



Ringier AG  
Communication  
Dufourstrasse 23  
CH-8008 Zurich  
Téléphone +41 1 259 62 92  
Téléfax +41 1 259 86 35  
info@ringier.ch  
www.ringier.ch

**OOO Ringier**

Sommaire

L'éditeur  4

L'artiste    8

Ringier en chiffres  11

Ringier Suisse  16

Ringier Europe    24

Ringier Asie    30

Ringier Print   32

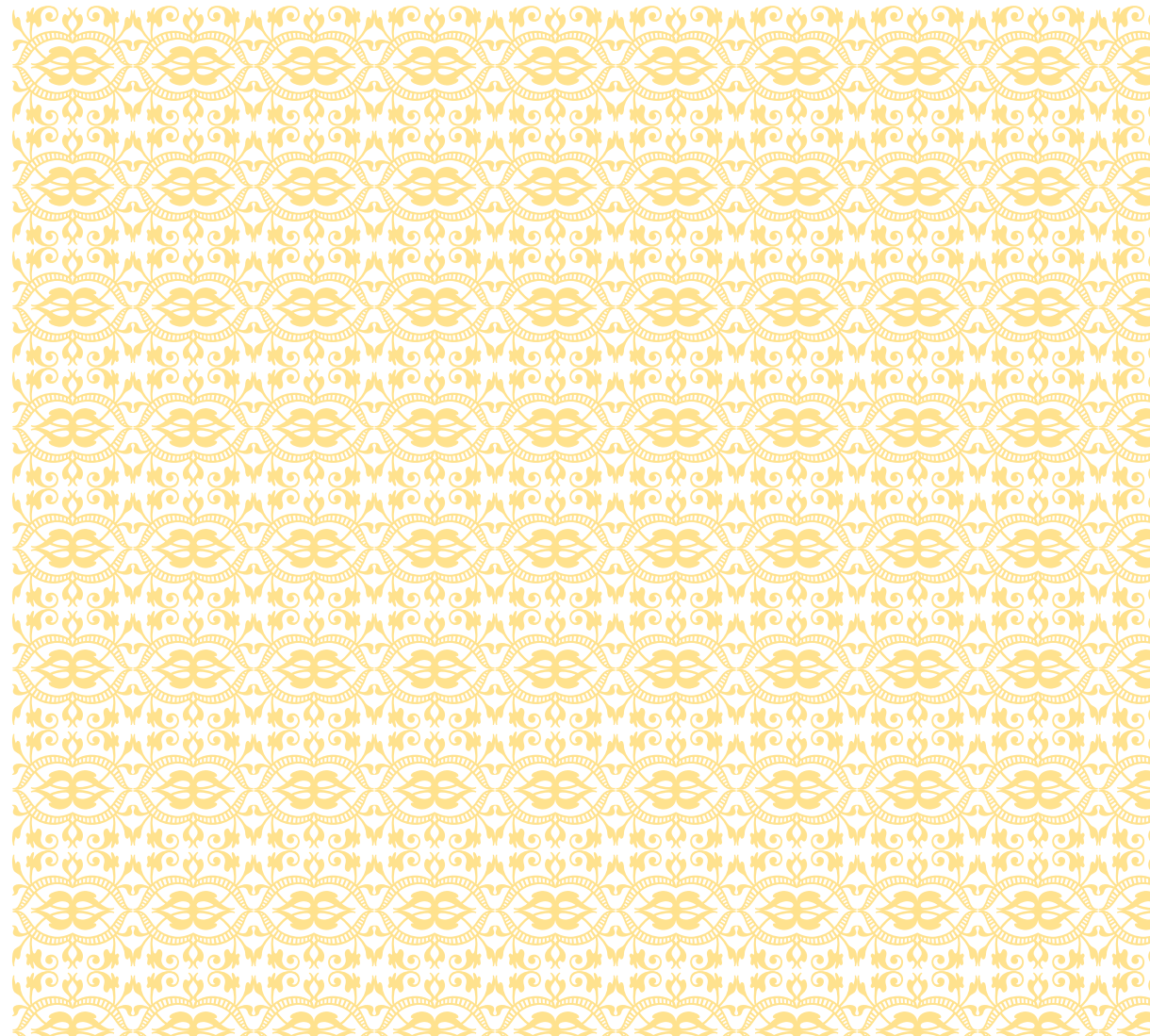
Ressources humaines        34

Organisation  36

Participations    38

Epilogue   42

Publications et tirages, sites        44



1,063 milliard de francs de chiffre d'affaires, 121 millions de francs de cash flow et 34,8 millions de francs de bénéfice. Que dire de plus, sinon la formule habituelle qui évoque un résultat acceptable dans un environnement économique difficile? J'aimerais tout d'abord souligner que les chiffres sont corrects. Il ne s'agit pas d'un calcul pro forma, les chiffres n'étant pas ajustés et le bénéfice ni lissé, ni normalisé. Aucune dépense n'a été capitalisée et aucun engagement dans des sociétés n'a été porté au bilan qui ne doit être consolidé. Et aucune pension d'un montant vertigineux n'a été promise aux cadres dirigeants.

Si les responsables du management de nombreuses compagnies avaient investi autant de créativité dans l'avenir de leur entreprise que dans l'invention de nouvelles sources d'enrichissement personnel, nombre de sociétés se porteraient mieux aujourd'hui. Il est bien connu que l'argent ne pourrit pas le caractère, mais le fait ressortir!

Pourquoi se contente-t-on de ne parler, dans de telles manigances, que de sociétés cotées en Bourse et jamais d'entreprises familiales? C'est à cause du «système du dernier imbécile». Il s'agit généralement de l'actionnaire. Car c'est lui qui, en fin de compte, paie la facture de toutes les décisions erronées prises par le management et qui lui verse la manne, notamment lorsque celle-ci n'est pas le fruit de prestations mais du vent soufflant dans les bilans.

Dans mon entreprise familiale, il reste trois imbéciles potentiels: mes deux sœurs et moi-même. Il nous est impossible de berner les actionnaires anonymes. Nous-mêmes, nous tâtonnons dans l'obscurité. Nous ne prétendons pas être meilleurs que les autres. Mais, chez nous, nous appliquons le principe de l'entreprise familiale et donc de la responsabilité. Car qui aimerait se tromper soi-même? Ce serait le dernier... des imbéciles!

Alors raccrochons-nous aux valeurs démodées. Premièrement, à l'honnêteté. Les chiffres montrent ce qu'ils sont. Deuxièmement, à la modestie. Le dividende reste dans la limite inférieure des possibilités, et il est à un seul chiffre. Ce fut également le cas durant les années record, comme il y a deux ans. Troisièmement, à l'équité. Même si nous n'avons pas atteint nos objectifs, nous versons, également cette année, des bonus à nos collaborateurs. Ceci parce que le personnel de Ringier a fait preuve, malgré tout, durant l'année 2001, d'un engagement hors pair et que l'entreprise est très saine en dépit du contexte économique. Enfin, quatrièmement, au long terme. Nous investissons chaque année dans des activités qui exigent beaucoup de temps pour se développer. Nous l'avons prouvé, par exemple, dans les pays d'Europe centrale et d'Europe de l'Est où, après plus de dix ans de mise en place dans quatre pays, nous arrivons aujourd'hui en tête parmi les premières maisons d'édition européennes.

Le résultat de l'an dernier présente un tableau qui nous est familier. Lorsque l'économie est florissante, Ringier se porte moins bien que ses concurrents locaux, dont l'activité consiste dans la publication de journaux régionaux. Inversement, lorsque l'économie va mal, nous nous portons mieux. Ceci s'explique

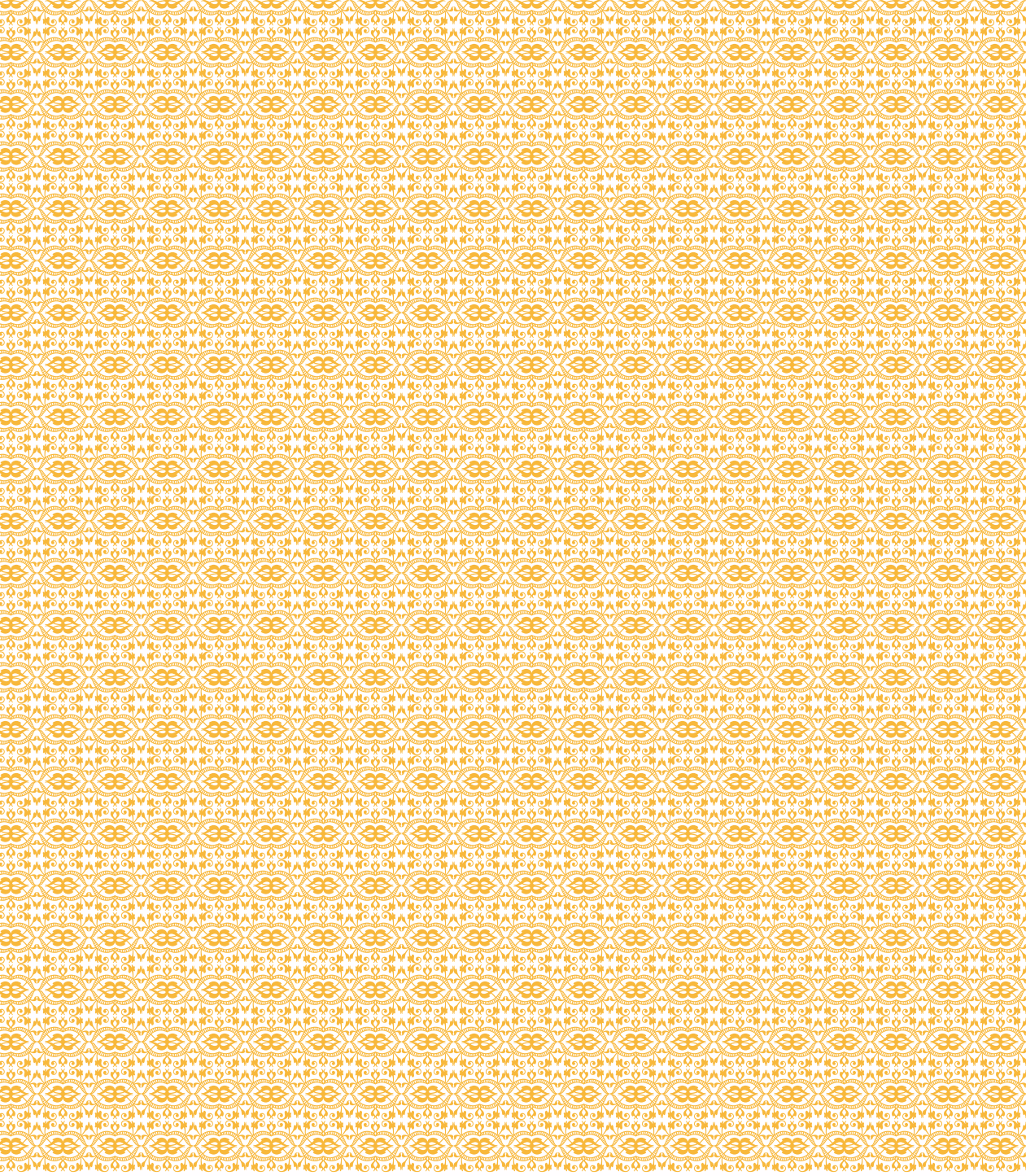
pour une raison très simple. A la différence des autres éditeurs, nous vivons davantage dans le pays de nos lecteurs que de nos annonceurs. Quelque 53 pour cent des recettes émanant des journaux et des magazines proviennent de la vente et quelque 47 pour cent des annonces. Dans les kiosques, nous vendons pratiquement autant de journaux et magazines que toutes les autres maisons d'édition suisses réunies. Nous dépendons très fortement des lecteurs qui – même lorsque les temps sont difficiles – sont plus fidèles et plus stables que les clients annonceurs.

C'est la raison pour laquelle nous devons, également au niveau de la direction, nous préoccuper avant tout des lecteurs. Ce sont eux qui assurent la substance de notre entreprise. Nous leur vendons des contenus et des émotions: telle est notre activité. C'est pourquoi il existe aussi chez Ringier, à côté de la direction du groupe, un comité éditorial. Il veille à ce que le savoir journalistique soit partagé dans notre maison et à ce que le dialogue des rédacteurs en chef avec les membres du management soit régulier et intense.

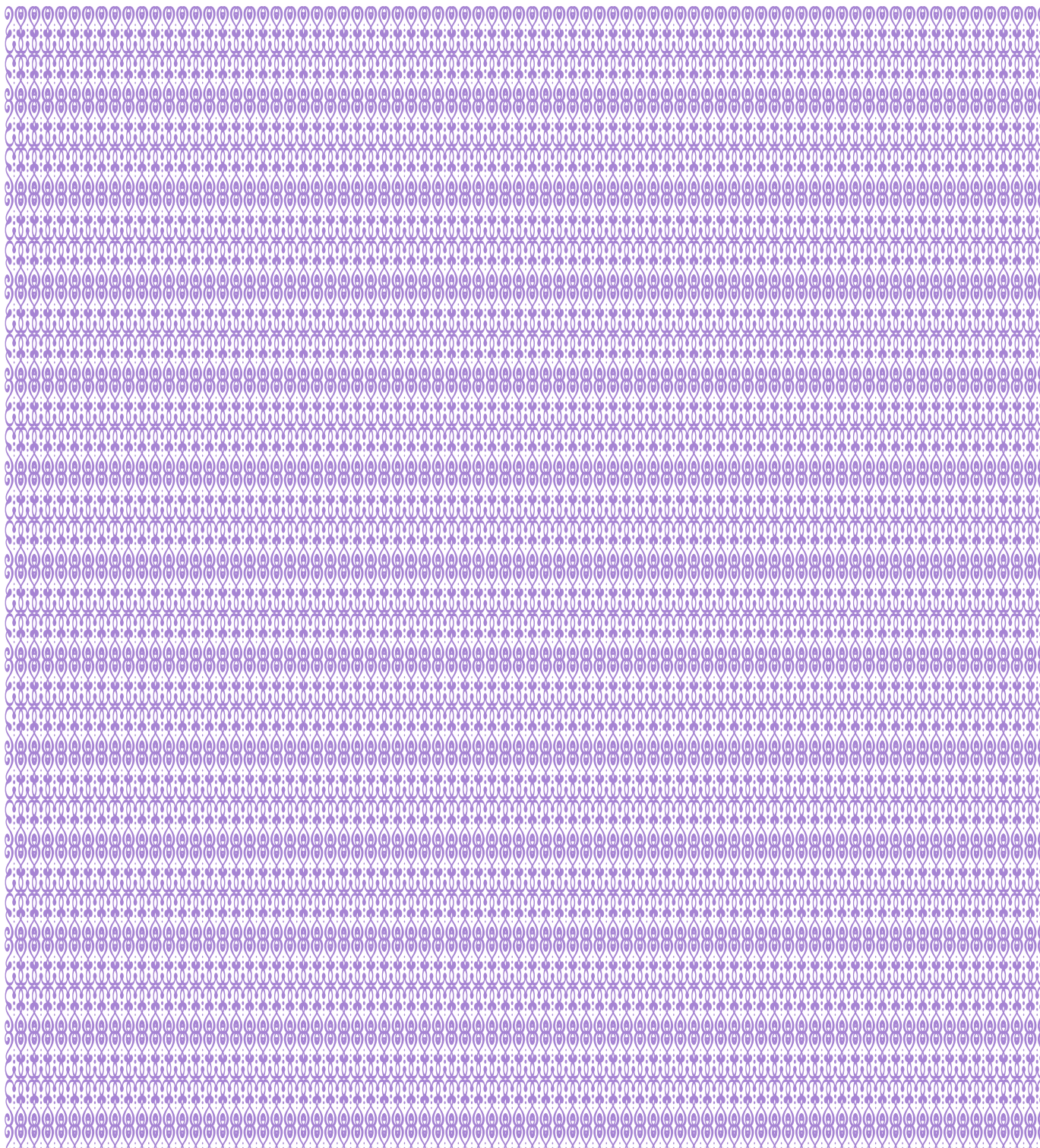
Dans ce cadre, l'indépendance et la liberté d'action des rédacteurs en chef restent incontestées. La responsabilité opérationnelle est exclusivement déléguée aux rédactions, exception faite de la réflexion au sujet des lecteurs. Ils sont nos clients les plus importants, et le journalisme est notre principal produit. C'est pourquoi nos lecteurs et nos journalistes méritent notre plus grande attention. «Le Blick est de la partie» dit le slogan traditionnel de notre journal populaire. Il suffit de regarder les tirages et les résultats de l'an passé pour savoir que cette maxime s'applique également à l'ensemble de Ringier.

Michael Ringier









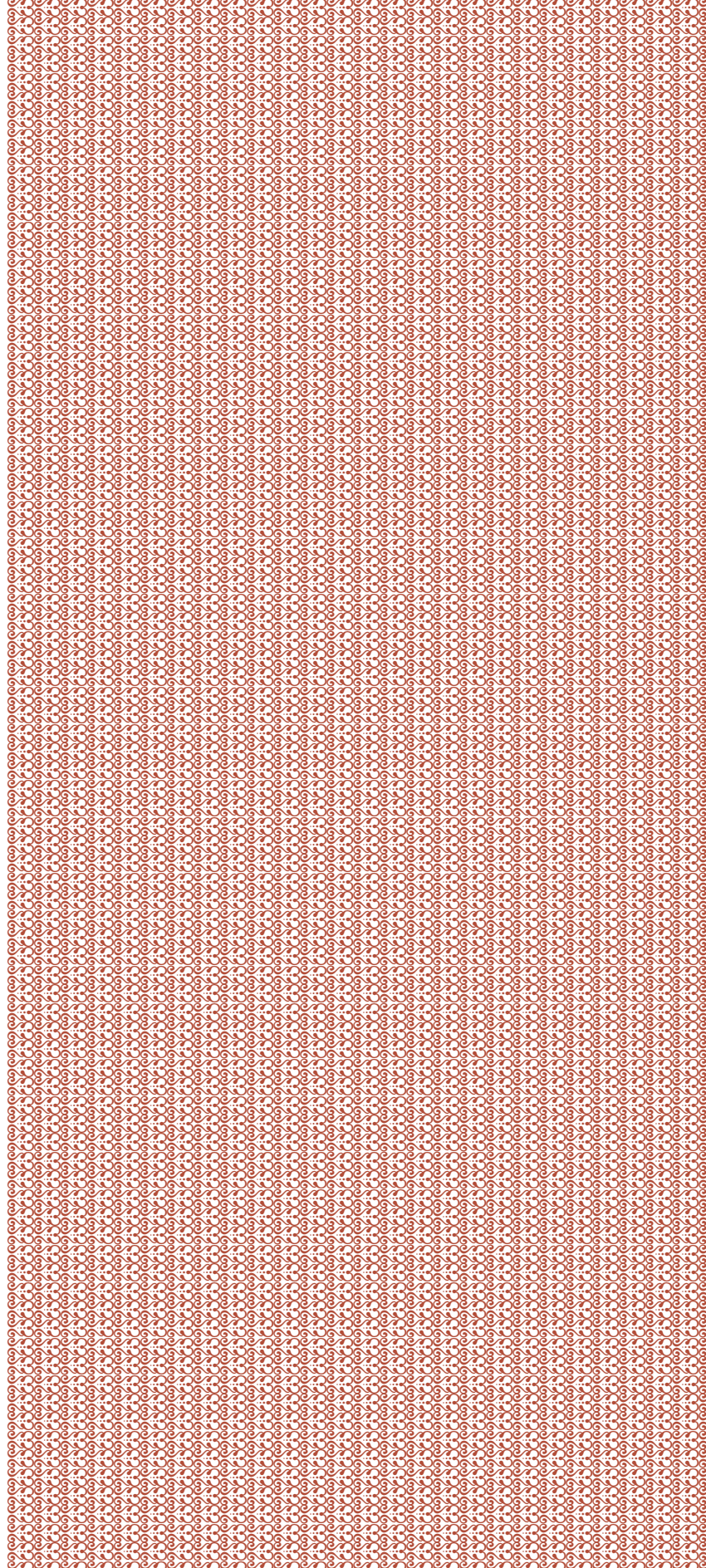
Les travaux de l'artiste anglais Liam Gillick (né en 1964) mettent en question les constructions matérielles et spirituelles de notre réalité. Son œuvre se déploie en un large éventail d'activités et de formes: plates-formes, paravents rappelant les objets design et les architectures de plexiglas et d'aluminium, projets de meubles utilitaires et conceptions d'installations spatiales, vidéos, peintures murales intégrant textes, couleurs et formes en guise d'ornements – autant de matérialisations conceptuelles que l'artiste, écrivain et théoricien, met en relation avec sa production parallèle de fictions et d'analyses. En tant qu'artiste, il prend en compte nombre de réalités sociales et de terrains d'activité, auscultant aussi bien la manière dont un individu contemporain se construit autour de maints rôles sociaux que notre propre relation avec ce que la société a posé comme étant le rôle de l'art. Tant du point de vue de la forme que du contenu, ses œuvres dévoilent ces réalités sociales, économiques, voire politiques, comme autant de fictions et d'utopies, en les laissant devenir provisoires ou «flottantes»: que voyons-nous en contemplant une œuvre d'art? Quelles conventions, expériences et représentations influencent-elles la perception que nous en avons? Quels sont et d'où viennent les idées qui marquent de leur empreinte les formes esthétiques et la relation entre l'art et la société? Et comment les formulations du passé influencent-elles notre réalité actuelle, marquant par là nos projets pour l'avenir?

C'est en se limitant à un répertoire de base que Liam Gillick travaille comme artiste du rapport annuel 2001. Pour ses choix chromatiques, il emploie simplement les couleurs Pantone. En les sélectionnant, il soumet sa conception artistique et son goût aux outils standardisés des médias imprimés et donc à des décisions déjà prises par d'autres qui vont déterminer ambiances colorées et rapports de couleurs.

Issues de recherches menées pour sa prochaine exposition à la célèbre Whitechapel Gallery de Londres, l'artiste insère dans le rapport annuel des ornements découverts dans une bibliothèque consacrée à la tradition dentellière des Huguenots, importante dans ce quartier de la ville, et qui, par un pur hasard, sont en rapport avec l'histoire onomastique de la maison. Liam Gillick se sert de ces ornements comme de «lettres» pour sa décoration et comme un renvoi à la relation entre l'ornement, joyau dénué de sens, et la richesse sémantique attribuée à la création artistique. Avec ses textes ornementés, Liam Gillick structure le déroulement du rapport annuel, crée des relations et des mises en perspective. Dans l'esprit tout à fait classique de la conception graphique, il détermine l'espace dédié aux informations comme une suite de passages denses et moins denses. Il crée une architecture décorative susceptible de faciliter la lisibilité des textes et des statistiques; une architecture rappelant les éléments spatiaux, cubes et surfaces de plexiglas et d'aluminium avec lesquels il propose des installations dans les expositions et qui suscitent des discussions sur la réalité et l'utopie. En tant qu'artiste concepteur, il interroge ainsi la fonction du design et de l'art comme embellissement de la réalité et notre valorisation de l'art en tant que plus-value esthétique.

Beatrix Ruf, Curatrice







## Résultats 2001

La 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 de plus de 50 pour cent, sont comptabilisées selon la méthode de la consolidation totale. Nos 50 pour cent de participation dans Times Ringier, Hongkong (jusqu'au 30 septembre 2001), dans SC Editura Bauer-Ringier SRL, Bucarest, et dans Sat.1 (Suisse) AG, Zoug, sont consolidés proportionnellement à la participation. Les résultats périodiques des principales participations minoritaires sont comptabilisés proportionnellement. Les présents comptes ne font toutefois pas mention des résultats de nos activités éditoriales au Viêt-nam et en Chine.


Le chiffre d'affaires total du groupe a augmenté, durant l'année faisant l'objet de ce rapport, de CHF 44.1 millions, soit 4,3 pour cent. Ce qui a été déterminant dans cette croissance, c'est l'augmentation des recettes d'impression due à la reprise, en milieu d'année, des deux imprimeries Druckerei Winterthur dw AG et ColorServ AG. L'environnement conjoncturel plus faible et ainsi la régression des dépenses publicitaires ont entravé les activités éditoriales notamment en Suisse, qui n'a enregistré qu'une hausse insignifiante des ventes. Ces mêmes raisons ont conduit, également dans les pays de l'Europe de l'Est, à un ralentissement notable de la croissance du chiffre d'affaires.

La hausse du prix des matières premières, les deux reprises d'imprimerie en Suisse, l'augmentation de l'effectif du personnel et la pression exercée sur les salaires par le marché ont entraîné un accroissement des dépenses de CHF 42.3 millions ou 4,7 pour cent. Les entreprises de Winterthur ainsi que les postes de Goodwill émanant d'autres acquisitions ont nécessité des amortissements nettement supérieurs. Le résultat net d'impôts a diminué de 31 pour cent, ce qui le porte à CHF 34.8 millions. Quant au cash flow, il a légèrement augmenté de 1,5 pour cent, passant à CHF 121.1 millions. La marge bénéficiaire de 3,3 pour cent est ainsi nettement inférieure à celle de l'année précédente qui a été de 5 pour cent. Le Cash flow en pour cent du chiffre d'affaires n'a régressé que de peu, à savoir de 11,7 pour cent durant l'année précédente à 11,4 pour cent durant l'exercice écoulé.

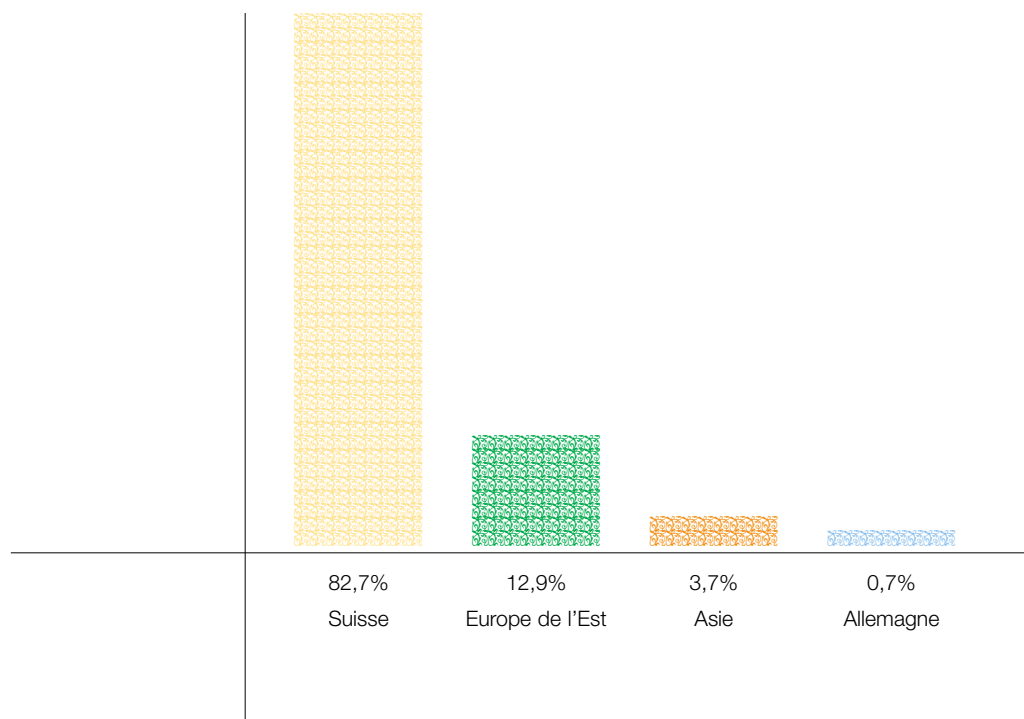
Les investissements ont été, avec CHF 102.2 millions, nettement inférieurs à ceux de l'année précédente qui étaient de CHF 157 millions. Le plus grand investissement individuel a été la reprise des immobilisations de l'imprimerie de journaux Ceska Typografie à Prague, en Tchéquie. Les investissements 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.



	mio. CHF 2001	mio. Euro 2001	mio. CHF 2000	Fluctuations en %
Chiffres d'affaires édition suisses	635.3	435.1	625.0	1,6
Chiffres d'affaires Europe	145.0	99.3	139.7	3,8
Chiffres d'affaires Asie	39.2	26.9	45.6	-14,0
Chiffres d'affaires Imprimerie Suisse	243.4	166.7	208.5	16,7
<hr/>				
Total	1062.9	728.0	1018.8	4,3
Cash flow	121.1	82.9	119.3	1,5
Cash flow en % du chiffre d'affaires	11,4		11,7	
Résultat net d'impôts	34.8	23.8	50.4	-31,0
Résultat net d'impôts en % du chiffre d'affaires	3,3		5,0	
Investissements	102.2	70.0	157.0	-34,9
<hr/>				
Personnel	6079		5184	17,3

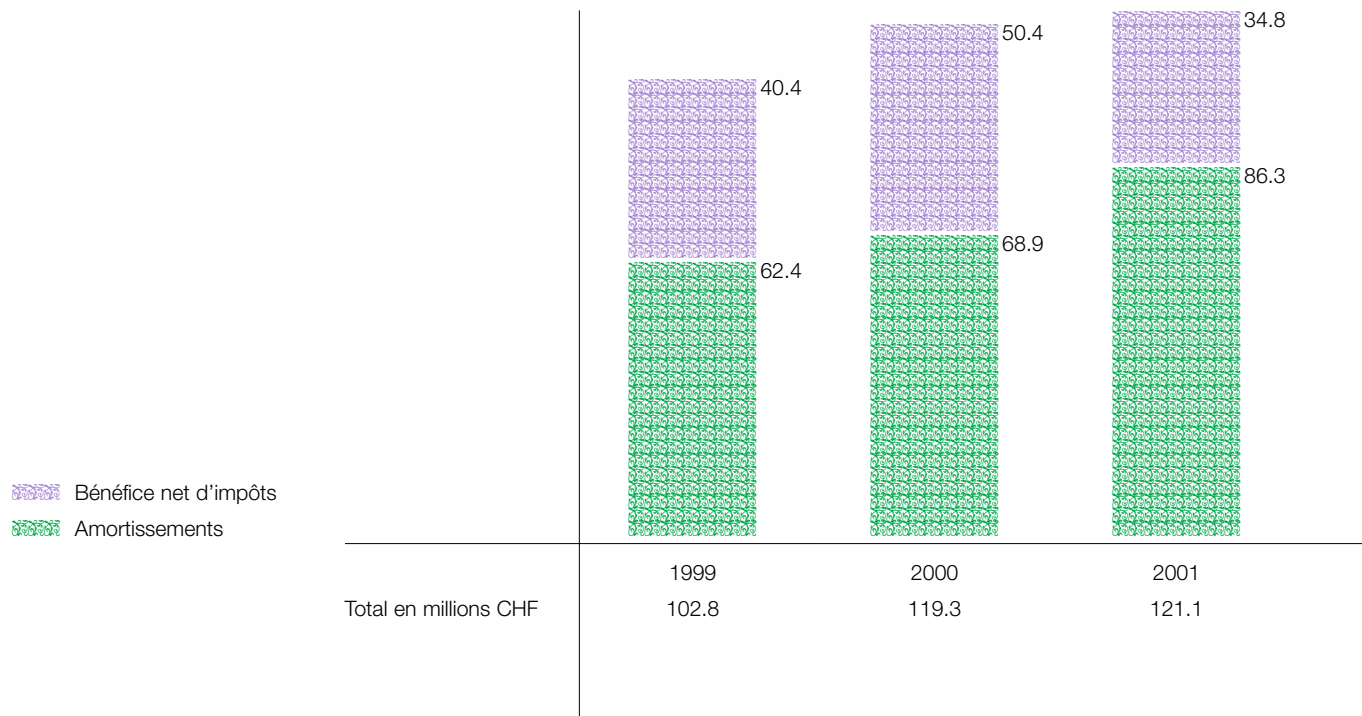
Compte de pertes et profits  2001

	mio. CHF 2001	mio. Euro 2001	mio. CHF 2000	Fluctuations en %
<b>RECETTES</b>				
Chiffres d'affaires	1062.9	728.0	1018.8	4,3
Magazines/journaux	602.7	412.8	605.8	-0,5
Travaux d'impression pour tiers	269.7	184.7	239.5	12,6
Médias électroniques	30.4	20.8	29.2	4,1
Betty Bossi	68.1	46.7	62.9	8,3
Divers	92.0	63.0	81.4	13,0
<hr/>				
<b>CHARGES D'EXPLOITATION</b>				
Personnel	360.1	246.6	334.3	7,7
Salaires	301.0	206.2	281.3	7,0
Charges sociales	44.3	30.3	38.5	15,1
Frais annexes	14.8	10.1	14.5	2,1
Matériel et prestations externes	290.0	198.6	259.8	11,6
Papier	149.0	102.1	129.7	14,9
Encres d'imprimerie	17.0	11.6	15.6	9,0
Autre matériel	15.3	10.5	20.5	-25,4
Prestations externes	95.7	65.5	83.5	14,6
Dépenses diverses	13.0	8.9	10.5	23,8
Rédaction, édition, transport et publicité	198.4	136.0	201.6	-1,6
Honoraires de rédaction	39.5	27.1	37.9	4,2
Frais de transport	77.6	53.2	86.6	-10,4
Dépenses publicitaires	65.2	44.7	61.5	6,0
Dépenses d'édition diverses	16.1	11.0	15.6	3,2
Dépenses générales	93.3	63.9	103.8	-10,1
Loyers, électricité, réparations, entretien	29.2	20.0	24.8	17,7
Frais de gestion	52.6	36.0	60.2	-12,6
Impôts et intérêts	11.5	7.9	18.8	-38,8
Charges d'exploitation totales	941.8	645.1	899.5	4,7
Cash flow	121.1	82.9	119.3	1,5
Amortissements	86.3	59.1	68.9	25,3
Résultat net d'impôts	34.8	23.8	50.4	-31,0





Cash flow  2001



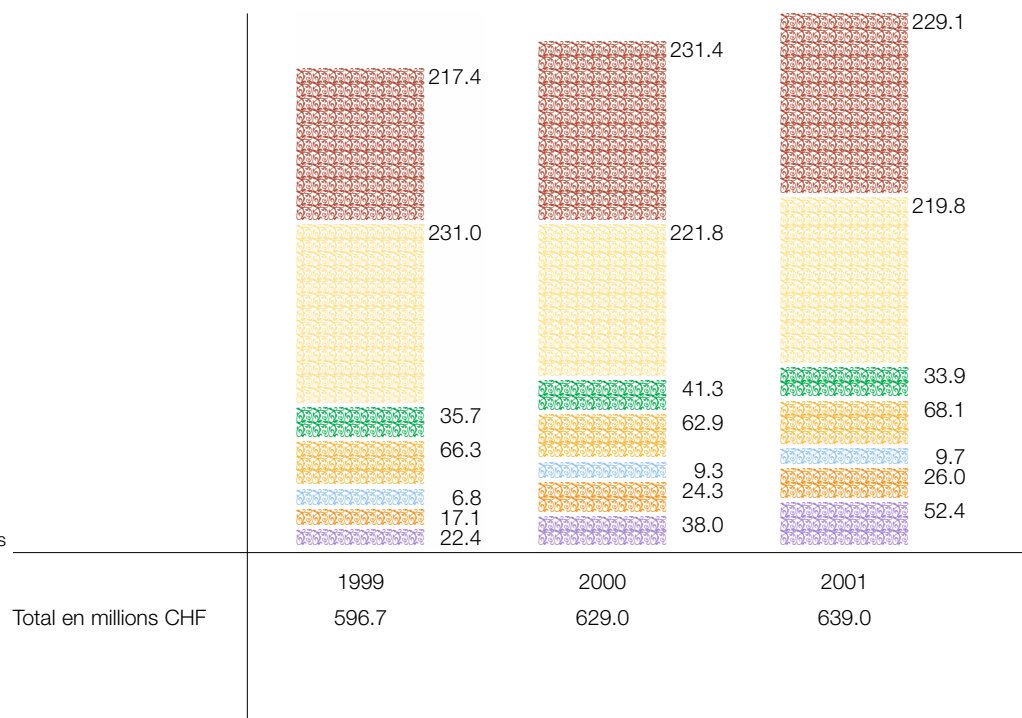
Le chiffre d'affaires des Editions Ringier Suisse (chiffres d'affaires non consolidés inclus) a, l'an passé, augmenté de dix millions de CHF, passant ainsi à CHF 639 millions – à notre avis, un résultat réjouissant en considération des problèmes du côté des annonces qui, dans le courant de l'année, n'ont fait que s'aggraver sur tous les marchés. Notamment le groupe du Blick s'est maintenu de façon merveilleuse – et ce sur le marché aussi bien des lecteurs que des annonces. C'est le journal économique Cash qui a le plus souffert du marasme publicitaire en essayant un revers.

Quant aux Editions Betty Bossi, elles ont enregistré une hausse notable de leurs ventes. Grâce à l'accord de partenariat conclu en décembre avec le groupe de magasins de vente au détail Coop, Betty Bossi connaîtra sans aucun doute un nouvel envol. Coop a repris 50 pour cent du capital que Ringier détenait dans Betty Bossi, premier fournisseur suisse de livres et d'articles consacrés à la cuisine.

Parmi les grands changements d'ordre organisationnel durant l'année 2001 figurent la création du nouveau département des médias économiques, dans lequel ont été transférés le journal Cash et la plateforme online Borsalino, la dissolution du département des Nouveaux Médias avec l'intégration de Blick Online dans le groupe du Blick et la nomination de trois nouveaux membres à la direction du groupe.

-  Magazines
-  Journaux
-  Médias économiques
-  Betty Bossi
-  Médias électroniques\*
-  Télévision
-  Divers

\* chiffres d'affaires non consolidés inclus





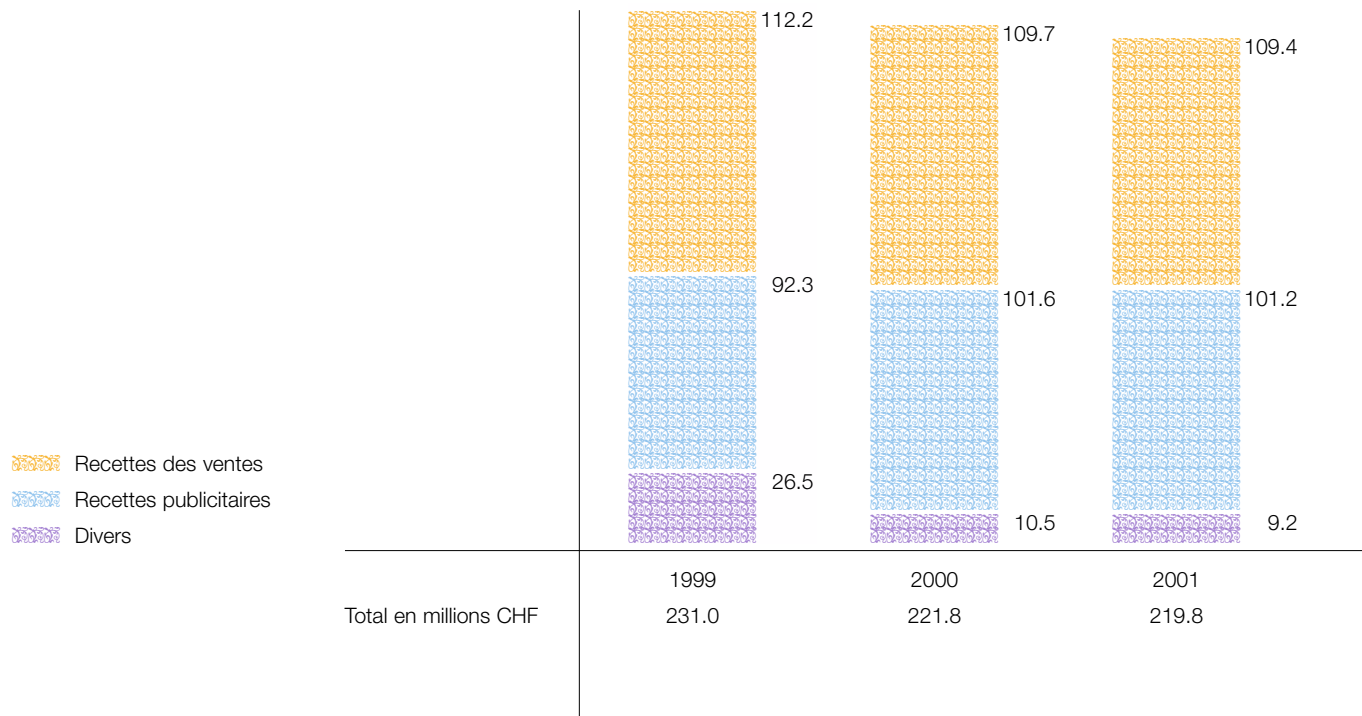
Le chiffre d'affaires du département des Journaux, sans le journal économique Cash qui, en 2001, fut intégré dans le nouveau département des Médias économiques, est resté pratiquement stable.

La baisse de CHF 2.1 millions est en grande partie due au fait que le chiffre d'affaires de Blick Online ne figura plus, l'an passé, dans le département des Journaux. La dissolution du département des Nouveaux Médias, fin 2001, conduisit au nouveau transfert, dès janvier 2002, de Blick Online dans le département des Journaux.

2001 fut pour le Blick et le SonntagsBlick, malgré la situation économique difficile sur le marché suisse, une année couronnée de succès. Le budget global fut légèrement dépassé. En matière de tirage, le Blick resta stable et étendit même sa position dominante par rapport à ses principaux concurrents pour ce qui est du nombre de ses lecteurs (MACH). Le SonntagsBlick réussit, une nouvelle fois, à augmenter son tirage et le nombre de ses lecteurs.

Dans le domaine des annonces, les deux titres subirent des pertes moindres que leurs concurrents, gagnant par là des parts de marché.

Chiffres d'affaires  des journaux



Les événements aussi bien nationaux qu'internationaux, qui se sont produits durant l'année 2001, ont également beaucoup influencé le marché des magazines, dont le chiffre d'affaires toutefois n'a baissé que légèrement. La régression était exclusivement due à l'émiettement des recettes des annonces.

Pour rendre justice à l'actualité, nous avons réagi avec souplesse en prenant position sur des points particuliers. Les suppléments thématiques n'ont pas seulement stabilisé le tirage vendu mais encore les ventes sur un marché publicitaire durement convoité.

Le Schweizer Illustrierte a réussi, grâce à une optimisation continue de son concept, à maintenir son million de lecteurs et à étendre en outre son tirage vendu. En Suisse romande, la relance de l'illustré a été très bien accueillie aussi bien par les lecteurs que par les annonceurs.

Le magazine multimédia Tele a introduit deux nouvelles rubriques Finance et Science. Le Magazine Gesundheit SprechStunde s'est prescrit une cure de jouvence saluée par son demi-million de lecteurs (étude MACH). Après avoir modernisé en douceur sa présentation, le GlücksPost a enregistré, précisément au kiosque, des ventes supérieures à la moyenne.

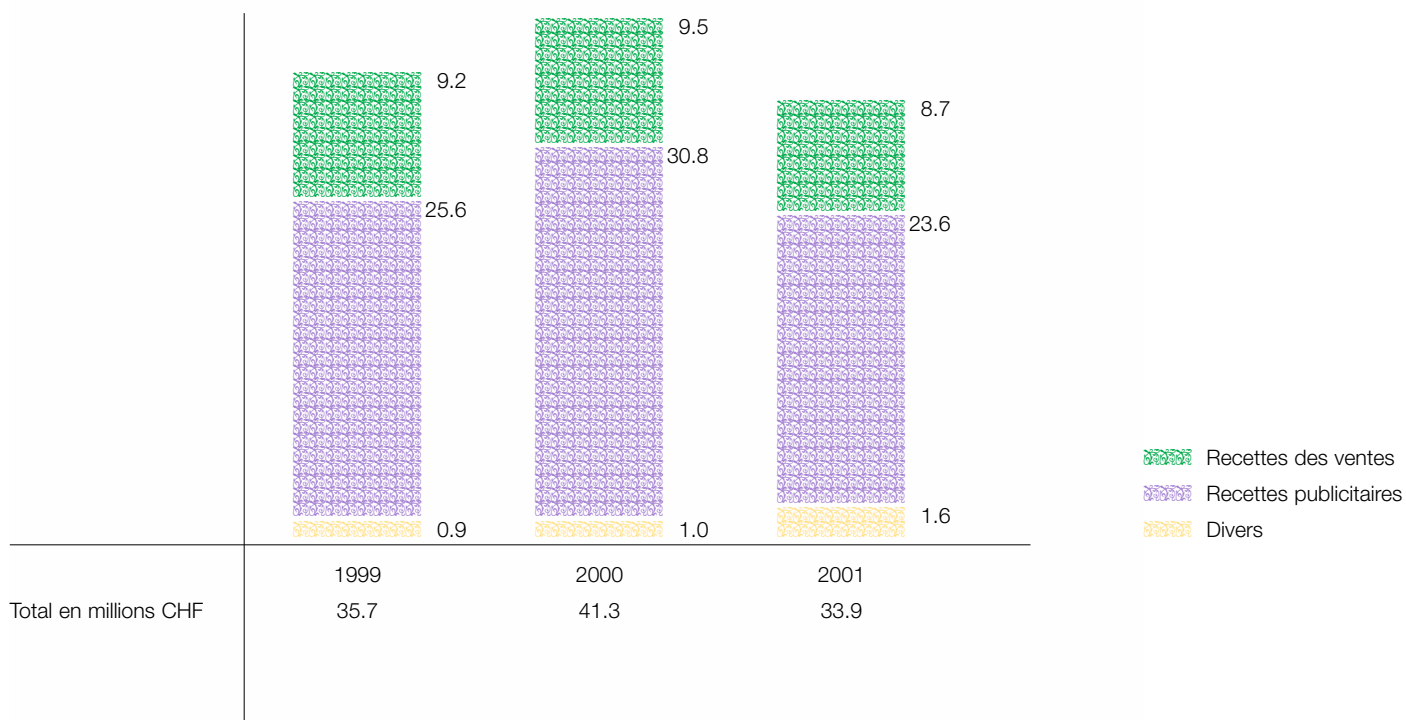
Chiffres d'affaires  des magazines



Cash, Cash-TV et Borsalino ont été regroupés, au printemps, au sein du nouveau département des médias économiques du groupe, ce qui devrait permettre de concentrer les compétences.

Le marasme boursier et économique n'a pas manqué de se répercuter également sur Cash, qui a enregistré une diminution du nombre de ses lecteurs et de ses annonces. Cash reste malgré tout et de loin le plus grand journal économique de Suisse. En revanche Cash-TV a connu, avec 17 pour cent d'augmentation du nombre des téléspectateurs, un développement réjouissant. Chaque dimanche, l'émission attire 87 000 intéressés par l'économie. Il en va de même pour Borsalino, dont le nombre d'utilisateurs et les recettes se sont accrus.

Chiffres d'affaires  Médias économiques





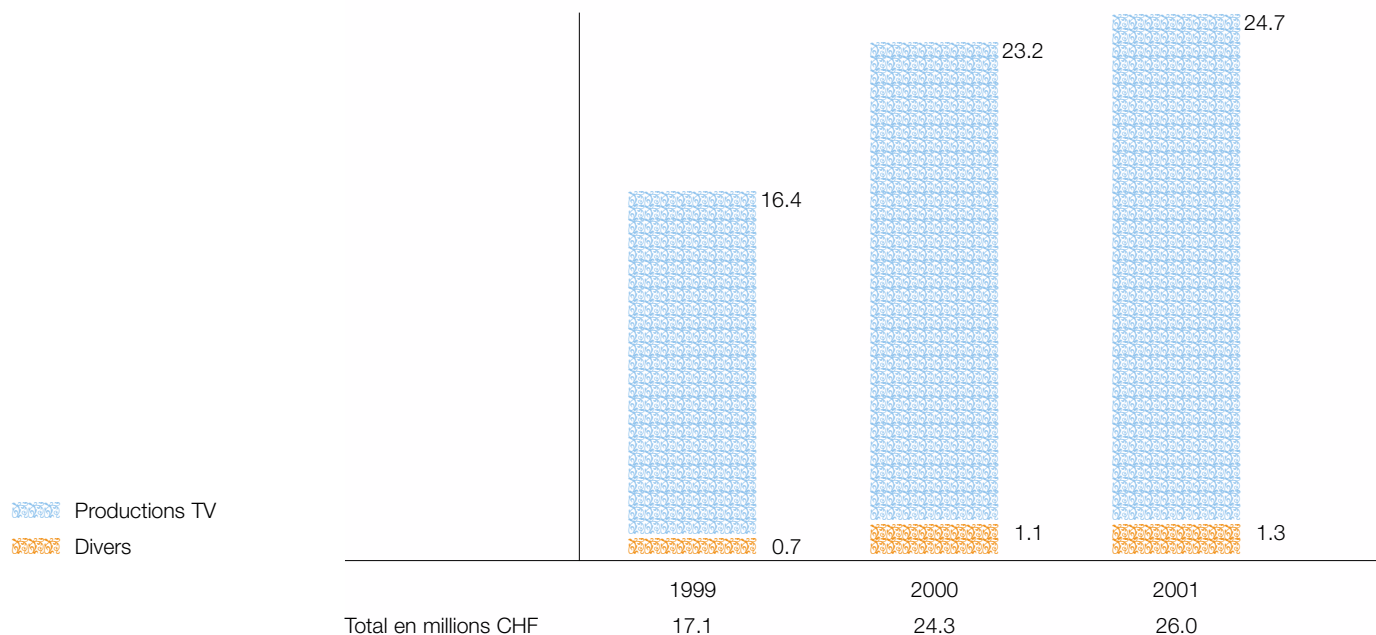
## RingierTV 2001

La stratégie prudente de Ringier dans le domaine télévisé s'est avérée payante. Alors que les deux stations TV3 de Tamedia et Tele24 de Roger Schawinski ont dû cesser d'émettre parce qu'elles étaient vouées à l'échec, RingierTV a pu étendre ses activités reposant sur plusieurs piliers. En plus des chiffres d'affaires indiqués, générés au titre de ses activités externes, RingierTV réalise des prestations internes à hauteur de CHF 9.1 mio.

Le 1<sup>er</sup> novembre 2001, le département TV a emménagé son studio à infrastructures étendues dans de nouveaux locaux à proximité immédiate de la Télévision suisse alémanique et rhéto-romane. RingierTV a produit, outre l'émission économique Cash-TV et l'émission sur l'automobile MotorShow tcs, les trois émissions régulières qui ont rencontré le plus de succès en dehors des émissions sportives sur SF2: Gesundheit SprechStunde, konsum.tv et la nouvelle émission culinaire al dente avec Betty Bossi. Les transmissions de matchs de football de RingierTV sur Sat.1 attirent le week-end de plus en plus de téléspectateurs.

RingierTV produit et développe sur DVD et CD-ROM, outre les programmes destinés aux chaînes de télévision classiques, des concepts pour toutes les plate-formes médiatiques, Internet et Intranet. Rincovision, le département des productions commerciales de RingierTV, réalise des concepts à la demande notamment dans la communication d'entreprise.

## Chiffres d'affaires RingierTV



Durant l'année 2001, Ringier Europe a, au moyen d'acquisitions, réussi à renforcer considérablement ses positions sur les marchés tchèque, slovaque et hongrois. De nos jours, Ringier vend près de 1,2 million de quotidiens sur ses quatre marchés étrangers. La fermeture de sa maison d'édition en Allemagne lui permet de se concentrer pleinement sur ces importants marchés d'Europe centrale et orientale.

En Tchéquie, le résultat s'est une nouvelle fois accru. Blesk s'est merveilleusement affirmé, malgré la venue d'un nouveau concurrent. Notre position sur le marché des journaux s'est en outre renforcée par l'acquisition de la majorité du seul quotidien sportif Ceskoslovensky Sport et, sur le marché des magazines TV, par l'achat de TV Revue. Dans ce segment, Ringier possède à présent trois hebdomadaires et deux suppléments. Dans le domaine de l'imprimerie, Ringier Print a.s. à Ostrava a amélioré son résultat; grâce à l'achat d'une grande imprimerie de journaux à Prague qui, dès mars 2002, assurera l'impression de l'édition de Blesk, nous continuons à accroître la compétitivité de Blesk.

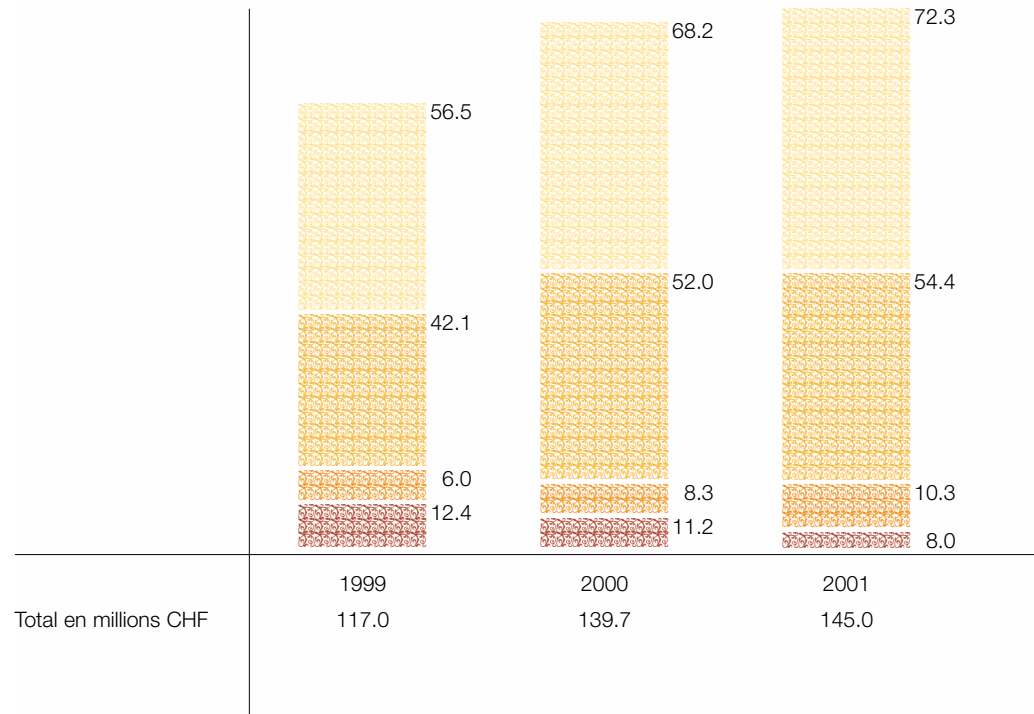
En Slovaquie, la participation (49 pour cent) dans le plus grand journal slovaque Novy Cas (plus d'un million de lecteurs) et l'accord de fusion des activités éditoriales entre Ringier et Gruner + Jahr ont fait date.

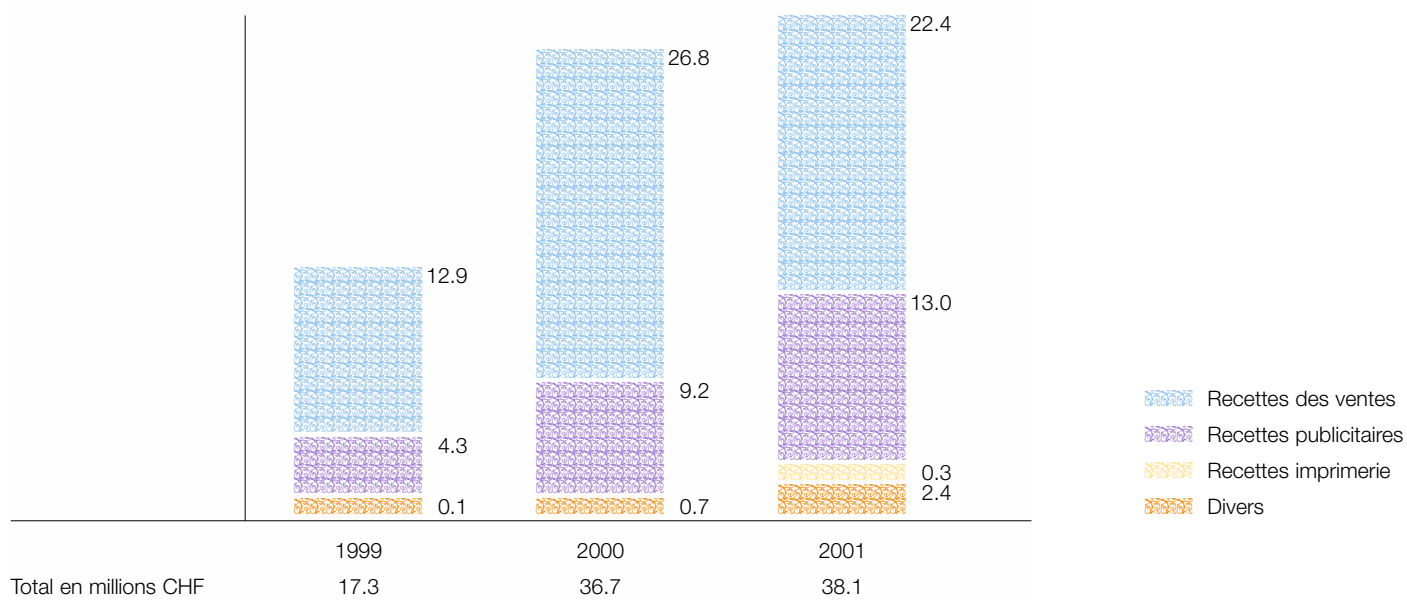
La fusion réussie entre Blikk et Mai Nap, en Hongrie, a conduit à une augmentation du tirage de 75 pour cent en moyenne par an. Avec plus de 760 000 lecteurs, Blikk est devenu le journal le plus lu du pays. Les résultats sont plus rapides et meilleurs que prévu. Le pas le plus décisif de l'année a été, en décembre, la reprise de 49,9 pour cent de Nepszabadsag de Gruner + Jahr, premier titre de qualité hongrois tirant à environ 200 000 exemplaires.

En Roumanie, Ringier a atteint son meilleur résultat de tous les temps avec Libertatea, qui a augmenté son tirage vendu de 58 pour cent en moyenne par an et a déjà pris place au deuxième rang parmi les quotidiens roumains.

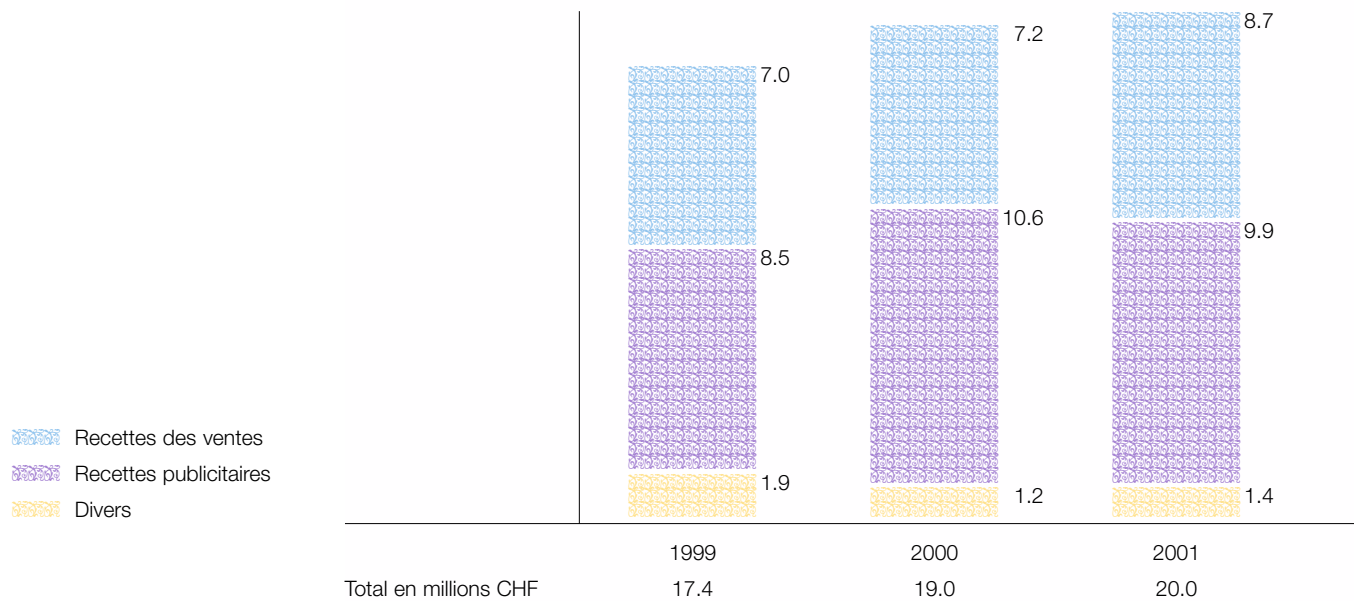
Chiffres d'affaires  Europe

- Recettes des ventes
- Recettes publicitaires
- Recettes imprimerie
- Divers

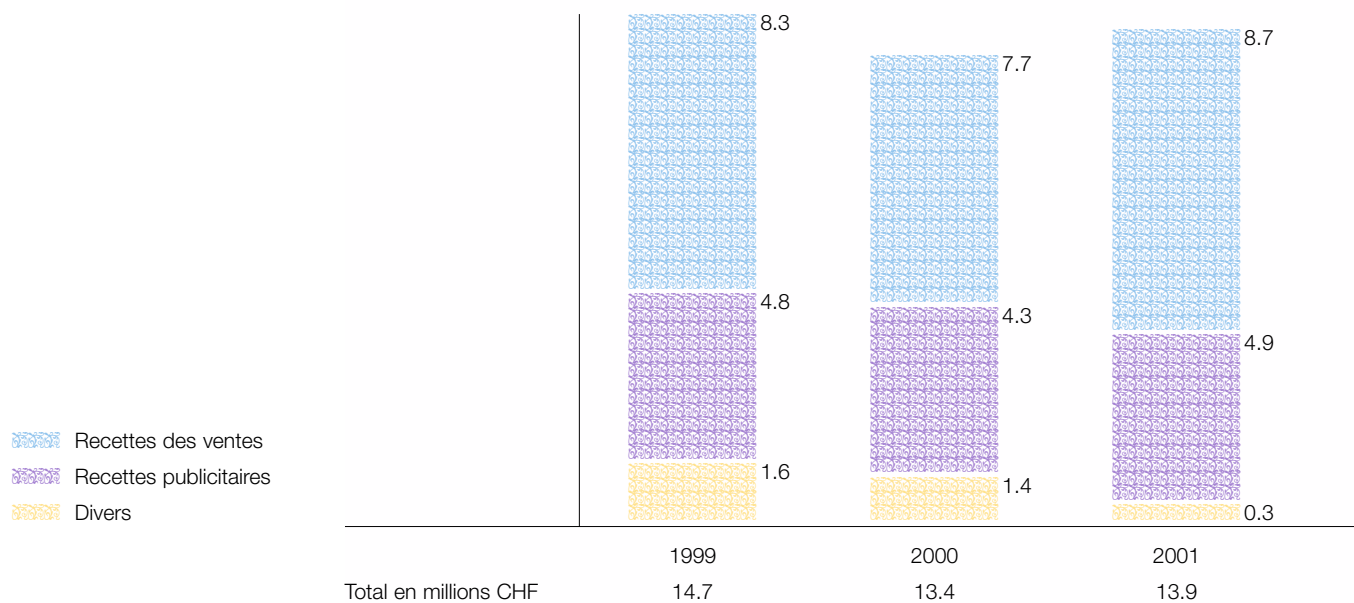




Chiffres d'affaires  Roumanie

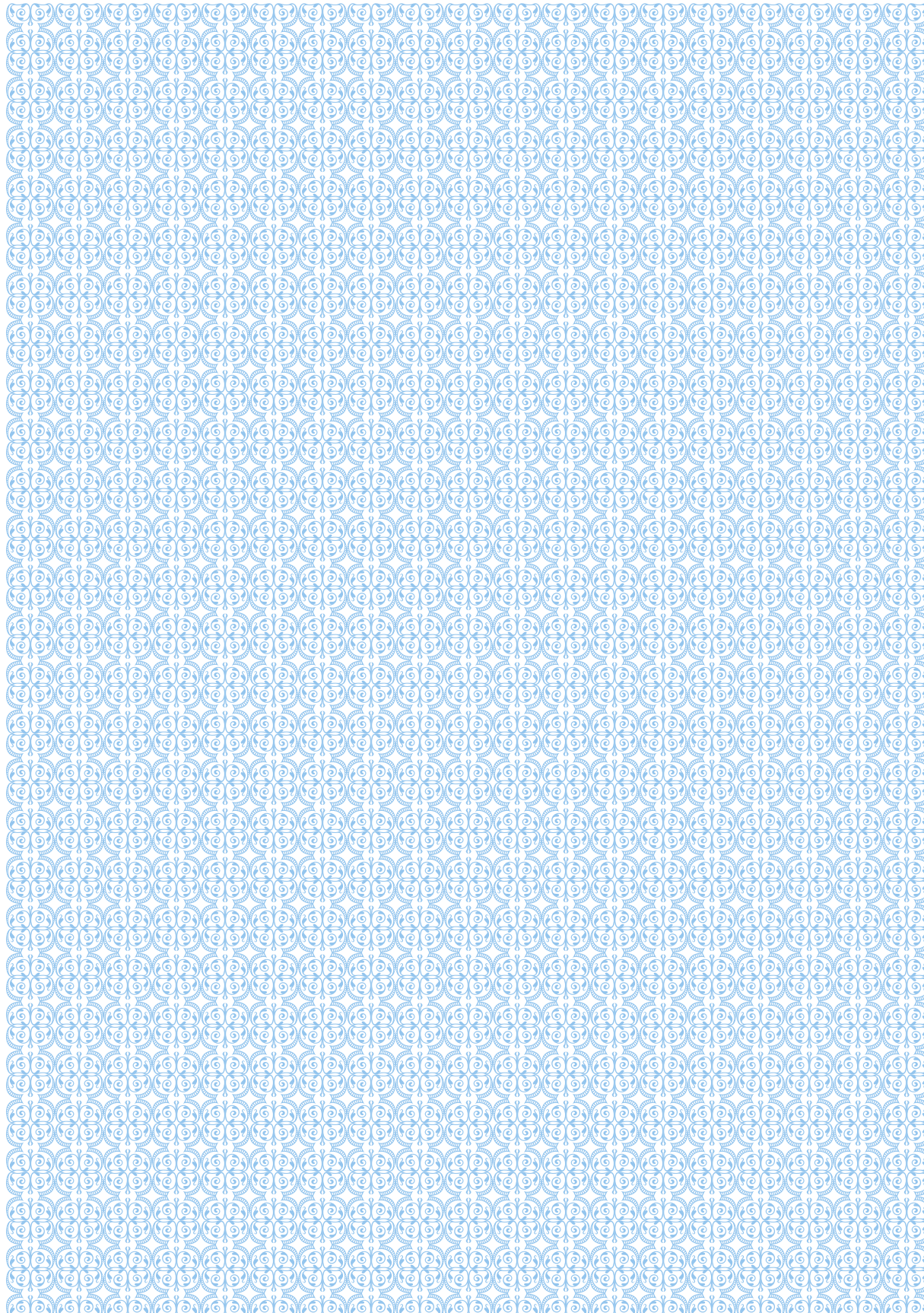


Chiffres d'affaires  Slovaquie









Sans se laisser impressionner par les fréquents signes d'une récession généralisée aux quatre coins du monde, la Chine a enregistré, également en 2001, une croissance économique de 7,3 pour cent. Nous pouvons donc nous estimer satisfaits de nos activités éditoriales dans ce pays.

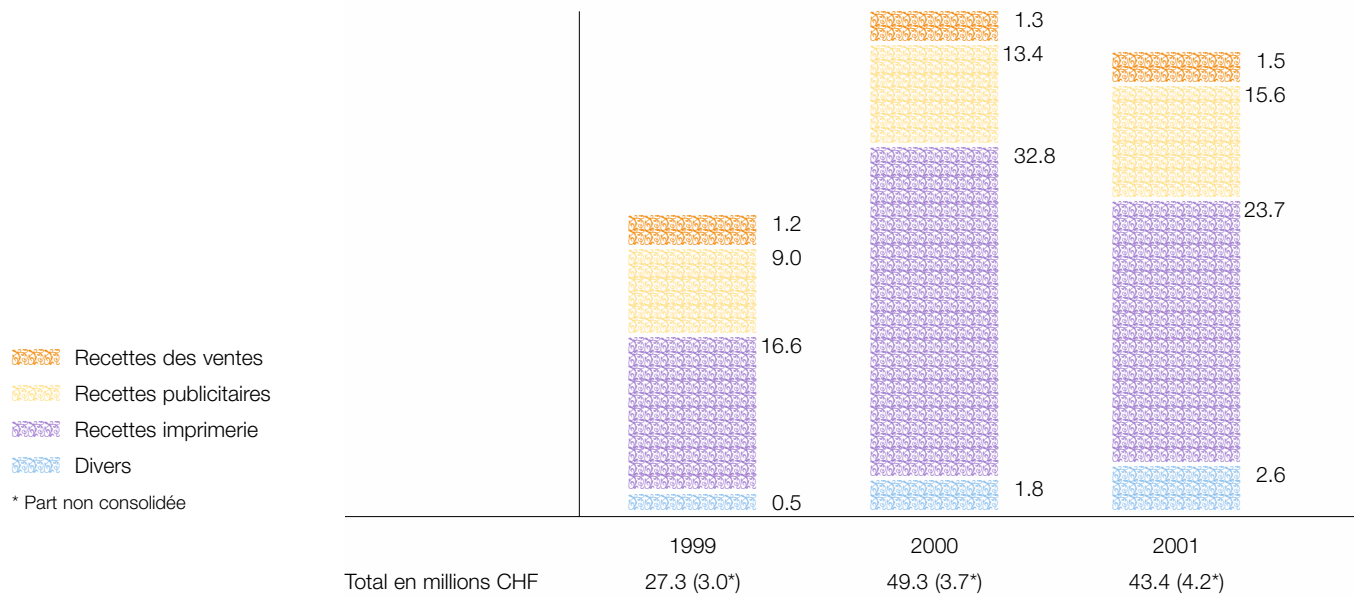
Le groupe de magazines spécialisés, dont le nombre l'an dernier est passé de neuf à onze titres, a accru ses recettes de plus de 40 pour cent. Il en va de même pour Asia Inflight, qui, à la demande des autorités chinoises de navigation aérienne, publie un magazine de bord à l'intention de 16 compagnies d'aviation chinoises. Asia Inflight a une nouvelle fois battu un record. China International Business a, en effet, réussi, à augmenter de plus de 80 pour cent les recettes de ses annonces. Ce titre publié en langue anglaise a ainsi atteint son point mort, ce qui lui permet de regarder l'avenir avec sérénité.

Ringier a, l'an passé, accru de 50 à 100 pour cent ses parts dans l'imprimerie Times Ringier de Hong-kong et, après une restructuration réussie, pourra à nouveau produire de bons résultats qui viendront s'ajouter aux affaires asiatiques.

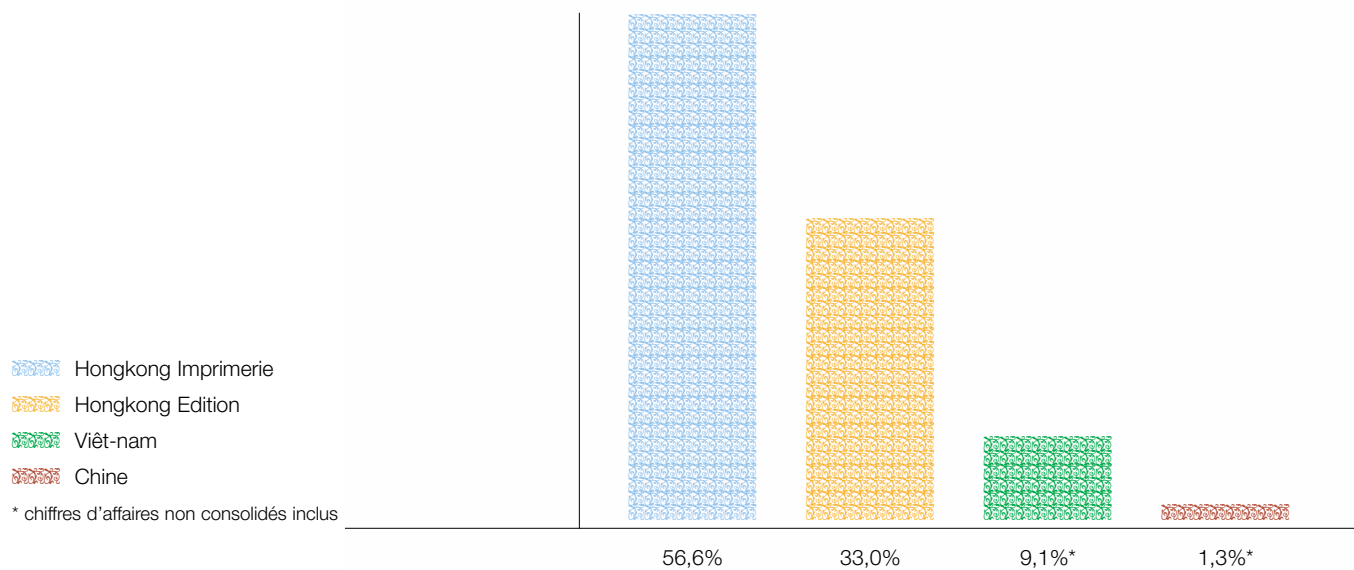
Le Viêt-nam n'arrive toujours pas à attirer les capitaux étrangers. Nos activités ont malgré tout atteint un cash flow positif. Ringier coopère avec deux éditeurs vietnamiens pour la publication de cinq titres.

Durant l'année 2002, nous nous consacrerons plus particulièrement à la Chine qui actuellement progresse vers l'ouverture du marché des médias pour les investisseurs étrangers. Nous cherchons en cela à appliquer notre savoir-faire acquis durant ces dernières années et à développer progressivement nos activités.

Chiffres d'affaires  Asie



Parts de chiffres d'affaires  Asie



Dans le domaine de l'imprimerie en Suisse, l'année 2001 aura été marquée par des activités intenses ayant connu trois points forts: tout d'abord la reprise, en milieu d'année, de la Druckerei Winterthur dw AG comptant plus de 300 postes de travail et réalisant environ CHF 60 millions de chiffres d'affaires par an. L'exploitation se poursuivra jusqu'à l'automne 2003 avant d'être intégrée aux activités de Ringier Print Zofingue.

Deuxième étape importante: l'entrée en fonction de la nouvelle rotative offset de 48 pages de Koenig & Bauer en septembre. L'entreprise de Zofingue manifesta ainsi sa volonté, en qualité de premier centre d'impression de Suisse, de se développer également en ce domaine.

Comme troisième point fort, mentionnons les efforts couronnés de succès dans l'imprimerie de journaux à Adligenswil parvenue à exploiter pratiquement à 100 pour cent les capacités journalières avec des produits de tiers.

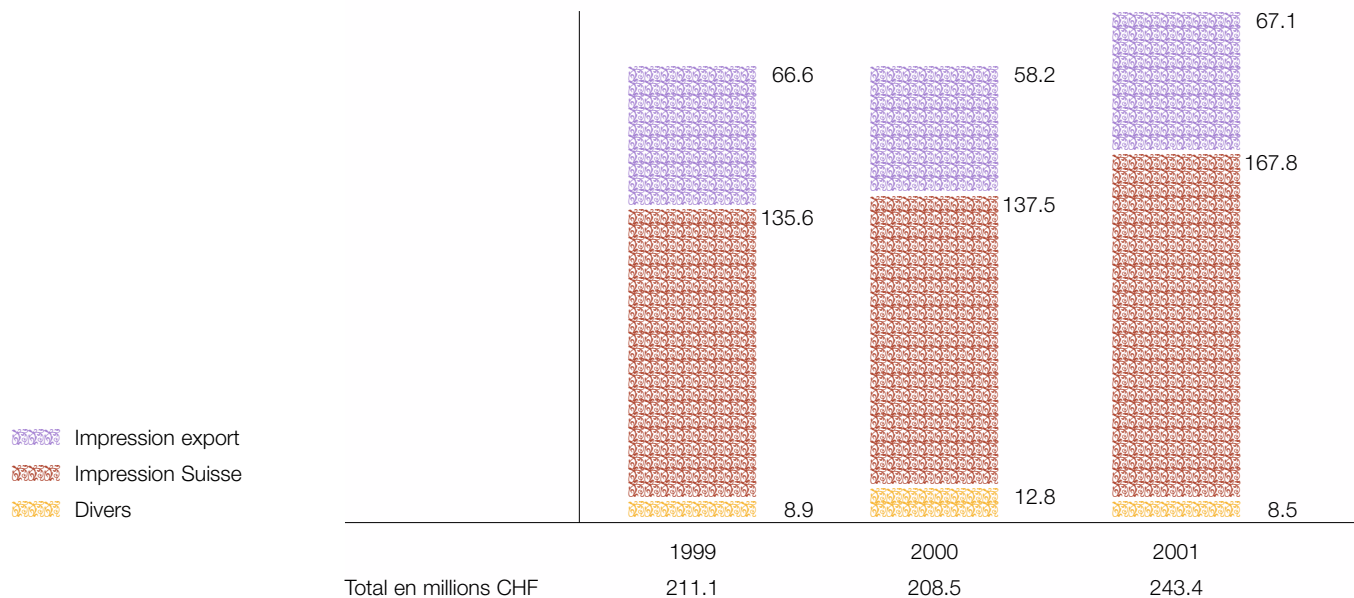
L'augmentation du chiffre d'affaires global de CHF 365.6 à 396.9 millions ou 9 pour cent par rapport à l'année précédente est à reporter à l'intégration de l'imprimerie de Winterthur. Les recettes externes pour les travaux à compte de tiers sont passées de CHF 208.5 à 243.4 millions, soit une hausse de 17 pour cent. Dans l'imprimerie de Zofingue, la part des éditions propres s'élève encore, avec quelque CHF 74 millions, à 32 pour cent (contre 34 pour cent l'année précédente). Pour ce qui est de l'impression de journaux à Adligenswil, le taux de pourcentage correspondant est d'environ 60 pour cent.

Les résultats de l'an passé n'ont, en revanche, pas pu être maintenus. Les lourds défis organisationnels et techniques durant la seconde moitié de l'année ont laissé des traces négatives. Les raisons en sont les 3 pour cent d'augmentation des coûts salariaux dans les anciennes entreprises du groupe à raison d'un effectif de personnel pratiquement égal, les frais supplémentaires dans l'imprimerie de Winterthur ainsi que le développement peu favorable des prix comme conséquence de surcapacités en particulier dans les pays étrangers voisins. L'année 2002 sera entièrement placée sous le signe de la transition jusqu'à l'entrée en fonction de la deuxième grande installation à Zofingue en 2003 et l'intégration de l'exploitation de Winterthur. Quant à l'imprimerie de journaux à Adligenswil, elle s'attaque aux travaux préliminaires susceptibles de lui assurer un positionnement à long terme.

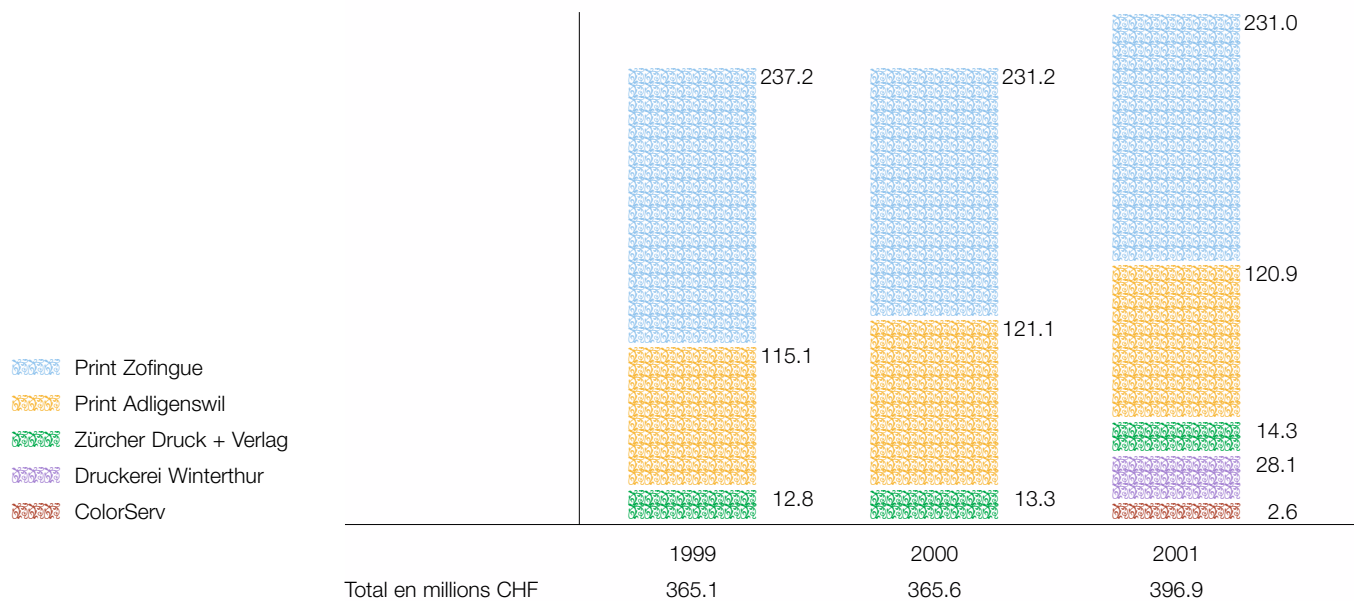
	mio. CHF 1999	mio. CHF 2000	mio. CHF 2001
Productions imprimerie			
Chiffres d'affaires	365.1	365.6	396.9
Travaux pour tiers	211.1	208.5	243.4
Editions propres	154.0	157.1	153.5
Plus-value	202.5	198.6	213.6
Coûts du personnel	122.8	123.8	139.7



Chiffres d'affaires  imprimerie tiers



Total chiffres d'affaires  par site



La reprise de l'imprimerie Druckerei Winterthur dw AG et de ColorServ AG par Ringier Print posa pour l'Human Resources Management un nouveau et lourd défi. Il a fallu intégrer quelque 300 collaborateurs et élaborer des solutions à long terme pour tous dans le but de maintenir, jusqu'à fin 2003, la production à Winterthur. Tous les thèmes importants ont été traités lors de nombreux entretiens individuels et dans le cadre d'informations de groupe: attentes et sensibilités des différents membres du personnel, perspectives et chances, possibilités et risques. La priorité a été donnée à l'élaboration d'un concept social. Dans les négociations avec les partenaires sociaux la préoccupation principale était d'éviter ou d'adoucir les coups durs aussi bien sur le plan humain qu'économique et de trouver pour tous les collaborateurs un poste de travail convenant à leurs aptitudes et répondant à leurs souhaits.

Toutes les négociations et séances d'information ont été coordonnées au sein de l'équipe du «Projet Winterthur», en collaboration avec les supérieurs, la commission d'entreprise et les autorités de la ville de Winterthur. La prochaine étape consistera à traiter en temps utile les thèmes relatifs à la formation et au perfectionnement, à la retraite anticipée, au changement de poste à l'intérieur de Ringier et à la possibilité de continuer à travailler à Winterthur. Ceci en ayant conscience que seule une parfaite satisfaction du personnel permettra de répondre aux exigences élevées que les clients posent à l'imprimerie de Winterthur.

La structure en dehors de la Suisse montre de plus grandes fluctuations de l'effectif du personnel. En Tchéquie, de nouveaux collaborateurs ont pu être engagés à la suite de la reprise d'une imprimerie et d'un journal sportif. Quant à l'augmentation de l'effectif du personnel en Hongrie, elle est à attribuer à la reprise du journal Nepszabadsag.

Structure du personnel  2001

	2001	2000	1999
Ringier Edition	1936	1856	1754
Ringier Print Adligenswil	503	533	509
Ringier Print Zofingue	967	968	959
Zürcher Druck + Verlag	67	68	66
Betty Bossi Verlag	70	60	51
Druckerei Winterthur	328	–	–
ColorServ	42	–	–
<hr/>			
Ringier Suisse	3913	3485	3339
Allemagne	20	20	19
Asie	416	305	224
Hongrie	750	590	238
Roumanie	230	230	513
Slovaquie	100	104	152
Suisse	3913	3485	3339
Tchéquie	650	450	531
<hr/>			
Ringier AG	6079	5184	5016

Ringier AG Propriétaires	Ringier AG Conseil d'administration	Ringier AG Direction du groupe
Evelyn Lingg-Ringier	Dr. Uli Sigg Président	Michael Ringier Président
Annette Ringier	Dr. Gustav E. Grisard Vice-président	Martin Werfeli Vice-directeur, COO Finances, Services d'édition Technique & Informatique
Michael Ringier	Michael Ringier Délégué	Gérard Geiger Magazines
	Oscar Frei Membre	Silvia Lepiarczyk Europe
	Jan O. Frøshaug Membre	Thomas Trüb Médias économiques Pacific
	Dr. Hans-Olaf Henkel Membre	Bernhard Weissberg Journaux
	Martin Werfeli Secrétaire	Fridolin Luchsinger Secrétaire général

Ringier AG Services	Ringier Print Holding AG Conseil d'administration	Ringier Print Holding AG Direction commerciale
<p>Caterina Ammann Juridique</p> <p>Myrta Bugini Communication</p> <p>Jean-Luc Mauron Ressources humaines</p> <p>Frank A. Meyer Projets journalistiques</p> <p>Jacques Pilet Développement médias</p>	<p>Michael Ringier Président</p> <p>Peter Karlen Membre</p> <p>Martin Werfeli Membre</p>	<p>Dr. Hans Jakob Strickler Ringier Print Holding AG et Ringier Print Zofingen AG</p> <p>Karl Lehmann Ringier Print Adligenswil AG</p> <p>Urban Möll Zürcher Druck + Verlag AG</p>
<p>Hans Jürg Deutsch Télévision</p>		



Betty Bossi et Coop ont conclu, à l'automne 2001, un partenariat stratégique dans lequel le groupe de commerces de détail reprit 50 pour cent des Editions Betty Bossi SA, Zurich, après l'acquisition, au printemps 2001, par Ringier des 20 pour cent de parts minoritaires restantes.

Dans le cadre de l'épuration du portefeuille des activités de New Economy, Ringier reprit les parts du partenaire dans ad pepper media Switzerland SA, Zurich, augmenta ses parts dans Spielberg Institut AG, Soleure – fournisseur d'informations boursières pour les investisseurs privés suisses sous [www.borsalino.ch](http://www.borsalino.ch) – à nouvellement 98,66 pour cent et renforça sa position dans la SMI Schule für Medienintegration AG, Zofingue, moyennant 85 pour cent. La Human Line AG, Rickenbach – bourse d'emplois électronique sur le Web – fusionna en fin d'année avec d'autres prestataires de services Internet pour devenir TopJobsScout24 Schweiz AG, Uitikon, société dans laquelle Ringier détient 30,23 pour cent de parts.

Avec la reprise de l'imprimerie Druckerei Winterthur dw AG et de ColorServ AG, Ringier renforça considérablement sa position sur le marché hautement convoité en Suisse des travaux d'impression à compte de tiers. En début d'année 2001, Ringier acquit en outre la société Specter GmbH, Zurich, entreprise travaillant dans le domaine pré-presse.

Addictive Productions AG, Zurich	100%
Druckerei Winterthur AG, Winterthour	100%
ColorServ AG, Winterthour	100%
Fastnet SA, St-Sulpice	100%
Investhaus AG, Zurich	100%
Mediamat AG, Zurich	100%
Rincovision AG, Zurich	100%
Ringier Print Adligenswil AG, Adligenswil	100%
Ringier Print Holding AG, Zurich	100%
Ringier Print Zofingen AG, Zofingue	100%
Zürcher Druck + Verlag AG, Zoug	100%
Spielberg Institut AG, Soleure (Borsalino)	98,66%
Prevision AG, Zofingue	85%
SMI Schule für Medienintegration AG, Zofingue	85%
Betty Bossi Verlag AG, Zurich	50%
Sat.1 (Schweiz) AG, Zurich	50%
Neue Luzerner Zeitung AG, Lucerne	49%
2R Media SA, Locarno	45%
Pressevertriebs GmbH, Lucerne	33%
SMD Schweizer Mediendatenbank AG, Zurich	33%
TopJobsScout24 Schweiz AG, Uitikon	30,23%
PresseTV AG, Zurich	30%
Netpooler AG, Mollis	25%
PrintOnline AG, Schlieren	25%
EPS Programm Service AG, Zurich	20%
Le Nouveau Quotidien ERL SA, Lausanne	20%
Schober Direct Media AG, Bachenbülach	20%
Teleclub AG, Zurich	20%
Radio Pilatus AG, Lucerne	18%
Good News Productions AG, Zurich	5%

## Principales participations Europe et Asie

Ringier et Gruner + Jahr AG & Co., Hambourg, convinrent fin 2001 d'une collaboration étroite en Tchéquie et en Slovaquie dans le cadre d'un partenariat. Gruner + Jahr prit une participation de 23,44 pour cent dans Ringier Nederland B.V., Amsterdam, regroupant les activités de Ringier dans ces pays. En contrepartie, Ringier reprit 49,9 pour cent dans Nepszabadsag RT, Budapest, maison d'édition publiant le premier quotidien de même nom de Hongrie. Avec l'acquisition de 51 pour cent dans Ceskoslovensky Sport s.r.o., Prague, éditeur du seul quotidien sportif de Tchéquie, Ringier continua à renforcer sa position sur le marché.

Durant l'été 2001, Ringier se sépara de sa participation minoritaire de 20 pour cent dans Communicate Ltd., Hongkong, maison d'édition publiant sur contrat. Après la reprise de notre partenaire de longue date Times Publishing Singapore par un investisseur étranger à la branche, Ringier décida d'exercer les droits prévus en pareils cas et acquit 50 pour cent dans l'imprimerie Times Ringier (HK) Ltd., Hongkong.

B.V. Tabora, Amsterdam	100%
Halvidar B.V., Amsterdam*	100%
Ringier France SA, Paris	100%
Ringier Pacific Ltd., Hongkong**	100%
Ringier Publishing GmbH, Munich	100%
Times Ringier (HK) Ltd., Hongkong	100%
Ringier (Nederland) B.V., Amsterdam***	76,56%

\* Activités éditoriales en Hongrie et Roumanie

\*\* Activités éditoriales en Asie

\*\*\* Activités éditoriales en Tchéquie et Slovaquie

Les médias conditionnent la société. Apparaître sur cette scène donne le sentiment d'exister. Quiconque accède à cette notoriété devient une personnalité. Les médias sont omniprésents. Dès lors ils paraissent omnipotents. Avec quelle légitimité?

La société assigne-t-elle une mission aux médias au-delà de la transmission d'informations? Cette mission ne consisterait-elle pas à servir la liberté? Mais de toute façon, nous nous sentons déjà libres. Cette tâche serait-elle ainsi devenue superflue?

La défense de la liberté continue cependant d'être la première tâche confiée aux médias. Certes, le totalitarisme communiste appartient au passé. Les dictatures qui subsistent restent dangereuses par la terreur qu'elles exercent. Mais dans leur isolement, elles deviennent exotiques, des îles perdues. Et, dans les nations démocratiques, les pouvoirs d'Etat se gardent d'attenter à la liberté de presse, à celle donc des journalistes, des citoyennes et des citoyens.

Pourtant, en Italie, un maître des médias, en la personne de Silvio Berlusconi, a soumis la démocratie à son pouvoir. Comment cela fonctionne-t-il? L'emprise de cet homme sur les stations de télévision privées, sur les journaux et les magazines, sur les maisons d'édition de livres, sert le pouvoir politique de... Berlusconi. Le pouvoir médiatique se confond ainsi avec le pouvoir politique et devient un super-pouvoir.

Contrairement à la situation des Etats autoritaires classiques, en Italie, les structures démocratiques demeurent. Seule est supprimée la distinction entre le pouvoir médiatique comme quatrième pouvoir, d'une part, et le pouvoir étatique, d'autre part. Il n'existe aucun remède constitutionnel contre cette symbiose fatale, puisque ce quatrième pouvoir n'est pas un pouvoir constitutionnel.

Libres comme ils doivent l'être, les médias plongent leurs racines dans la société civile. Ils ne relèvent pas des institutions constitutionnelles de l'Etat de droit démocratique. En vérité, ils sont propriété des citoyennes et des citoyens, ils sont administrés à titre fiduciaire par les éditeurs et les journalistes. Le risque d'abus de pouvoir des médias fait ainsi, elle aussi, partie de la liberté médiatique.

Qui se dresse contre les abus, contre les manipulations, contre les abus de pouvoir de ce Grand Moghol médiatique qui cherche à gagner la toute puissance au sein de l'Etat? En Italie, les journalistes de Berlusconi participent au jeu du pouvoir de leur maître et seigneur. Et ils sont des milliers, dans les journaux comme dans les magazines, à la télévision comme sur les pages Internet, dans l'information ou dans les reportages, à la radio ou dans les jeux télévisés. Les programmes de divertissement servent tout particulièrement à la déification du maître.

Dans les années nonante, bon nombre, trop de gens de médias ont perdu le sens du discours de la liberté. L'implosion du totalitarisme communiste les a peut-être grisés. Soudain, la liberté était par-

tout. L'enjeu suprême du travail journalistique parut dégagé de toute menace: il ne fallait plus lutter contre rien.

Beaucoup se sont soudain enivrés du pouvoir que leur donnait la mondialisation médiatique, la présence arrogante des médias aux quatre coins du globe, vingt-quatre heures sur vingt-quatre. N'étaient-ils pas – ne sont-ils pas! – les vrais maîtres de l'univers? La lumière des projecteurs de la télévision n'est-elle pas une nouvelle lumière solaire? Les uns dans la lumière, les autres dans l'obscurité; et ceux qui sont dans l'obscurité restent invisibles. C'est donc dans la lumière des médias que se trouve la vraie réalité.

Le développement des médias libres date de la lutte contre le savoir dominateur, contre l'obscurantisme, contre le pouvoir autoritaire. Ils ont toujours trouvé leur légitimité dans leur engagement pour une société ouverte et pour une société équitable, condition même de la société libre et moderne. Ce fut, ce serait leur raison d'être.

A présent, les médias gèrent leur propre savoir en dominateurs. Ils ont soudain pris le pouvoir sur la réalité. Autrefois, pour gagner le pouvoir, la Bastille ou le Palais d'hiver ont dû être assaillis. Aujourd'hui, les assoiffés de puissance convoitent les maisons d'édition et les stations de télévision.

Déambulation sur le fil entre commerce et culture, les affaires de l'éditeur classique passent de plus en plus au service des magnats. Une profession disparaît: celle de l'éditeur soucieux de sa responsabilité sociale. Une profession est en danger: celle du journaliste qui s'engage pour la liberté. L'Italie serait-elle un modèle de médiocratie autoritaire?

Frank A. Meyer

Suisse  2002


	*Tirage
Betty Bossi	920 000
Blick	309 309
Cash	71 771
dimanche.ch	45 033
edelweiss	25 200
Gesundheit SprechStunde	76 131
GlücksPost	170 028
il Caffè (gratuit)	43 587
L'Hebdo	55 890
L'Illustré	98 210
Montres Passion/Uhrenwelt	90 000
Schweizer Illustrierte	253 265
SonntagsBlick	335 777
Tele	227 539
TV täglich	**1 362 289
TV8	56 324

\* REMP 2001

\*\* pas contrôlé par REMP

Asie  2002

	Tirage
Chine	
CAAC Inflight Magazine	400 000
China International Business	30 000
Ringier Trade Publishing Ltd: 11 publications spécialisées	
Viêt-nam	
The Guide	30 500
Thời báo Kinh tế Vietnam	38 000
Tu vấn tiêu Dùng	35 000
Thời Trang Trẻ New Fashion	45 000
Vietnam Economic Times	20 000

Europe de l'Est  2002

	Tirage
Hongrie	
Magyar Hirlap	35 267
Blikk	205 000
Nemzeti Sport	92 098
Nepszabadsag	198 559
Tele Super	–
Vasarnapi Blikk	170 000
Roumanie	
Bravo	77 000
Capital	40 000
Libertatea	123 556
Libertatea Weekend	236 500
Lumea Femeilor	97 000
TVmania	105 000
Unica	72 000

Slovaquie

Euro Televizia	165 000
Eva	60 000
Novy Cas	159 000
TeleMagazin	250 000
Rodina	75 000
Zivot	133 000

Tchéquie

abc	71 700
Blesk	325 000
Blesk Magazin	415 000
Nedelni Blesk	220 000
Ceskoslovensky Sport	62 612
Volno-Sport	62 612
Reflex	67 000
tv plus	182 000
Tydenik Televize	211 000
tv revue	140 000

Sites 🌐 45

Suisse 🇨🇭 2002

Ringier AG  
Dufourstrasse 23  
CH-8008 Zurich  
Téléphone +41 1 259 61 11  
Téléfax +41 1 259 86 35  
info@ringier.ch  
www.ringier.ch

Ringier Print Adligenswil AG  
Case postale 2469  
CH-6002 Lucerne  
Téléphone +41 41 375 12 53  
Téléfax +41 41 375 16 68  
marketingservice@ringier.ch  
www.ringierprint.ch

Ringier Print Zofingen AG  
Brühlstrasse 5  
CH-4800 Zofingue  
Téléphone +41 62 746 31 11  
Téléfax +41 62 746 36 16  
print.mkt@ringier.ch  
www.ringierprint.ch

Zürcher Druck + Verlag AG  
Riedstrasse 1  
CH-6343 Rotkreuz  
Téléphone +41 41 798 31 50  
Téléfax +41 41 798 31 55  
can@ringier.ch  
www.ringierprint.ch

Druckerei Winterthur dw AG  
Industriestrasse 8  
CH-8401 Winterthour  
Téléphone +41 52 235 71 71  
Téléfax +41 52 235 73 46  
info@dwag.ch  
www.dwag.ch

RingierTV  
Hagenholzstrasse 83b  
CH-8050 Zurich  
Téléphone +41 1 308 54 54  
Téléfax +41 1 308 54 50  
info@ringiertv.ch  
www.ringier.tv

Europe de l'Est 🇪🇺 2002

Contact en Suisse:  
Téléphone +41 1 259 63 38  
Téléfax +41 1 259 68 40  
suzanne.witschi@ringier.ch

Hongrie  
Ringier Kiado Kft.  
Szuglo utca 83-85  
HU-1141 Budapest  
Téléphone +36 1 460 24 00  
Téléfax +36 1 460 24 01  
kiado@ringier.hu

Roumanie  
Ringier Romania S.R.L.  
Fabrica de Glucoza nr. 5  
Sector 2, RO-Bucuresti  
Téléphone +40 1 20 30 800  
Téléfax +40 1 20 35 621

Slovaquie  
Euroskop-Ringier a.s.  
Pribinova 25  
SK-81937 Bratislava  
Téléphone +421 2 52 925 390  
Téléfax +421 2 52 964 995

Tchéquie  
Ringier CR a.s.  
Zerotinova 32  
CZ-130 00 Praha 3  
Téléphone +420 2 67 097 111  
Téléfax +420 2 67 097 718  
www.ringier.cz

Imprimeries:  
Ringier Print s.r.o.  
Novinarska 1254/7  
CZ-709 70 Ostrava  
Téléphone +420 69 666 81 11  
Téléfax +420 69 662 66 06  
ringierprint@ringierprint.cz

Image CR a.s.  
Cernokostelecka 145  
CZ-108 00 Praha 10  
Téléphone +420 2 57 223 299  
Téléfax +420 2 67 223 288

Asie 🌏 2002

Contact en Suisse:  
Téléphone +41 1 259 64 26  
Téléfax +41 1 259 86 86  
annemarie.dubs@ringier.ch

Chine  
Ringier Pacific Ltd.  
10C, Right Emperor  
Commercial Bldg.  
122-124 Wellington Street  
Central, Hongkong  
Téléphone +852 2854 4266  
Téléfax +852 2854 4009  
contact@ringierpacific.com

Ringier Pacific Ltd. Beijing  
Representative Office  
10/F., Suite 1017, Tower 1  
Sun Dong An Plaza  
No. 138 Wangfujing Dajie  
Beijing, 100006, P.R.C  
Téléphone +86 10 6528 1841  
Téléfax +86 10 6528 0152  
xlqin@public.bta.net.cn

Viêt-nam  
Ringier Representative Office  
Unit 002, Van Phuc Bldg.  
No. 2 Nui Truc Street  
Ba Dinh District  
Hanoi, Vietnam  
Téléphone +84 4 846 53 71  
Téléfax +84 4 846 53 71  
ringier.sh@hn.vnn.vn



## Impressum

Editrice  Communication, Ringier AG

Directrice de parution  Myrta Bugini, Communication, Ringier AG

Directrice de parution Art  Beatrix Ruf, Curatrice, Ringier AG


Art  Liam Gillick, Londres et New York

Concept visuel et mise en page  Liam Gillick, Ines Häny, Schlumpf & Sigerist AG, Zurich

Traduction  Madeleine de Couët, Risch

Correcteur  USG Co-Text, Zurich

Imprimerie  Zürcher Druck + Verlag AG, Rotkreuz

Reliure  Burkhardt AG, Mönchaltorf

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 +41 1 259 62 92, Téléfax +41 1 259 86 35

info@ringier.ch, www.ringier.ch

Papier:

Ziegler-Papier Z-Offset

Zurich, avril 2002

