres de vente, passablement en baisse depuis quelques temps, ont pu atteindre de nouveaux records grâce

à diverses campagnes de promotion. Parmi celles-ci, le jeu de bingo testé en Suisse et la campagne «Goldrush» ont donné d'excellents résultats. Le service Marketing a même mis au point une gaufrette au chocolat Blikk en forme de lingot d'or. Cette petite douceur sera également disponible dans les commerces après la promotion des jeux de hasard. Je prends ensuite un taxi arborant le fameux lingot d'or pour le centre ville. Arrivé devant le très renommé restaurant Gundel, j'engage la conversation avec le portier. Lui ne joue-rait jamais aux jeux de

hasard: le lourd passé des Hongrois les a rendus plutôt pessimistes. A la cantine de l'imprimerie Szikra Rt., je fais connaissance de Dr. Dénes Tamás, chef rédacteur du Nemzeti Sport et auteur célèbre de livres consacrés au football. Real Madrid et Real Barcelone sont les équipes préférées des hongrois. Leurs joueurs nationaux ne sont malheureusement pas des stars, mais ils sont tout de même adulés dans leur pays. Par contre, les équipes hongroises de polo aquatique obtiennent des scores fantastiques.

Les gitans sont pratiquement exclus des activités sportives. Tibor Kovács en profite pour me faire une leçon d'histoire hongroise. Nous prenons la voiture pour nous rendre à Visegrád, près du méandre du Danube au-dessus duquel trône les ruines d'une citadelle hongroise. En compagnie de touristes japonais et israéliens, nous visitons les salles de torture datant du Moyen Age. Je me fais photographier avec un faucon sur le bras.

#### Dégustation de vin avec le rédacteur en chef

Ferenc Pallagy, chef rédacteur du Blikk, est grand connaisseur de la région des vins de Tokaj. Nous parcourons le domaine viticole d'Oremus à Tolcsva. Pour nous rendre dans les caves, on nous donne de grosses pelisses pour supporter le froid qui y règne par 16 mètres de profondeur. Les dédales des couloirs datent pour certains du XIIe siècle et recèlent de vrais trésors. Nous avons l'honneur de déguster des nectars de couleur ocre profond, issus de l'année record 1972. Des bouquets aux arômes de miel et

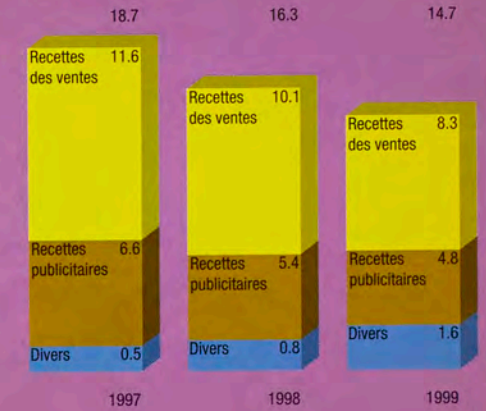
d'abricot dont le parfum reste longtemps en bouche. La plupart des domaines de la région appartiennent depuis les années 90 à des Français ou des Espagnols. Au cours d'un excellent repas composé de foie gras hongrois et d'un goulache de cerf, monsieur Pallagy formule une estimation optimiste: en 2004 la Hongrie sera membre de l'UE.



Les espoirs que l'économie slovaque se ressaisirait après le changement de gouvernement sont restés vains. La réévaluation faite suite à la faillite du distributeur étatique PNS a contribué de manière décisive à l'insuffisance des résultats. Aussi bien du côté des recettes publicitaires que des tirages, les titres ont enregistré des résultats légèrement inférieurs à ceux de l'année précédente. Notamment les deux magazines TV «Eurotelevizia» et «Minitel» ont ressenti la concurrence renforcée dans ce segment. Nous avons vendu, en 1999, notre adaptation «Profit» du magazine CASH.

#### CHIFFRES D'AFFAIRES SLOVAQUIE

Total en millions CHF



# Slovaquie



Zurich est bien lointaine, gare routière de Bratislava  
 La nouvelle EVA, présentée dans la tour dominant Bratislava  
 Miroslav Baranovič, Suzana Kořinkova et Vladimír Steffko  
 Courrier après la remise d'un prix  
 Katarina Patvarošová, rédactrice en chef de EVA  
 Décoration florale du monument aux morts des héros soviétiques, Bratislava  
 Paysanne liptuanienne en tenue dominicale  
 Détail à l'hôtel Patria, Štrbské Pleso, Hautes Tatras  
 Le télésiège monte au-delà des limites boisées des Hautes Tatras  
 Bouquet en mémoire des héros socialistes  
 Un ouvrage censé protéger la ville de Levoča  
 Vue sur le château Spišský Hrad datant de 1209  
 À l'entrée de la propriété de campagne d'un noble  
 Théâtre municipal et jeux d'eau à Košice  
 L'hôtel Slovan est la meilleure adresse à Košice

#### Bratislava, septembre 1999

En provenance de Vienne, j'entre dans Bratislava en taxi. Un chauffeur m'indique vaguement la direction dans laquelle je trouverai Euroskop. Je trébuche sur d'anciens rails et passe à proximité d'industries pestilentielles avant de trouver finalement l'immeuble au 25 Pribinova. Après un sévère contrôle d'identité, je rejoins enfin l'étage des cadres et y rencontre Miroslav Baranovič. Il me précise que sur une population de 5,3 millions, 4,6 sont des Slovaques et le reste des Hongrois. Avant la Seconde Guerre Mondiale la

population était composée en tiers égaux de Hongrois, d'Allemands et de Slovaques. Jusqu'à 1990, la Slovaquie était grand producteur d'armes. Mais après la «Révolution de velours», Václav Havel y mit fin. La conséquence en fut une terrible recrudescence du chômage. Le revenu d'un Suisse est trente fois supérieur à celui d'un Slovaque. Vladimír Steffko, rédacteur en chef de Zivo et ancien attaché de presse du président ainsi que Suzana Kořinkova, interprète, me font l'honneur de m'accompagner pour déjeuner dans la tour de télévision

tournante dominant Bratislava. Monsieur Steffko attire mon attention sur l'excellent potentiel génétique des jeunes slovaques, ce qui lui semble justifier le nombre de beautés locales ayant fait une carrière de mannequin à Paris ou Milan. Katarina Patvarošová était elle-même mannequin avant de diriger EVA. Le concept de la rédaction met l'accent sur les objectifs que se fixent les femmes modernes: il y a 30 ans, toutes les jeunes filles rêvaient de devenir chanteuses, il y a 20 ans elles voulaient être comédiennes et depuis 10 ans, mannequins. Mais aujourd'hui la priorité est

donnée à une formation professionnelle solide. L'époque n'est plus à la chimère.

#### Un week-end en Hautes Tatras

Un chauffeur vient me chercher à la frontière hongroise et je retrouve Vladimír Steffko et Suzana Kořinkova à Košice. Le centre historique de la ville, rénové depuis peu, offre un contraste frappant avec les tristes banlieues où s'entassent les chômeurs. Mais nous n'iront pas là-bas car mes hôtes ne veulent me montrer que les facettes plaisantes de leur pays.

En nous rendant dans les Hautes Tatras, nous traversons l'ancien royaume de Spiš. L'immense citadelle posée sur un piton rocheux visible de loin resta invulnérable. Nous déjeunons dans l'admirable cité médiévale de Levoča où se dresse la cathédrale gothique mondialement connue. La célébration d'un mariage nous empêche malheureusement d'y pénétrer.

Les cimes des Hautes Tatras se dressent devant nous. Nous passons la nuit au Grand Hôtel Praha dans lequel l'aménagement intérieur datant des

années 60 est tout de velours brun foncé. De fortes rafales de vent nous empêchent de prendre le télésiège pour les hauts sommets, mais je suis reçu au Musée régional liptuanien par un groupe folklorique aux costumes multicolores. Le plat national populaire «Brndzové halušky», sorte de gnocchis au fromage de brebis et au lard, me restera en mémoire.

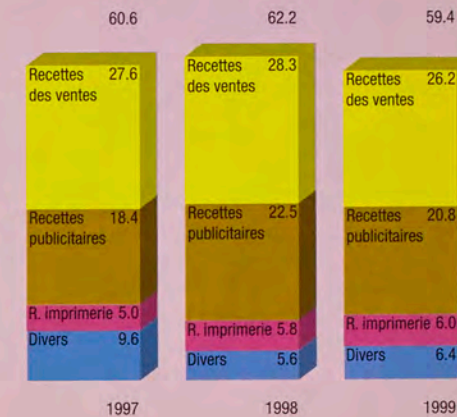


La réorganisation en profondeur effectuée durant les deux années précédentes a porté ses fruits. En 1999, notre filiale tchèque a réalisé son deuxième meilleur résultat depuis sa fondation.

Tous les titres ont renforcé leur position sur le marché. «Blesk» a réussi à augmenter son tirage à quelque 300 000 exemplaires et, dans un environnement publicitaire difficile, à accroître de 24 pour cent ses recettes publicitaires. La croissance de l'édition dominicale «Nedelni Blesk» a été encore plus fulgurante. Depuis janvier 1998, elle a accru son tirage de 109 pour cent et ses recettes publicitaires de 83 pour cent. Notre nouveau titre dominical «Nedelni Noviny» devrait encore renforcer notre position sur le marché des journaux du dimanche. L'imprimerie Ostravske Tiskarna a pour la première fois de nouveau réussi, en 1999, à augmenter légèrement son chiffre d'affaires – tendance à la hausse qui s'accusera encore avec ce nouveau client qu'est le quotidien «Pravo».

#### CHIFFRES D'AFFAIRES TCHÉQUE

Total en millions CHF



# Tchéquie



Le château de Prague

Silvia Lepiarczyk avec Jan Kasl, maire de Prague

Lunch avec Michael Ringier à l'hôtel Paříž

Michael Ringier et ses hôtes dans le centre ancien de Prague

La villa de l'architecte cubiste Josef Chochol

L'horloge murale de la rédaction Blesk

Bibelots dans une salle de rédaction du magazine abc

Mirek Láblér, rédacteur en chef de Blesk

Un produit proposé hors taxe à l'aéroport de Prague

L'avion qui nous conduira à Ostrava

Le centre historique d'Ostrava est proche des industries

Radomír Klein et un collaborateur, imprimerie Ostravske Tiskarny

Un aperçu des publications issues de l'imprimerie Ostravske Tiskarny

#### Prague, octobre 1999

Je n'ai eu aucune difficulté à trouver au centre de Prague la maison paroissiale Obecni dum devant laquelle j'attends le groupe de client arrivé avec Michael Ringier en République tchèque pour la journée. Je me joins à eux pour la visite guidée à travers Obecni dum. Nous y admirons les fresques et les ornements de style Art Nouveau. En fin de visite, nous sommes reçus par le maire de Prague. A l'hôtel Paříž où Michael Ringier accueille ses hôtes nous attend une table richement décorée. L'après-midi s'achève par une

excursion dans le centre ancien de Prague et un concert classique.

Le lendemain matin j'ai rendez-vous avec Mirek Láblér, chef rédacteur du Blesk et son conseiller allemand, Peter Prior. Les Tchèques n'achètent plus aujourd'hui qu'un quotidien par jour et plus 2 ou 3 comme à l'époque où l'Etat accordait des subventions. C'est la raison pour laquelle Blesk se doit d'aborder un peu tous les sujets. Les questions nationales passionnent les Tchèques et Karel Gott est plus appréciée que Pamela Andersen. Les lecteurs se

désintéressent des scandales politiques mais restent très préoccupés par l'augmentation du prix de la bière. Finalement, on s'imaginait l'économie libérale plus simple et plus agréable.

abc, un magazine pour les jeunes est plus vieux en âge que son rédacteur en chef, Martin Smrček, et conserve sa popularité chez les jeunes. Depuis l'introduction du nouveau concept en 1999, il traite des thèmes en vogue tels que le skateboard ou la musique pop, chose qui eût été impossible précédemment dans l'esprit très scout qui dominait.

Pendant notre entretien, Madame Lepiarczyk, directrice de Ringier Tchéquie, insiste sur la responsabilité sociale des médias. Elle désire montrer aux lecteurs que les célébrités ne sont pas soumises à un régime de favoritisme et vivent à la même enseigne que le Tchéque moyen.

#### Petit tour d'horizon en Tchéquie

Avant la «Révolution de velours», les salaires étaient plus hauts à Ostrava qu'à Prague. Aujourd'hui, cette région à la frontière polonaise connaît un taux de

chômage record, toutes les mines ont été fermées et l'ambiance générale est morose. Voilà ce que m'apprend Petr Strina, chef rédacteur de l'édition locale du Blesk.

Radomír Klein, le jeune chef de l'imprimerie Ostravske Tiskarny, m'invite à assister à la production nocturne de l'édition du Blesk pour samedi. Le lendemain matin, je prends le train pour Brno, ou Brunn, une ville mondialement réputée parmi les amateurs d'architecture moderne. On y trouve par exemple des œuvres clés du fonctionnalisme tchèque et, entre

autres, la villa construite par Mies van der Rohe en 1929-30 «Tugendhat». C'est également ici que les premiers ministres Klaus et Megiar ont signé en 1992 le traité d'indépendance des deux Républiques tchécoslovaques.

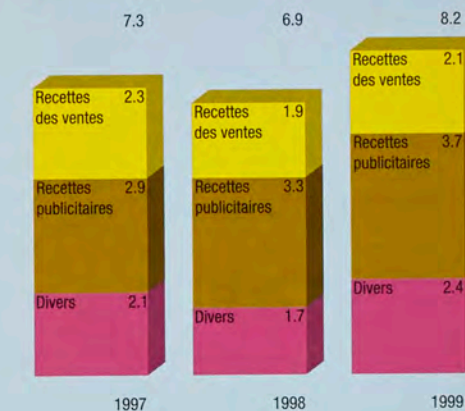




Ringier Publishing GmbH à Munich est revenu en force en augmentant son chiffre d'affaires de 18 pour cent. La diffusion de «Globo» s'est accrue d'un bon tiers, ce qui découle de nouvelles idées fort intéressantes comme «Globo-TV» sur la chaîne allemande TM3. De nouvelles affaires sont encore venues s'ajouter; deux nouveaux magazines clients ainsi que des suppléments comme «Globo Sonderheft Schweiz».

#### CHIFFRES D'AFFAIRES ALLEMAGNE

Total en millions CHF



# Allemagne



Image classique: banlieue de Munich Neu-Perlach

Globo est conçu dans ce bâtiment administratif

Frederike Jung, présidente de Ringier Publishing GmbH

Tome 36 du journal de Peter Kanzler, rédacteur en chef de Globo

Une bibliothèque fournie à la rédaction de Globo

Le tapis de souris d'Armin Herb, témoin de ses voyages exotiques

Le «Deutsche Eiche», café où aimait se rendre Rainer Fassbinder

La vie tranquille d'une cuisine de célibataire

Trophées du restaurant Halali à Munich

Manifestation dans le hall d'embarquement de l'aéroport de Frankfurt

#### Munich, novembre 1999

Evelyne Blicksdorf a réussi à obtenir mon visa pour la Chine et le Vietnam et je peux partir comme prévu de Zurich pour Munich. Je retrouve mon amie Gabriele Dziuba à la Franziskanerstrasse et suis bien heureux de pouvoir loger dans sa chambre d'ami car il n'y a à Munich plus une chambre d'hôtel libre à cause d'un grand salon d'exposition. Voilà dix ans que le mur de Berlin est tombé et la télévision allemande commémore cet événement historique comme il se doit. Je prends le métro jus-

qu'au périphérique et cherche mon chemin jusqu'aux bureaux Ringier. En suivant les instructions qui m'ont été données par téléphone, je finis par trouver le centre commercial, le solarium et le bâtiment au 9 de l'Adenauerring. C'est ici que sont créés les magazines touristiques Globo, Condor et SunExpress. Les Allemands sont le peuple le plus voyageur du globe. Le chiffre d'affaires de la branche touristique s'élève à 84 milliards de marks. Depuis 10 ans, Globo attise cette envie de voyage avec des reportages sur des destinations de rêve. Frederike Jung,

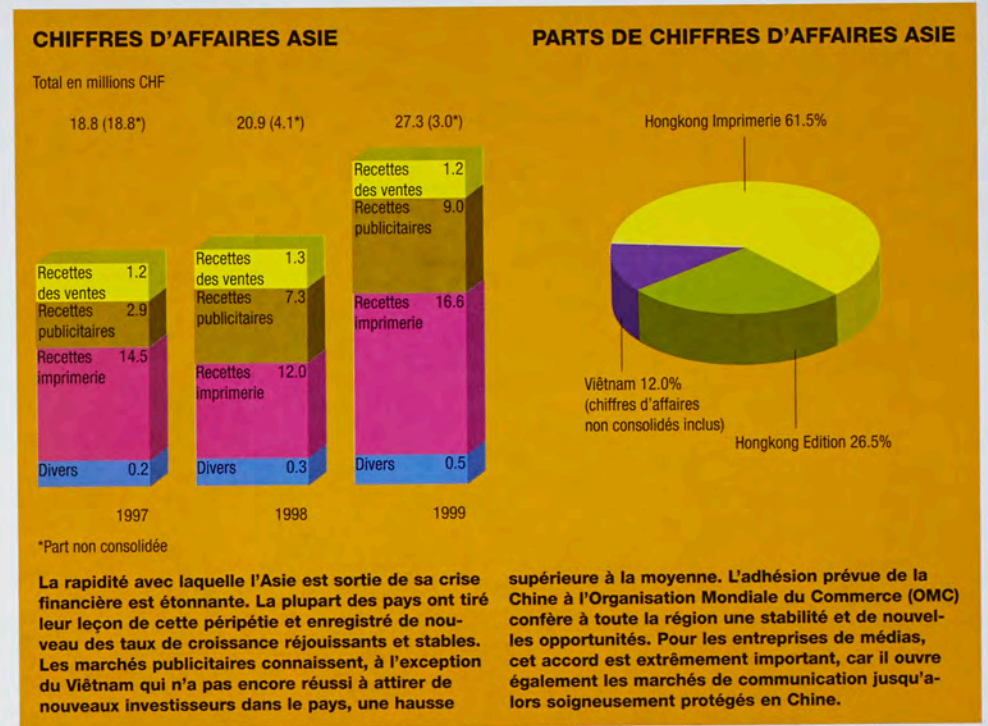
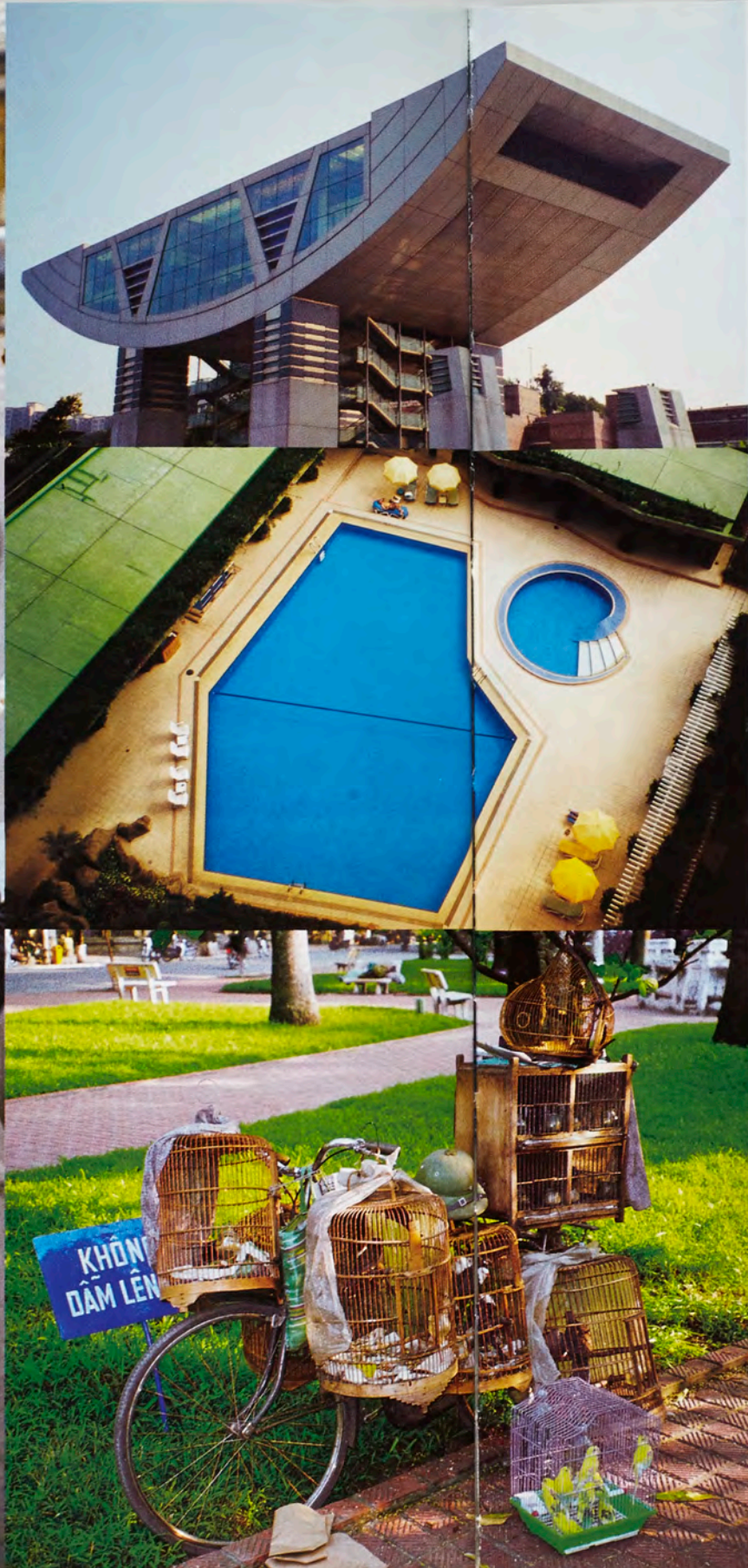
présidente de Ringier à Munich, table sur un individualisme intelligent. Elle s'informe sur les coulisses d'une région ou d'un pays et ne se contente pas de pures descriptions typographiques. Les lecteurs désirent savoir ce qui se cache derrière les belles façades en bord de mer.

Jörg Müssig, rédacteur en chef des magazines Condor et SunExpress me dévoilent quelques particularités de son magazine Inflight. Les contenus rédactionnels sont en relation directe avec les routes aériennes choisies par les compa-

gnies mandatées. SunExpress sera lu pendant le vol pour la Turquie et contient par conséquent des articles destinés à documenter le lecteur sur ce pays. Depuis novembre 1999, Condor propose un vol direct pour Zanzibar, une parfaite opportunité de proposer un article en page de titre dans le numéro trimestriel. Peter Kanzler, rédacteur en chef de Globo, m'introduit dans son environnement quotidien et m'apprend que les Allemands sont toujours aussi friands de destinations telles que Majorque, le sud de la France

ou l'Italie du nord. Aujourd'hui, les voyages de courtes durées sont à la mode. Globo prévoit ainsi de consacrer un numéro spécial à la Suisse. Perfection et qualité restent les valeurs de référence pour les touristes habitués au luxe. Pas facile de trouver une place à la Brasserie Schneider Weisse car il y a un monde fou dans le hall de la gare. Finalement, je peux déguster une assiette de Bohême et la place où je siège offre une vue panoramique sur l'animation environnante. En marchant dans un Munich froid et gris, je décou-

vre une immense statue blanche tendant les bras vers une allée de peupliers. Puis je rentre me réchauffer dans le restaurant préféré de l'actrice Iris Berben, le «Roxy», où j'espère entrevoir quelques stars locales. Mais aujourd'hui personne ne semble avoir envie de sortir.



# Ringier en Asie



«L'Empire du Milieu» refuse encore pour l'instant les investissements directs étrangers dans le secteur des médias. Avec la fondation de Beijing Ringier International Advertising Corp. Ltd. sous forme d'une joint-venture avec des partenaires chinois, Ringier a cependant réussi à créer les conditions nécessaires afin de proposer une attrayante palette de services aux clients étrangers et aux maisons d'édition chinoises. Des bureaux ont été ouverts à cet effet à Beijing, Shanghai et Shenzhen. La collaboration avec le Ministère du Commerce Extérieur (Ministry of Foreign Trade MOFTEC) pour la publication de «China International Business», mensuel économique de langue anglaise, a largement prospéré. Les premiers tests se sont avérés très prometteurs. Le projet devrait être définitivement lancé au printemps 2000. D'autres projets dans le domaine Print et Internet sont en cours d'élaboration. Le secteur Internet tout particulièrement ouvre de nouvelles perspectives. En vue de l'adhésion de la Chine à l'OMC, les premières joint-ventures devraient voir le jour dès l'an 2000.

# Chine



**L'empereur priait pour une récolte abondante dans le Temple du ciel**      **Des offrandes pour amadouer les dieux**      **Dale Nottingham rêve de son nouveau bureau en Chine**      **Omniprésentes dans les rues de Pékin: cabines téléphoniques à coupole orange**      **Vers Simatai, l'itinéraire emprunté par la muraille de Chine est très raide**      **Confort en Business Class à bord de China Air**      **Ces serpents à Shenzhen sont destinés à la consommation**      **Le bulding de la presse à Shenzhen**      **Les Zhijinghua offrent leur beauté toute l'année dans le sud de la Chine**      **Deng Xiaoping, fondateur de Shenzhen, est mis à l'honneur sur une immense affiche**

**Pékin, novembre 1999**

Les formalités douanières sont vite réglées à l'aéroport de Pékin et je me dirige au volant d'une vieille Mercedes vers le centre ville par la toute nouvelle autoroute. J'aperçois au passage quelques vieillards exécutant leurs mouvements de Tai Chi et les oiseaux porte-bonheur aux longues plumes bleues. Nathan Mao, mon interprète et guide, me conduit comme désiré directement sur la place Tianan men. Partout patrouillent des policiers en uniforme vert-rouge. A notre descente de taxi, nous sommes

immédiatement encerclés: apparemment, le stationnement est strictement interdit à proximité de la place. Personne ne m'avait averti de l'émotion que l'on ressent ici, devant le mausolée de Mao et face à la Cité interdite. Mais je suis presque déçu de voir les Chinois vêtus à l'occidentale. Les traditionnelles vestes bleues ne sont plus portées que par les anciens. Je rencontre Dale Nottingham, directeur de Ringier en Chine, et ses collaboratrices au dîner. Le restaurant est rempli d'hommes d'affaires chinois, les nou-

veaux riches. La Grande Muraille n'est pas visitée par les touristes l'hiver. A Simatai, cette portion de la muraille est particulièrement chargée en signification symbolique et le mur y est encore intact. En tout cas, je n'oublierai jamais la marche dans cet air pur et cristallin, ni le repas qui me réconforta après. Je déjeune avec le célèbre journaliste, Peter Achten, ici depuis dix ans. La situation d'alors n'est en rien comparable à celle d'aujourd'hui. Et qu'en est-il des droits de l'Homme? Actuellement l'Amérique et l'Europe débattent ouvertement d'une interdiction de

la secte Falung Gong. Peter Achten répond qu'en Chine les sociétés secrètes font partie de la tradition et ont détrôné des dynasties entières. Je rencontre ensuite Xiaoli Qin pour un entretien. Nous parlons de la traduction plus ou moins satisfaisante des noms de marques internationales en chinois. Ringier par exemple devient «rong ge», littéralement «lieu glorieux», ce qui ne sonne pas mal. Dans l'avion de Pékin vers Shenzhen, je tente d'assimiler le choc culturel.

**Shenzhen, novembre 1999**

Ann Hou, chef des bureaux Ringier à Shenzhen, vient me chercher à l'aéroport et m'emmène dans le bâtiment le plus haut de la ville d'où nous avons une vue panoramique optimale sur cette métropole en pleine expansion. Aucun centre ville, mais un agglutination de bâtiments administratifs et de tours d'habitation entre lesquels on essaie de faire pousser de l'herbe avec acharnement. Shenzhen, métropole fondée par Den Xiaoping, bénéficie d'une réputation particulière et attire les chinois comme un aimant.

Ann est l'exemple typique de la Chinoise moderne, venue ici pour faire carrière par ses propres moyens, sans l'appui du parti.



Après deux années difficiles, Hongkong a retrouvé son rythme de croissance et reste le portail privilégié ouvrant sur la Chine. L'imprimerie Times-Ringier, joint-venture avec Times Printer, Singapour, donne d'excellents résultats. On peut dire la même chose d'Asia Inflight Ltd., qui produit un magazine de bord pour le compte de 16 compagnies d'aviation chinoises. Le développement des revues spécialisées est tout aussi remarquable. Cinq magazines ont été lancés sur le marché chi-

nois en l'espace d'un an et d'autres suivront après une première phase de consolidation. L'année faisant l'objet de ce rapport a vu la fondation de Ringier Contract Publishing Ltd. et la reprise d'une participation minoritaire dans un Contract Publisher à succès. Deux participations stratégiques dans des entreprises Internet constituent nos premiers pas sur le marché Internet asiatique qui a formellement explosé à la fin de l'année passée.

# Hongkong



L'île de Hongkong vue du Starferry | Mike Hay, manager de Ringier Trade Publishing Ltd. | Un autel particulier protège Mike Hay et son équipe | Vue sur la mer de buldings de Hongkong | La patience est ici la reine des vertus | Christophe d'Orey, fondateur du magazine CAAC-Inflight | Coucher de soleil derrière les gratte-ciel de Hongkong | Fruits de mer sur le marché nocturne de la Temple Street | Les soupes de cet homme sont les meilleures | Sur la promenade de Victoria-Peak, au-dessus de la ville | Peter Siau, directeur de Times Ringier (HK) Ltd. à Tai Po | L'imprimerie de Times Ringier (HK) Ltd. à Tai Po | Vue du train futuriste en route pour l'aéroport de Chep Lap Kok

## Hongkong, novembre 1999

Je passe le poste frontalière pour Hongkong à pied, après avoir fait la queue pour remplir les nombreuses formalités et peux enfin m'installer dans le train climatisé qui me mènera à Kowloon. Les portables sonnent sans interruption autour de moi. Nous traversons des villes satellites, toutes semblables, où les tours d'habitation se pressent les unes contre les autres entre une végétation subtropicale. Mon hôtel en centre ville offre une vue splendide sur le port. J'y rencontre dans le salon le chef de cuisine du Ritz

Carlton. Roger Marcz est suisse et présente sa traditionnelle collection de biscuits de Noël. Il m'avoue que les recettes sont celles d'une certaine Betty Bossi. Je marche entre des bâtiments de renommée mondiale pour rejoindre les bureaux Ringier sur la Queens Road où m'accueille Mike Hay. Editer des publications spécialisées sur le marché chinois, c'est son idée. Hongkong est un site privilégié de production pour le marché chinois, offrant des technologies de communication plus performantes et des lois libérales.

Plus de la moitié des annonces publiées dans ces revues spécialisées arrivent de Taiwan. La rédaction Ringier à Taichung emploie depuis septembre 1998 sept collaborateurs. Après les terribles tremblements de terre, il a fallu improviser pour poursuivre le travail, malgré des centaines d'autres secousses qui angoissaient la population. Avec le train à crémaillère construit par un suisse en 1888, je me rends au Victoria-Peak. Le tour du sommet prend une heure de marche à l'ombre de la végétation subtropicale et offre un panorama splendide.

Peter Siau m'attend à Tai Po. L'imprimerie Ringier emploie 360 personnes sur trois sites et quarante pour cent du carnet de commandes sont réservés à la production de bandes dessinées. De grands magazines internationaux de mode ou d'économie tels Newsweek ou Marie-Claire sont imprimés ici. Depuis l'annexion de Hongkong à la Chine, la liberté de la presse n'est plus ce qu'elle était. Un regard critique sur la situation actuelle en Chine n'est pas souhaité et les journalistes trop critiques sont refoulés à la frontière.

Les locaux administratifs de Asia Inflight Limited sont élégants et offrent une vue circulaire sur les dédales des rues de Hongkong. Christoph d'Orey est fier de son produit: le magazine CAAC-Inflight dont le contenu rédactionnel est fixé par le partenaire en joint-venture. Le tirage a été quadruplé après le centième numéro. La Chine connaît d'énormes problèmes de distribution et seul ce magazine atteint son public, l'élite chinoise. Les lecteurs exigent des informations politiques car elles sont déterminantes pour l'évolution

économique. Mais les annonces étrangères sont aussi très appréciées, en particulier celles de la marque Saint-Laurent. L'élite locale se doit de connaître tous les labels étrangers et surtout de les porter.



Le flux des investissements étrangers est tari et n'arrive plus qu'au compte-gouttes dans le pays. Le Vietnam continue à souffrir de la crise asiatique. Alors que des pays autrefois fortement touchés comme la Thaïlande, la Corée du Sud, l'Indonésie et la Malaisie, ont ordonné et mené à bien, également sur le plan des réformes, des cures radicales, le Vietnam cherche toujours à sortir de la crise. A la suite aussi des catastrophes naturelles qui ont gravement touché le pays l'an dernier, le gouvernement se trouve confronté à de grands défis. Cette ambiance morose a eu des conséquences massives sur le marché des annonces. Alors que la tendance était négative dès 1997 et 1998, Ringier a enregistré une nouvelle régression de 30 pour cent. Grâce à un programme de restructura-

tion appliqué avec conséquence, les coûts ont toutefois pu être ramenés au niveau des recettes. Mais il y a également eu quelques embellies durant l'année passée avec, au printemps, la relance de «New Fashion» en collaboration avec nos partenaires vietnamiens. Ce magazine de mode s'est définitivement établi comme leader du marché dans le segment de prix supérieur et a réussi à accroître son tirage de 30 pour cent alors que la tendance générale en ce domaine est à la baisse. Le développement de «Toi bao Kinh te», rejeton de «CASH» lancé sur le marché en 1993, est lui aussi très réjouissant. Il y a deux ans déjà, sa fréquence de publication est devenue bihebdomadaire, diffusion qui passera même à trois numéros par semaine, d'où il résulte que ce leader du pays a toutes les chances de devenir un quotidien.

# Việt Nam



Le mausolée de Ho Chi Minh à Hanoï

Jeunes soldats au repos

Une maison coloniale de Hanoï

Les partenaires joint-venture, The Nghia et Daniel Keller

Une maison de papier pour l'éternité

Mis en garde contre les risques liés à la consommation d'opium

Mai Chau, une région difficile d'accès

Des produits d'autant plus frais qu'ils sont vivants, marché de Hoa Binh

Une salade de fleurs de bananier et de poulet

Des matelots explorant la Halong Bay

Cet élixir promet une nouvelle jeunesse aux hommes

Séance photo pour l'édition du millenium de Thoi Trang Tre

Ulrika Lanz et Daniel Kee devant les bureaux de Thoi Trang Tre

## Hanoï, décembre 1999

Arrivant de Hongkong, il me semble en atterrissant à Hanoï entrer dans un autre siècle. La plupart des panneaux publicitaires disposés le long des rizières sont badigeonnés de blanc: signe évident de crise économique. Daniel Keller, directeur de l'imprimerie joint-venture Ringier Thong Nhat, m'informe sur la situation actuelle au Vietnam pendant que nous nous rendons vers la vieille ville: le climat est tendu. J'aperçois de ma chambre d'hôtel le mausolée de Ho Chi Minh, adulé ici comme un saint.

Avant le petit déjeuner je fais une reconnaissance des lieux et découvre un marché où les poissons vivants sont décapités, écaillés et vidés par des mains habiles tandis qu'à côté une dame se fait coiffer sans trouble apparent. Le bureau de Daniel Keller est situé à côté d'un magasin de jeans d'où fuse une musique forte. Sa liste de clients témoigne de la solide réputation dont jouit l'imprimerie Thong Nhat. Comme beaucoup de ses congénères, il a étudié en RDA. Je suis convié pour le dîner dans la résidence colo-

niale du consul suisse. Madame Leutert me reçoit avec ses enfants, Aline et Gregory, et leur petit singe Julie. Nous dégustons du Fendant et du Dôle suisses. Après une excursion aventureuse dans la région montagneuse de Mai Chau, je fais connaissance du chef financier de Ringier Asie, Richard Hüslér. Il m'apprend que le journal le plus lu au Vietnam est édité par le ministère de la justice et contient des photos d'exécutions. Les inondations catastrophiques de la région de Hué

et Hoi An m'obligent à modifier mon itinéraire et je m'envole directement pour le sud.

## Ho Chi Minh ville, décembre 1999

Ulrika Lantz connaît parfaitement la région et ceci représente un avantage de poids pour la vente des annonces du magazine de mode Thoi Trang Tre. Dans les bars des hôtels de luxe, les hommes d'affaires étrangers se rencontrent et échangent leur expériences quotidiennes avec la population vietnamienne: rien n'a vraiment changé depuis l'époque coloniale.

Le Minh Anh est confiant en l'avenir. Il prépare le gala de jubilee du Vietnam Economic Times, qui se fêtera à l'opéra de Hanoï. Il est très fier de sa liste d'invités prestigieux. C'est lui qui m'apprend que les Vietnamiens du nord méprisent ceux du sud. 95 pour cent des meilleurs étudiants sont originaires du nord et occupent les meilleures positions sur l'ensemble du territoire. Madame Minh Chau, femme d'affaires, me dévoile l'âme de son pays et pense que les Vietnamiens sont trop fixés sur leur douloureux passé. Quant à

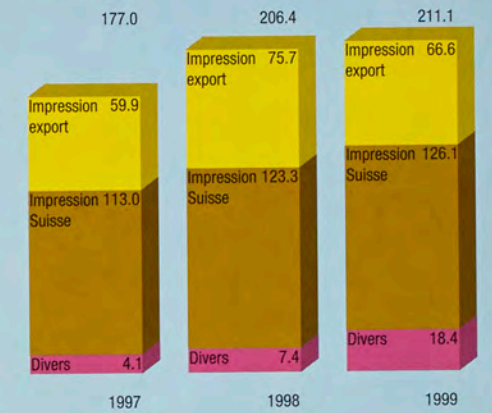
elle, elle se tourne résolument vers le futur promettant de son pays.



En 1999, les trois imprimeries de Suisse cofinancées par Ringier Print ont réussi à dépasser nettement les objectifs et les résultats de l'année précédente. Le bénéfice a enregistré, dans les trois centres d'impression, une augmentation en partie remarquable. En premier lieu, le marché de l'impression en Suisse ainsi que les activités supplémentaires novatrices ont contribué essentiellement à compenser la moindre plus-value émanant des éditions Ringier. La part export a diminué de 9.1 millions de francs, soit à 32 pour cent du chiffre d'affaires global. La décision de remplacer d'ici à l'an 2002, dans le plus grand centre d'impression à Zofingue, deux installations d'héliogravure par des machines offset ultramodernes d'égale capacité mise sur le futur. Par cette mesure, Ringier Print suit le développement continu du marché et souligne sa volonté d'accroître son rôle déjà prédominant sur le marché suisse.

#### CHIFFRES D'AFFAIRES IMPRIMERIE TIERS

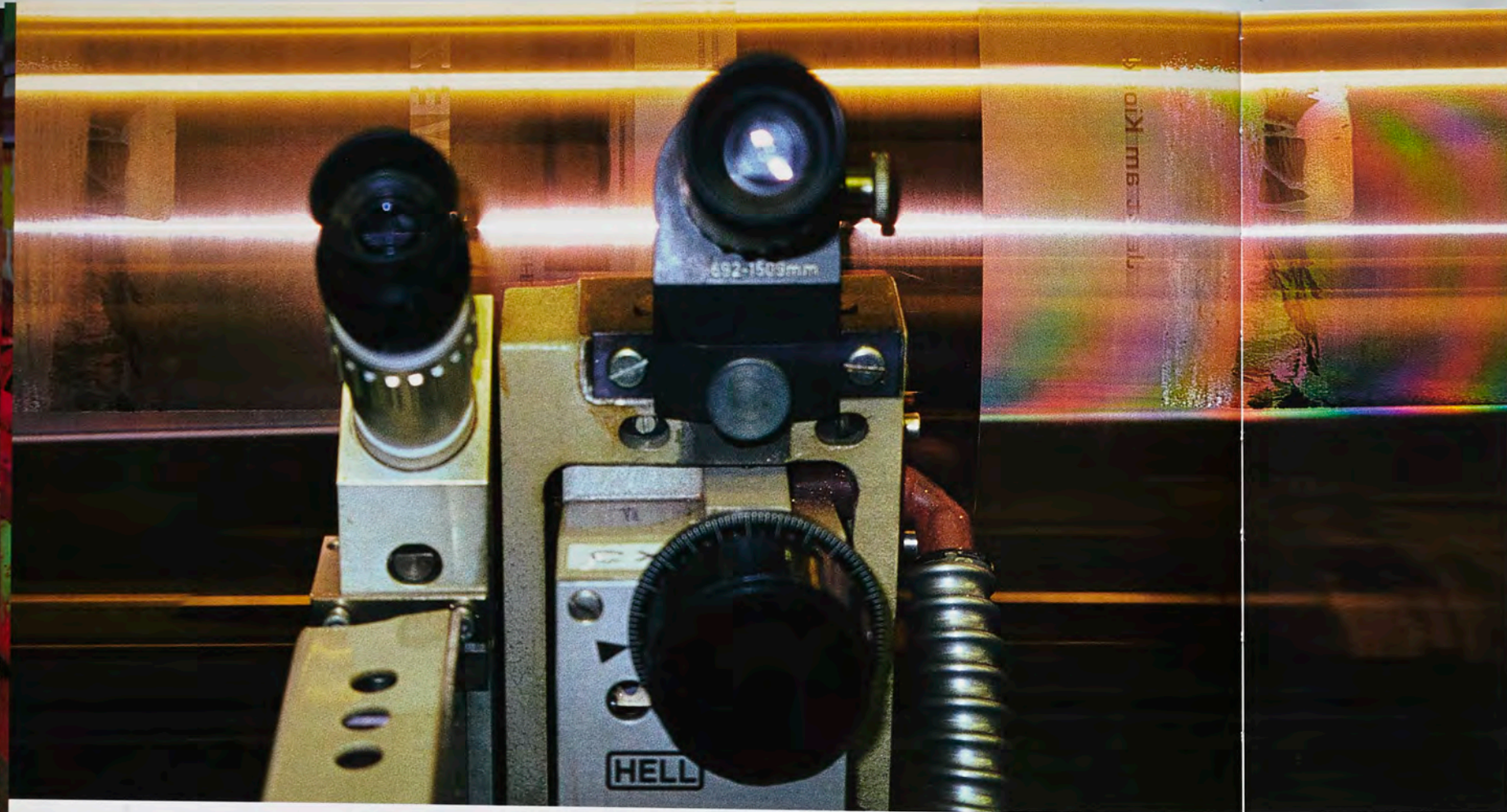
Total en millions CHF



#### PRODUCTIONS IMPRIMERIE

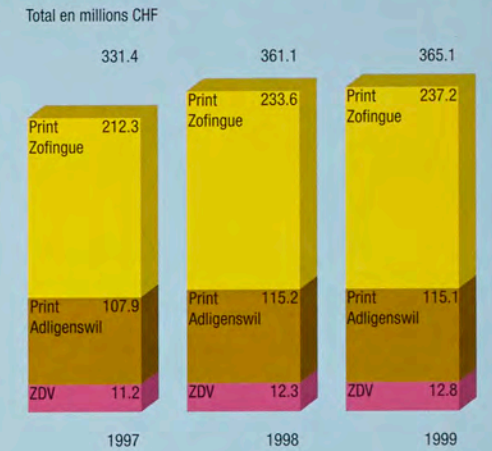
En mio. francs	1997	1998	1999
Chiffres d'affaires	330.2	361.1	365.1
Travaux pour tiers	177.0	206.4	211.1
Editions propres	153.2	154.7	154.0
Plus-value	202.5	204.2	202.2
Coûts du personnel	126.5	126.5	122.8

# Ringier Print



Le chiffre d'affaires brut des trois centres d'impression en Suisse allemande a augmenté en 1999 de 361.1 millions de francs en 1998 à 365.1 millions de francs. Au total, 154.0 millions de francs ou 42 pour cent échoient aux propres éditions de journaux et de magazines. A Zofingue, des augmentations ont été enregistrées notamment dans les affaires suisses. Diverses mesures de restructuration ont contribué à améliorer nettement le résultat. Le taux du flux de trésorerie dépasse 12 pour cent. Durant les trois prochaines années, Ringier Print fera une nouvelle fois de gros investissements qui entraîneront des changements touchant à la technologie, au marché et à l'organisation. L'imprimerie de journaux à Adligenswil a réussi à augmenter considérablement non seulement le chiffre d'affaires des éditions de journaux Ringier mais encore celui des impressions à compte de tiers. L'imprimerie Zürcher Druck & Verlag AG à Rotkreuz travaillant pour des tiers a connu sa meilleure année depuis son appartenance au groupe. D'importantes décisions en matière d'investissement ont contribué à confirmer, également dans l'imprimerie Ringier Print de produits spéciaux, sa position sur le marché et sa rentabilité.

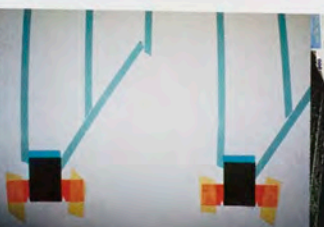
#### TOTAL CHIFFRES D'AFFAIRES PAR SITE



Réception à Adligenswil



Peintures, Adligenswil



Marques pour changer les rouleaux d'imprimerie, Adligenswil



Impression des journaux, Adligenswil



Installation à quatre niveaux pour l'impression des journaux



Suppléments roulés, Adligenswil



Casque de protection contre le bruit



Ces journaux sont imprimés à Adligenswil



Préresse à Rotkreuz



Moteur d'une machine offset à feuilles, Rotkreuz

Les bannières accueillant les visiteurs à Zofingue

Décoration pour le meeting annuel de Ringier Print à Zofingue

Un poste de travail personnalisé, Zofingue

#### En compagnie du service de messagerie, janvier 2000

Urs Huber, mon messager aujourd'hui, m'attend à la Maison de la presse Ringier, Dufourstrasse. Il a grandi au Brésil puis, à l'âge adulte, a rejoint la Suisse avec son frère. Il connaît le trajet le plus court entre Zurich et Adligenswil: franchir le col enneigé de l'Albi. Une fois rendu à Adligenswil, Fritz Lehre me fait visiter entièrement la plus grande imprimerie de quotidiens de Suisse. Un camion est justement en train de déverser de l'encre d'imprimerie dans d'énormes containers.

Les rouleaux de papier journal en provenance de l'Europe entière sont livrés dans l'entrepôt de stockage. 120 de ces rouleaux sont imprimés par jour et autant doivent être disponibles chaque jour. Nous observons le travail de la rotative à quatre niveaux. L'impression du «Blick» est initiée à minuit et quatre heures plus tard, les 370 000 exemplaires du tirage quotidien sont imprimés. Des spirales de papier couleur de deux mètres de diamètre attirent mon attention: bon sujet de photo. Ils sont constitués des suppléments que la machine intégralement automa-

tisée insère dans les journaux. Au-dessus de nous, des tapis roulants ultrarapides acheminent les journaux jusqu'en bout de chaîne où ils seront comptés, emballés et adressés.

Fritz Lehre n'omet pas de me montrer les efforts entrepris en faveur de la protection de l'environnement lors de la production de quotidiens. Après le déjeuner nous partons pour Zofingue. Le bâtiment principal de Ringier est situé en face de la gare et Alexandra Ruckli et M. Schaub m'y souhaitent la bienvenue. Nous nous dirigeons vers le service

de saisie des clichés. Celui de la préresse connaît actuellement une profonde mutation et est en cours d'adaptation aux nouvelles technologies. Ma visite a été trop courte pour que je puisse définir avec précision quelles sont les étapes entièrement automatisées et celles qui nécessitent l'intervention de spécialistes. Le service d'héliographie quant à lui reste fidèle à la tradition. Mes yeux d'artiste sont ravis par l'éclat des cylindres de cuivre posés sur des supports de feutre et attendant d'être mis en service ou recyclés.

Après un détour par la cantine, décorée pour la réunion annuelle de Ringier Print, je quitte les vastes bâtiments d'exploitation. A Rotkreuz je rends visite à Urs Kurmann de Druck + Verlag AG, Zurich. C'est ici que sera imprimé le présent rapport d'activité. Et contrairement à l'imprimerie visitée précédemment, celle-ci est plus modeste. On met ici l'accent sur une qualité irréprochable et on limite les tirages. Le superbe panorama sur les Alpes, caractéristique pour Rotkreuz, est aujourd'hui malheureusement voilé par le brouillard.



Ing. Zdena Martinová,  
rédactrice d'abc  
à Prague



Shirley Pi,  
Sales Manager,  
International Plastics News  
for China à Hongkong



Alice Nüssli, chef  
de la rédaction photo  
du Blick à Zurich



Ann Hou, Shenzhen  
China Ringier  
Trade Publishing  
avec Anne Xiong



Claudiu Serban,  
rédacteur en chef  
de la Gazeta  
Sporturilor à Bucarest



Ariane Lendenmann,  
journaliste stagiaire  
au Globo à Munich



Phan Minh Tai,  
Pre-press Manager Ringier  
Thống Nhất à Hanoi



Peter Mehre,  
des services  
techniques à Adligenswil



Peter G. Achten  
dans son  
bureau à Peking



Richard Hübler,  
Directeur financier  
Asie, dans le restaurant  
Cha Cha à Hanoi



Petr Šifina,  
rédacteur en chef  
du Blesk à Ostrava



Robert Galambos,  
conseiller en marketing  
externe à Budapest

Les souhaits que les collaboratrices et les collaborateurs formulent afin d'endosser davantage de responsabilités propres exigent un élargissement des formes d'appréciation. La voie traditionnelle de la qualification du personnel – également appelée « qualification vers le bas » – se complète dans divers secteurs de Ringier SA par l'appréciation du supérieur. Dans ce feedback, le cadre dirigeant est jugé par les collaborateurs qui lui sont subordonnés au moyen d'une procédure anonyme pour ce qui est du rendement, du comportement et du potentiel. Cet élément de coopération et de gestion participative entre dans le cadre d'un processus de développement de l'esprit d'équipe. Le jugement des supérieurs n'est ni un but en soi, ni un remède universel dans un management de ressources humaines se voulant moderne. Les systèmes et les instruments d'un concept de gestion orienté vers l'équipe gagneront encore en importance également chez Ringier.

### REPARTITION DU PERSONNEL

	1999	1998	1997
Adligenswil	471	450	491
Romandie	263	205	198
Rotkreuz / Zoug	65	63	63
Zofingue	1003	1082	1129
Zurich	858	847	821
Autres sites	140	266	120
<b>Ringier Suisse</b>	<b>2800</b>	<b>2913</b>	<b>2822</b>
Asie	224	145	
Allemagne	19	17	20
Roumanie	513	329	239
Suisse	2800	2913	2822
Slovaquie	152	184	166
Tchéquie	531	580	913
Hongrie	238	113	81
<b>Ringier SA</b>	<b>4477</b>	<b>4281</b>	<b>4241</b>

# Personnel



LE DIRECTOIRE RINGIER A PARTIR DU 1.1.2000

PROPRIETAIRES RINGIER AG	CONSEIL D'ADMINISTRATION RINGIER AG	DIRECTION DU GROUPE RINGIER AG	SERVICES	RINGIER PRINT HOLDING AG
Evelyn Lingg-Ringier Annette Ringier Michael Ringier	<b>Dr. Uli Sigg</b> Président  <b>Dr. Gustav E. Grisard</b> Vice-président  <b>Michael Ringier</b> Délégué  <b>Oscar Frei</b> Membre  <b>Jan O. Froshaug</b> Membre  <b>Dr. Hans-Olaf Henkel</b> Membre  <b>Martin Werfeli</b> Secrétaire	<b>Michael Ringier</b> Président  <b>Marco Solari</b> Vice-président/Marketing  <b>Martin Kall</b> Europe  <b>Dr. Beat Lauber</b> Nouveaux médias/ Magazines a.i.  <b>Jacques Pilet</b> Evolution des médias  <b>Martin Werfeli</b> Finances/Journaux	<b>Caterina Ammann</b> Juridique  <b>Fridolin Luchsinger</b> Communication  <b>Jean-Luc Mauron</b> Ressources humaines  <b>Frank A. Meyer</b> Projets journalistiques  <b>Hans Jürg Deutsch</b> Télévision  <b>Thomas Trüb</b> Pacific + Corporate Development	<b>CONSEIL D'ADMINISTRATION</b>  <b>Michael Ringier</b> Président  <b>Marco Solari</b> Membre  <b>Martin Werfeli</b> Membre  <b>DIRECTION COMMERCIALE</b>  <b>Dr. Hans Jakob Strickler</b> Directeur de Ringier Print Holding AG et Ringier Print Zofingen AG  <b>Karl Lehmann</b> Ringier Print Adligenswil AG  <b>Alois Sigrist</b> Zürcher Druck + Verlag AG, Rotkreuz

SUISSE

Depuis octobre 1999, Ringier détient une participation de 50 pour cent dans SAT.1 (Schweiz) AG, s'alliant ainsi à une chaîne TV bien établie au profil clair et éprouvé. Au printemps, Ringier a par ailleurs abandonné sa participation de 33 pour cent dans la compagnie de télévision locale zurichoise Tele Züri AG.

Dans le cadre du renforcement des activités Internet, les parts dans Human Line AG, bourse d'emploi électronique sur le Web, ont été augmentées à 78 pour cent. En outre, Ringier a acquis 25 pour cent du capital de Spielberg Institut AG qui, en collaboration avec le journal économique «CASH», publie sous www.borsalino.ch des informations boursières pour les investisseurs privés et les détenteurs d'actions suisses. Pour la préparation et la vente des données d'information sur les programmes TV et radio, Ringier a fondé durant l'été 1999, avec d'autres entreprises de médias, la société EPS Programm Service AG, en prenant 20 pour cent du capital. En décembre, la participation dans Musenalp Express Medien AG a été portée à 100 pour cent.

EUROPE ET ASIE

Avec la reprise à 100 pour cent de Nemzeti Sport Kft. – éditeur du quotidien sportif du même nom –, Ringier a renforcé de manière décisive sa position sur le marché journalistique national en Hongrie. Pendant l'été, Ringier a en outre pris une participation de 28 pour cent dans Szabad Föld Kft., éditeur de l'hebdomadaire politique du même nom en Hongrie. Pour renforcer sa position sur le marché journalistique national en Roumanie, Ringier a repris à 100 pour cent Sportrom SA, éditeur du quotidien sportif «Gazeta Sporturilor». Avec la fondation de Beijing Ringier International Advertising Corp. Ltd. à Beijing, joint-venture avec des partenaires chinois, dont Ringier détient 50 pour cent du capital, les conditions ont été créées pour offrir, sur ce marché en forte croissance, une palette complète de services aux clients aussi bien étrangers que chinois.

SUISSE

Ringier Print Holding AG, Zofingue	100%
Rincovision AG, Zurich	100%
MediaMat AG, Zurich	100%
ZHOL Zürich Online AG, Zurich	100%
Musenalp Express Medien AG, Hergiswil	100%
Betty Bossi Verlag AG, Zurich	80%
Human Line AG, Rickenbach	78%
Schule für Medienintegration (SMI), Zofingue	51%
Good News Productions AG, Zurich	50%
SAT.1 (Schweiz AG), Zurich	50%
Neue Luzerner Zeitung AG, Lucerne	49%
Schweizer Mediendatenbank AG, Zurich	33%
Pressevertriebs GmbH, Lucerne	33%
PresseTV AG, Zurich	30%
PrintOnline AG, Zurich	25%
Spielberg Institut AG, Soleure	25%
Schober Direct Media AG, Bachenbülach	20%
Teleclub AG, Zurich	20%
Le Nouveau Quotidien ERL SA, Lausanne	20%
EPS Programm Service AG, Zurich	20%
Radio Pilatus AG, Lucerne	18%

EUROPE/ASIE

Ringier Publishing GmbH, Munich	100%
Ringier France SA, Paris	100%
Ringier activités éditoriales au Vietnam	100%
Halvidar B.V., Amsterdam*	100%
Ringier Pacific Ltd., Hongkong**	100%
Ringier Springer B.V., Amsterdam***	51%
Times Ringier (HK) Ltd., Hongkong	50%

\* Activités éditoriales en Hongrie et Roumanie  
\*\* Activités éditoriales en Asie  
\*\*\* Activités éditoriales en Tchéquie et Slovaquie

# Ringier Organigramme

# Participations

## Impressum

Editrice:  
Ringier AG, Communication

Directeur de parution:  
Fred Rohrer, Ringier Editorial Services

Directeur de parution Art:  
Beatrix Ruf

Rédaction und coordination:  
Fred Rohrer, Ringier Editorial Services

Idée originale:  
Christian Philipp Müller

Concept visuel et mise en page:  
Christian Philipp Müller  
Ines Hány, Ringier Editorial Services

Photographie:  
Christian Philipp Müller

Traduction:  
Madeleine de Couet et Alexandrine Lantheaume

Lithographie:  
Traitement électr. de l'image (EBV/Zurich), Ringier AG

Imprimerie:  
Zürcher Druck + Verlag AG, Rotkreuz

Le rapport annuel de Ringier paraît en français,  
en allemand et en anglais

Vous pouvez commander des exemplaires supplémentaires  
à l'adresse suivante: Ringier AG, Communication,  
Dufourstrasse 23, CH-8008 Zurich,  
Téléphone 01 259 65 53, téléfax 01 259 86 35  
E-Mail [info@ringier.ch](mailto:info@ringier.ch), Internet [www.ringier.ch](http://www.ringier.ch)

Papier:  
Biberist Ikono silk spezialmatt, sans cellulose  
Fabriqué à partir de matières premières blanchies sans chlore  
Zurich, avril 2000





Christian Philipp Müller dans un musée régional de Slovaquie

Der Künstler Christian Philipp Müller erhielt für diesen Geschäftsbericht den Auftrag, die Länder zu bereisen, in denen Ringier tätig ist. Halb als Tourist, halb als Business-Reisender ergänzt er die Geschäftszahlen mit seinem subjektiven Bericht in Bild und Text von Begegnungen mit Mitarbeitenden von Ringier, ihren Erfahrungen mit der Situation des jeweiligen Landes und den Erscheinungen der «Schweizer Produkte» im In- und Ausland.

Christian Philipp Müller, artiste, était chargé pour ce rapport d'activité de parcourir les pays dans lesquels Ringier est présent. Mi touriste, mi observateur, il complète les résultats chiffrés de l'entreprise par ses impressions subjectives, commentées et illustrées, et documente ses rencontres avec les collaborateurs de Ringier, leurs expériences en situation dans le pays et l'appréciation des «produits suisses» sur notre territoire et à l'étranger.

Christian Philipp Müller is a Swiss artist who lives abroad. We recently asked him to tour the countries in which Ringier has business interests and produce a visual and written record of his impressions, for publication in our Annual Report. In the course of his travels he asked Ringier staffers what it is like to produce a paper or magazine in their country and how readers react to our basically Swiss products.

Christian Philipp Müller a primit misiunea să călătorească în țările în care acționează Ringier, în scopul întocmirii unui raport. Pe jumătate în calitate de turist, pe jumătate ca om de afaceri-itinerant, el completează cifrele de afaceri cu percepția lui subiectivă ca imagine și ca text referitoare la întâlnirile sale cu angajații și angajate la Ringier, la modul în care aceștia văd situația din țara respectivă și la apariția «produselor elvețiene» în țară și peste hotare.

Christian Philipp Müller ennek az üzleti beszámolóknak a megírásához azt a megbízást kapta, hogy járja be azokat az országokat, amelyekben Ringier jelen van. Félig turistaként, félig üzleti utazóként a száraz üzleti számokat képekkel és tájékoztató megjegyzésekkel illusztrált szubjektív beszámolójában kiegészítli Ringier munkatársaival történt találkozásainak, az egyes országok helyzetéről szerzett tapasztalatainak, valamint a «svájci termékek» belföldi és külföldi megjelenésének ismertetésével.

Christian Philipp Müller dostal za túto obchodnú správu objednávku cestovať po krajinách, v ktorých pôsobí Ringier. Napoly ako turista, napoly pracovník na služobnej ceste doplní číselné fakty subjektívnym vyjadrením obrazom i slovom o svojich stretnutiach s pracovníčkami a pracovníkmi firmy Ringier, o ich skúsenostiach zo situácie v príslušnej krajine a o výskyte «švajčiarskych produktov» doma i v zahraničí.

Christian Philipp Müller byl pověřen, aby za účelem této výroční zprávy vycestoval do zemí, ve kterých pracuje společnost Ringier a aby napůl jako turista, napůl jako obchodní cestující doplňoval podnikovou dokumentaci svými subjektivními postřehy, textovým a obrazovým materiálem ze setkání se zaměstnanci společnosti Ringier a jejich zkušenostmi z dané země a o «povědomí o švýcarských produktech» v tuzemsku i v zahraničí.

Christian Philipp Mueller 先生是在纽约工作的一位瑞士艺术家。最近，我们将他到与荣格有商务联系的国家旅行，将他的印象以图片和书面的形式反映在我们年报中。在他的旅行过程中，他问起荣格的员工，如何在他们的国家进行报纸和杂志的出版经营，读者对这些瑞士的基本产品有些什么反映。

Christian Philipp Muller là một người Thụy Sĩ làm công tác nghệ thuật, sống và làm việc tại thành phố Nữ Úc. Mỗi đây chúng tôi để nghị ông đi một chuyến đến tất cả các nước mà Ringier có hoạt động kinh doanh để thu thập thông tin bằng bài viết và hình ảnh qua ấn tượng của ông trong chuyến đi cho bản báo cáo hàng năm của chúng tôi. Trong chuyến đi ông đã hỏi các nhân viên Ringier nhận xét của họ về việc xuất bản một tờ báo hay một tờ tạp chí tại đất nước đó và phản hồi của bạn đọc về các sản phẩm đặc trưng Thụy Sĩ.

