

ГОАППАРАТ

RINGIER RAPPORT ANNUEL 2003

ОБЪЕКТИВ МС „ВОЛНА-ЗВ“
ОБЪЕКТИВ С МНОГОСЛОЙНЫМ
ПРОСВЕТЛЕНИЕМ

В-88

ooo Ringier

Prenons nos enfants pour modèles. Si leurs dessins sont naïfs, ils relèvent en même temps du grand art. Eisenstein raconte l'histoire passionnante d'un enfant qui reproduisit en dessin l'art de faire un feu de fourneau. L'enfant «représenta un amas de bois, un fourneau et une cheminée. Au milieu de la pièce se trouvait ... un immense rectangle recouvert de lignes en zigzag. De quoi s'agissait-il? Apparemment d'allumettes. L'enfant dessina des allumettes surdimensionnées, montrant ainsi leur rôle décisif dans l'action représentée.»

Vsevolod Emilevic Meyerhold

Sommaire

6	Prologue
8	L'artiste
10	Résultats
14	Compte de pertes et profits
16	Ringier Suisse
17	Tableau de couleur
23	Tableau de couleur
30	Ringier Europe
38	Ringier Asie
41	Tableau de couleur
44	Ringier Print
47	Tableau de couleur
50	Ressources humaines
52	Participations
54	Organisation
56	Epilogue
58	Publications et tirages
60	Sites
62	Impressum

Prologue

S'agit-il simplement d'un autre rapport annuel ou d'une véritable œuvre d'art? Christopher Williams, créateur de cette œuvre, figure, dans les milieux artistiques, parmi les artistes connus et reconnus. Personne ne saurait toutefois le prouver. Une croyance, voire une supposition. Dans vingt ans, tout sera différent. Nous le saurons alors avec passablement de certitude. A ce moment-là, l'histoire de l'art aura sans doute classé cet artiste, et sa réputation sera même mesurable. Pas seulement au nombre de ses expositions, mais encore au prix de ses œuvres.

Mais qu'est-ce que ceci a affaire avec notre entreprise ? Beaucoup. Enormément même. «La croyance rend heureux, l'espoir rend fort, et, si tu le crois, prête-moi dix marks.» Cette chanson populaire souabe se trouva pendant des années incontestablement en tête du hit-parade des chansons de stratégie d'entreprise. L'allemand populaire fut certes remplacé par le jargon anglais du monde des affaires. Car pour «Visions», «Beliefs» et «Missions», il était nettement plus facile de récolter de l'argent que pour «croyance» et «espoir». Entre-temps, quelques trillions ont disparu dans toutes les monnaies du monde et ces formules à la mode anglaise sont devenues des termes injurieux ou gros mots. La langue souabe est de nouveau en vogue: «Hond verkaufe, selber belle» (vends ton chien et aboie toi-même), dit-on de l'autre côté du Rhin. Et, dans le monde entier, on épargne – quoique ça coûte.

Nous pouvons nous réjouir à la vue des résultats de cette année. Ils ont été élaborés exclusivement grâce à nos activités opérationnelles, sans recettes extraordinaires. Et ce dans un environnement économique qui, pour les groupes de médias, fut tout sauf réjouissant. Si nous étions Souabes, nous pourrions à présent aboyer gaiement. Avons-nous économisé tout cela? L'épargne constitue-t-elle en cela la nouvelle stratégie qui seule procure le salut? La croyance et l'espoir font-ils partie des amoncellements d'ordures stratégiques des années nonante?

Si nous regardons d'où proviennent, cette année, les millions du cash flow, nous trouvons la réponse. Il va sans dire que les efforts d'épargne contribuèrent pour une large part aux résultats. Quelque 30 millions de francs de moins de coûts portant pleinement leurs fruits cette année sont plus que considérables. L'abaissement des frais et l'augmentation de l'efficacité font cependant partie des tâches permanentes de toute direction de groupe. Mais cela ne suffit pas à la survie d'une société. Impossible de construire une entreprise sur la base des économies faites. Notre maison vit également des nouveautés que nous découvrons régulièrement et de notre croyance dans quelque chose. Tout comme Christopher Williams.

Une partie de nos recettes provient toujours encore de positions de marché auxquelles les responsables de notre entreprise ont cru il y a de cela plusieurs dizaines d'années. La Schweizer Illustrierte a déjà plus de 90 ans. Quant au Blick, il fut fondé en 1959. Et tous

deux nous permettent de gagner encore pas mal d'argent. Parce que, de nos jours également, il existe une génération parvenant régulièrement à insuffler une vie nouvelle aux marques anciennes.

Nous ne nous sommes pas contentés de donner un nouveau souffle uniquement aux journaux et magazines traditionnels dont nous avons hérité. Nous avons également créé du nouveau. C'est avec 50 000 francs et un petit journal de 16 pages, à Prague, que notre aventure a débuté en Europe centrale et en Europe de l'Est. En 13 ans, quelques centaines de millions de francs d'investissement se sont ajoutées, donnant naissance à l'un des plus grands groupes de médias dans cette partie de l'Europe. Les nouvelles entreprises de l'Europe de l'Est participèrent, l'an passé, aux résultats du groupe à raison de montants comptant en dizaines de millions. Cette année, elles généreront même plus de 300 millions de francs de chiffre d'affaires. Que, durant les époques les plus difficiles et malgré des pertes qui se sont chiffrées à plusieurs millions de francs, nous ayons toujours cru en l'avenir ne nous a certes pas apporté la félicité – mais toujours est-il que la satisfaction est un merveilleux sentiment dans la vie d'ici-bas.

Et nous croyons à bien plus encore. Que, par exemple, il y a de la place dans ce pays pour une grande imprimerie de journaux économiquement rentable – même si ce projet devait durer dix ou quinze ans. Nous croyons que, même durant les périodes économiques difficiles, le savoir-vivre, le respect et la responsabilité vis-à-vis du personnel sont très importants. Et nous continuons à croire fermement que les questions de croyance sont mieux préservées dans une entreprise familiale qu'à la Bourse. Les analystes veulent des faits – même si ceux-ci relèvent souvent de la pure fiction. Nous ne nous contentons pas de croire, nous savons aussi. Nous savons que nous nous trompons. Nous avons cru au marché d'un second journal du dimanche en Suisse romande – et avons dû nous rendre à l'évidence que nous nous étions trompés. Nous avons trouvé le portail financier Borsalino une chose fantastique – et avons dû apprendre la douloureuse nouvelle de l'avoir surpayé. La croyance également a son prix.

Mais il y a autre chose que nous savons, à savoir que, à l'exemple de Christopher Williams, nous devons continuer à travailler durement... que nous ne devons jamais nous arrêter de croire en certaines choses... que nous devons encourir des risques pour nos convictions... que nous devons nous lancer dans l'inconnu. A la manière d'un artiste. Christopher Williams sera encore plus connu et plus célèbre dans vingt ans. Espérons que, nous aussi, nous serons encore plus grands et connaissons encore plus de succès.

Michael Ringier, Editeur, Président du conseil d'administration

Martin Werfeli, Président de la direction du groupe

L'artiste

Christopher Williams travaille la photographie tel un moyen de réalisation de sa pratique artistique conceptuelle. Depuis les années huitante, il traite des relations complexes existant entre les représentations photographiques et les questions anthropologiques, politiques et esthétiques. Dans son œuvre, ceci se manifeste de manière logique dans l'appropriation, la ré-interprétation et la «répétition» de matériaux visuels spécifiques provenant de l'histoire de notre production photographique culturelle. Les photos de Christopher Williams créent une distance critique et réflexive par rapport à l'original et nous livrent une connaissance approfondie de nos univers photographiques. C'est ainsi qu'au milieu des années nonante il se pencha, avec sa série de photos «For Example: Die Welt ist schön», sur l'œuvre «Die Welt ist schön» (Le monde est beau) du photographe allemand Albert Renger-Patzsch ou ré-interpréta le mode de représentation pseudoscientifique et l'esthétique du monde végétal de Karl Blossfeldt dans la série «From Angola to Vietnam» 1989 (De l'Angola au Viêt-nam) en recourant, de la même manière qu'avec des principes de catégorisation culturels et scientifiques, aux formes de séduction offertes par la beauté de l'image photographique.

Pour son interprétation du rapport annuel de Ringier SA, Christopher Williams tint compte autant de l'histoire entre-temps devenue «artistique» du rapport annuel que d'une activité spécifique de l'entreprise, à savoir ses productions de films pour la télévision. Il ficela un paquet faisant du rapport annuel un «objet d'art» en tant qu'ensemble complexe formé d'informations, de conditions informatives, de photos et d'un film.

La manière de production des photos et de confrontation à l'image ainsi que l'angle visuel – important dans la production des photos – constituent autant de thèmes de l'art de Christopher Williams. C'est ainsi que l'on peut voir une série de photos datant de l'année 1993 directement liée à son travail pour ce rapport de gestion. Il utilisa les prises de vues d'une agence japonaise qui photographia, dans la rue, des femmes dans des situations de tous les jours, femmes s'étant préalablement fait coiffer et maquiller. Sur les photos de Christopher Williams, ces femmes d'allure très occidentale apparaissent sous un angle légèrement décalé. On se sent troublé par la composition de l'image, la direction des regards, les notions de représentation, de fond culturel et d'intention – et, pourtant, on apprend des choses décisives précisément sur ces aspects. Christopher Williams procéda de la même façon pour «son» film ici présent: il utilisa la production d'une émission «al dente» pour faire un film qui montre à tous ce que les impératifs en matière de temps et de production de la télévision doivent exclure. Une émission de cuisine de 50 minutes à la télévision dure cinq heures et demie chez Christopher Williams. Nous connaissons tous ces moments à la fois de divertissement et de désillusion. On sait bien qu'une pâte à gâteau doit reposer durant une heure avant d'être abaissée. A la télévision, cependant, deux situations sont déjà présentes et le cuisinier, qui se veut parfait, tire sa pâte toute prête de l'arrière fond dans le champ visuel. Dans son «émission

de cuisine», qui ressemble davantage à une comédie, Christopher Williams offre généreusement tout le temps nécessaire aux processus de cuisson. Une émission culinaire télévisée proche de la réalité et donnant également à réfléchir sur la qualité du temps, les rapports avec le public et la relation entre le public et les «offres de réalité» de la télévision. Le film de Christopher Williams est aussi une chose bâtarde curieusement charmante entre un film d'avant-garde et le cinéma tout empreint de mystères d'Andy Warhol, de Jean Rouch et de Big Brother, que l'on pourrait y reconnaître autant l'un que l'autre. Le temps que la TV ne peut pas mettre à notre disposition est offert en cadeau au public par Christopher Williams avec ce film sous forme de chef-d'œuvre.

Aussi la partie imprimée de ce rapport annuel paraît-elle «réduite» à sa plus simple expression. Les chiffres et les informations sont représentés dans une typographie sévère. Les photos sont rares. Mais leur sélection en fait un champ d'associations et de significations largement ramifié. On voit un appareil photo ukrainien (dont l'emballage original a également servi de cliché pour la couverture du rapport annuel) et, pour chaque version linguistique du rapport, une autre combinaison de photographies culinaires prises dans le studio photographique de Betty Bossi... Ressemblant à un modèle Hasselblad, icône de la photographie, l'appareil photo est un objet historiquement «impur». Fabriqué en Russie, cet appareil photo a, au fil du temps, vécu beaucoup d'histoires: après avoir servi à des reportages sur la révolution, il fut emprunté, dans les années vingt, par l'avant-garde des cinéastes russes et, durant la Seconde Guerre mondiale, connut des améliorations par l'ajout de nouveaux objectifs «fauchés» dans les ateliers Zeiss en Allemagne... Avec la reproduction des différents plats, l'artiste crée un champ d'association avec le DVD joint au rapport. Teneurs complexes, répétitions, élans de générosité et irritations intentionnelles de notre perception – autant de thèmes choisis par l'artiste pour ce rapport de gestion. L'instrument d'information imprimé fait logiquement partie de ce jeu et soulève un autre thème. Le rapport annuel a été «doublé» physiquement et structurellement par l'aménagement de pages vides portant une estampe destinée à accueillir le DVD. L'estampe en tant qu'élément conceptuel est une tradition cultivée dans l'art suisse de la typographie et du livre – ici elle apparaît comme tradition capable d'établir l'alliance entre les nouveaux médias et les médias traditionnels et faisant du rapport de gestion de cette année – avec brochure, photos et DVD – une œuvre complète.

Beatrix Ruf
Curatrice

Résultats

La reddition des comptes établie selon les principes de FER/IAS resta 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 sont consolidés proportionnellement. Les résultats périodiques des principales participations minoritaires sont comptabilisés, eux aussi, proportionnellement. Les présents comptes ne font toutefois pas mention des résultats de nos activités éditoriales au Viêt-nam.

Le chiffre d'affaires total du groupe baissa, durant l'année faisant l'objet de ce rapport, malgré une croissance évidente en Europe centrale et en Europe de l'Est, de CHF 22.2 millions ou 2,1 pour cent. L'environnement conjoncturel défavorable régnant en Suisse et, avec cela, les dépenses publicitaires fortement régressives, d'une part, et la large suppression de recettes exceptionnelles, d'autre part, réduisirent de près de 8 pour cent les chiffres d'affaires des activités éditoriales en Suisse. Le domaine de l'impression souffrit aussi bien sur le marché intérieur qu'à l'exportation d'une demande fortement en baisse. Par contre, les chiffres d'affaires en Europe centrale et de l'Est augmentèrent nettement, ce qui s'explique à travers l'expansion commerciale au moyen d'acquisitions et de coopérations ainsi que d'importants gains de parts de marché pour ce qui est des produits existants.

En raison du prix des matières premières qui continua à baisser, du volume moindre des magazines et des journaux en Suisse et des mesures d'épargne pleinement efficaces durant l'exercice écoulé en Suisse, les charges d'exploitation purent être réduites de CHF 18.7 millions ou 2,1 pour cent dans le cadre du recul du chiffre d'affaires. Le résultat net d'impôts augmenta de 10,2 pour cent à CHF 43.2 millions. Le cash flow chuta légèrement de 2,6 pour cent à CHF 120.9 millions. La marge bénéficiaire dépassa ainsi – malgré l'environnement négatif du marché –, avec 4,3 pour cent, le taux de l'année précédente qui fut de 3,8 pour cent. Avec une valeur de 12 pour cent, le taux du cash flow atteignit celui de l'année précédente.

Les investissements furent, avec CHF 220.2 millions, massivement supérieurs à ceux de l'année précédente qui s'élevèrent à CHF 78.5 millions. Le plus grand investissement individuel fut la reprise des activités de médias imprimés de notre partenaire Gruner + Jahr en Slovaquie, Roumanie et Serbie. Plus de la moitié des investissements put être autofinancée. Quant aux investissements dans de nouveaux produits ou marchés, ils ne furent pas portés à l'actif du bilan, mais chargés, comme les années précédentes, directement au compte de pertes et profits.

Chiffres comparatifs

	mio. CHF 2003	mio. EUR 2003	mio. CHF 2002	Fluctuations en %
Chiffres d'affaires Edition Suisse	536.7	353.1	582.6	-7,9
Chiffres d'affaires Europe	227.3	149.5	167.6	+35,6
Chiffres d'affaires Asie	44.0	29.0	44.1	-0,2
Chiffres d'affaires Imprimerie Suisse	203.1	133.6	239.0	-15,0
Total	1011.1	665.2	1033.3	-2,1
Cash flow	120.9	79.5	124.1	-2,6
– en % du chiffre d'affaires	12,0		12,0	
Résultat net d'impôts	43.2	28.4	39.2	+10,2
– en % du chiffre d'affaires	4,3		3,8	
Investissements	220.2	144.9	78.5	+180,5
Personnel	5439		5419	+0,3

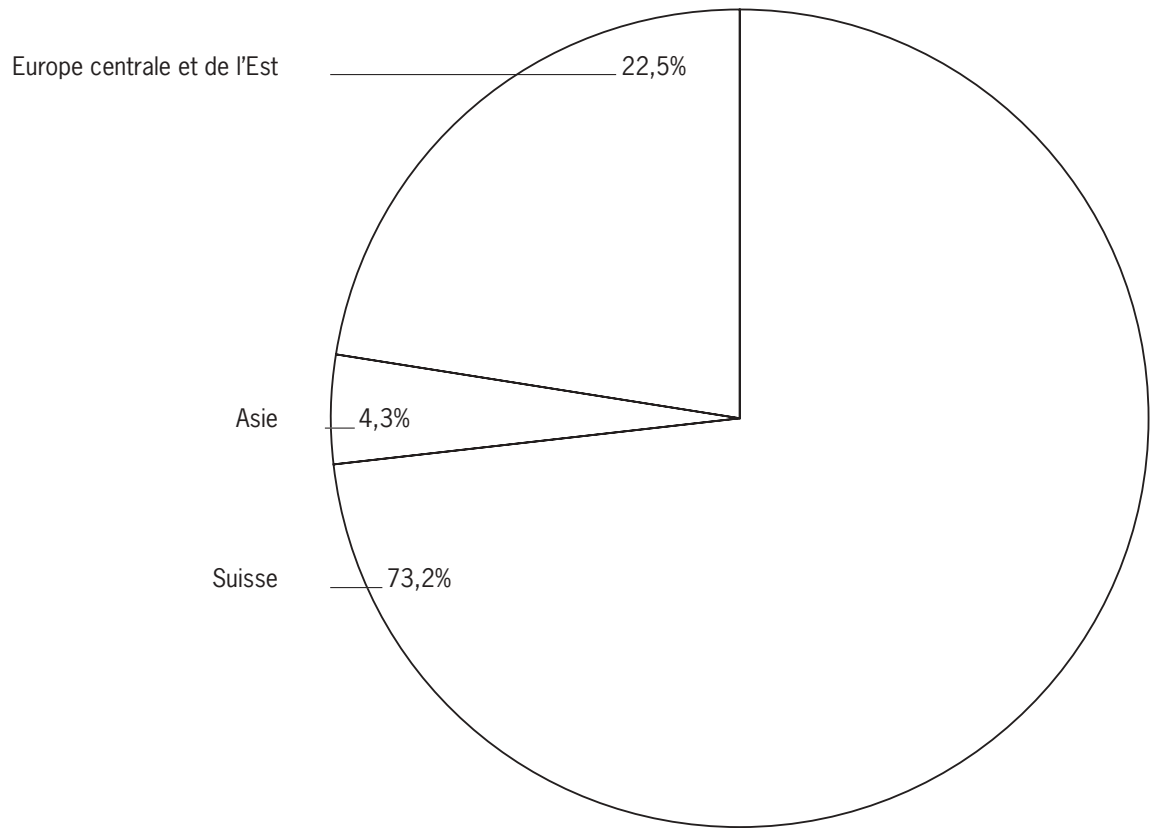
Cash flow

Total en millions CHF	120.9	124.1	121.1
Bénéfice net d'impôts	43.2	39.2	34.8
Amortissements	77.7	84.9	86.3
	2003	2002	2001

The chart displays three stacked bars representing cash flow for the years 2001, 2002, and 2003. Each bar is divided into two segments: 'Amortissements' at the bottom and 'Bénéfice net d'impôts' at the top. The total cash flow for each year is indicated by a number above the bar. The values are: 2003 (Total: 120.9, Amortissements: 77.7, Bénéfice net d'impôts: 43.2), 2002 (Total: 124.1, Amortissements: 84.9, Bénéfice net d'impôts: 39.2), and 2001 (Total: 121.1, Amortissements: 86.3, Bénéfice net d'impôts: 34.8).

Parts de chiffres d'affaires par pays

en pour cent



Compte de pertes et profits

	mio. CHF 2003	mio. EUR 2003	mio. CHF 2002	Fluctuations en %
Recettes				
Chiffres d'affaires	1011.1	665.2	1033.3	-2,1
Magazines, journaux	634.5	417.4	596.4	+6,4
Travaux d'impression pour tiers	236.5	155.6	269.8	-12,3
Médias électroniques	27.0	17.8	26.2	+3,1
Betty Bossi	38.6	25.4	38.3	+0,8
Divers	74.5	49.0	102.6	-27,4

	mio. CHF 2003	mio. EUR 2003	mio. CHF 2002	Fluctuations en %
Charges d'exploitation				
Personnel	338.3	222.6	353.6	-4,3
Salaires	284.7	187.3	295.9	-3,8
Charges sociales	41.5	27.3	46.2	-10,2
Frais annexes	12.1	8.0	11.5	+5,2
Matériel et prestations externes	252.3	166.0	270.9	-6,9
Papier	137.6	90.5	154.2	-10,8
Encres d'imprimerie	14.2	9.3	16.4	-13,4
Autre matériel	16.2	10.7	19.1	-15,2
Prestations externes	78.9	51.9	74.1	+6,5
Dépenses diverses	5.4	3.6	7.1	-23,9
Rédaction, édition, transport et publicité	197.5	129.9	190.9	+3,5
Honoraires de rédaction	36.8	24.2	39.9	-7,8
Frais de transport	68.9	45.3	71.9	-4,2
Dépenses publicitaires	70.2	46.2	64.3	+9,2
Dépenses d'édition diverses	21.6	14.2	14.8	+45,9
Dépenses générales	102.1	67.2	93.8	+8,8
Loyers, électricité, réparations, entretien	27.7	18.2	24.1	+14,9
Frais de gestion	60.9	40.1	58.3	+4,5
Impôts et intérêts	13.5	8.9	11.4	+18,4
Charges d'exploitation totales	890.2	585.7	909.2	-2,1
Cash flow	120.9	79.5	124.1	-2,6
Amortissements	77.7	51.1	84.9	-8,5
Résultat net d'impôts	43.2	28.4	39.2	+10,2

Ringier Suisse

L'économie suisse connut une année de récession – avec de fortes répercussions négatives sur l'économie publicitaire. 2003 entrera dans l'histoire des médias imprimés de Suisse comme l'année la plus difficile du passé le plus récent. Les grands titres de journaux de Suisse perdirent une nouvelle fois, durant l'année écoulée, fortement en volume publicitaire – soit plus de 20 pour cent en fonction des titres. La perte des magazines ne fut guère moindre. En raison de ces conditions peu favorables, Ringier Suisse connut un développement de chiffre d'affaires insatisfaisant. Nos titres ne réussirent pas à se soustraire à l'évolution du marché: seule la dépendance moindre du marché des offres et des demandes d'emploi entraîna des pertes légèrement moins importantes du côté des journaux. Sur le marché des lecteurs, nos titres réussirent à défendre avec succès leurs positions et à surpasser majoritairement les résultats de l'année précédente. La Schweizer Illustrierte et le SonntagsBlick atteignirent chaque fois plus d'un million de lecteurs.

A l'automne 2003, la Commission de la concurrence (Comco) donna son feu vert pour deux projets de reprise: de concert, dans le cadre d'une joint-venture avec le groupe Edipresse, Ringier reprit la majorité dans Le Temps, quotidien suprarégional de Suisse romande. En Suisse alémanique, Bolero, premier magazine de mode et de style de vie, put être acquis et fusionné avec le magazine edelweiss (en allemand) lancé en début d'année. Par contre, la parution du journal du dimanche suisse romand dimanche.ch fut arrêtée en milieu d'année en raison du développement économique peu réjouissant et du manque de perspectives de reprise.



Kiev 88, 4.6 lbs. (2.1 kg)
Manufacturer: Zavod Arsenal Factory, Kiev, Ukraine
Date of production: 1983–87
Douglas M. Parker Studio, Glendale, California
March 28, 2003 (No. 1)
2003
Dye transfer print
16 x 20 inches; 40.6 x 50.8 cm paper size
Ed. of 10

Chiffres d'affaires Suisse

	2003	2002	2001
Total en millions CHF	536.7	582.6	635.3
Magazines	217.3	222.4	230.0
Journaux	196.4	201.7	215.7
Médias économiques	22.1	27.3	33.9
Betty Bossi	38.6	38.3	68.1
Télévision	25.7	25.2	26.0
Divers	36.6	67.7	61.6

Journaux

Qui lutte gagne. Telle fut la devise de l'ensemble du personnel du département des journaux. Ils luttèrent pour chaque annonce, chaque lecteur, chaque internaute. Le Blick et le SonntagsBlick arborèrent un nouveau look et tous deux reçurent une nouvelle direction. Les frais baissèrent de CHF 21 millions au total. Les programmes d'épargne comprenaient également une suppression massive des distributeurs automatiques de journaux. En liaison avec la suppression d'une grande partie du tirage destiné à Swiss, le nombre d'exemplaires baissa, ce qui ne fut cependant pas le cas des lecteurs. Dans ce domaine, les chiffres sont stables. Durant les crises, on renonce apparemment à l'achat de journaux, mais pas à la lecture. Les résultats annuels furent, grâce à ces gros efforts, deux fois meilleurs que ceux de l'année précédente et dépassèrent même encore légèrement les prévisions budgétaires pourtant ambitieuses.

Le développement du secteur Online fut également réjouissant. Le soin constant apporté aux relations avec les clients et l'application de nouvelles idées améliorèrent les résultats également plus que prévu. Blick Online (BOL) est le site média numéro 1 en Suisse. Et ce, en plus, un site indépendant: dès mars 2004, BOL renoncera entièrement à la reproduction de contenus imprimés. Ainsi sera possible un positionnement clair et autonome du côté aussi bien Print qu'Online.

Chiffres d'affaires des journaux

	2003	2002	2001
Total en millions CHF	196.4	201.7	215.7
Recettes des ventes	104.2	106.4	109.4
Recettes des publicitaires	85.7	90.2	101.2
Divers	6.5	5.1	5.1

Magazines

A l'exemple de tout le marché des magazines suisses, les titres de Ringier furent, eux aussi, exposés, durant l'année 2003, à une pression constante de rentabilité en raison de la récession durable. Les vaisseaux amiraux de Ringier défendirent leurs positions sur le marché national avec quelque deux pour cent de réduction du chiffre d'affaires et une augmentation du nombre des lecteurs.

Le secteur des magazines tint ainsi tête, durant l'année 2003, à la situation économique difficile. En Suisse alémanique, l'acquisition du magazine de luxe Bolero et la fusion qui suivit avec le titre edelweiss (en allemand) lancé au printemps 2003 permirent d'étendre la position dans le domaine Mode et Lifestyle. Parmi les autres points forts figurèrent, entre autres, le lancement d'un nouveau Wellness-Special par Gesundheit Sprechstunde, le remaniement conceptuel du prix télévisé Tele bien connu tenant désormais compte également du vote des lecteurs de Tele ainsi que la collaboration de la Schweizer Illustrierte avec RingierTV pour le lancement commun de l'émission People sur Sat.1 Suisse.

En Suisse romande, l'année 2003 fut riche surtout en contrastes. Si l'Hebdo assura un excellent démarrage avec une vraie nouvelle formule en avril, le mois de juin vit la disparition, après trois ans et demi, du journal dominical dimanche.ch. Durant l'année faisant l'objet de ce rapport, Ringier augmenta sa participation jusqu'alors indirecte dans Le Temps. Edipresse et Ringier contrôlent à présent, dans le cadre d'une joint-venture, 80 pour cent de ce quotidien. Depuis août, TV8 est le supplément télévision du Temps. Les synergies entre les magazines suisses alémaniques et suisses romandes portèrent par ailleurs leurs premiers fruits avec le lancement en français d'al dente, une campagne publicitaire nationale et la collaboration rédactionnelle pour edelweiss et Bolero.



Kiev 88, 4.6 lbs. (2.1 kg)
Manufacturer: Zavod Arsenal Factory, Kiev, Ukraine
Date of production: 1983–87
Douglas M. Parker Studio, Glendale, California
March 28, 2003 (No. 2)
2003
Dye transfer print
16 x 20 inches; 40.6 x 50.8 cm paper size
Ed. of 10

Chiffres d'affaires des magazines

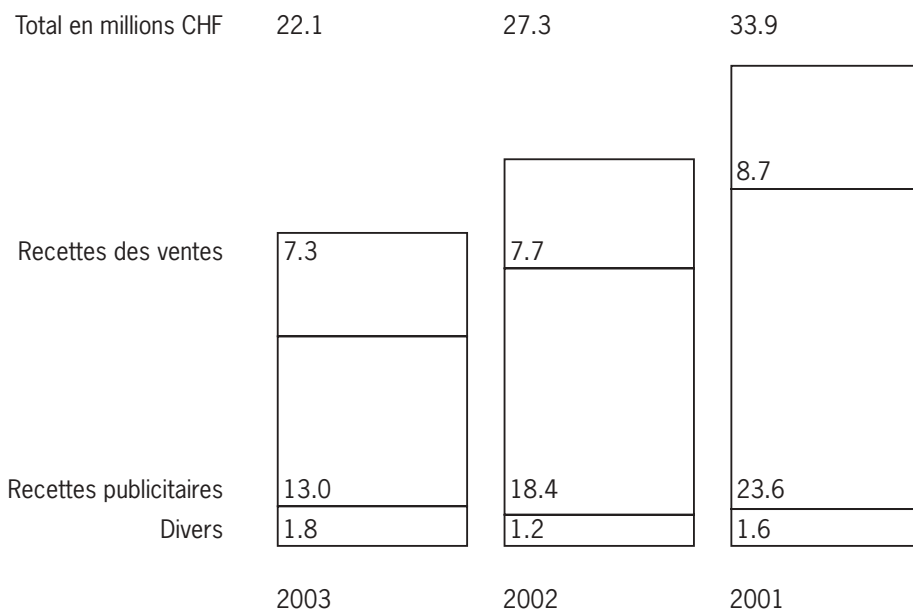
Total en millions CHF	217.3	222.4	230.0
Recettes des ventes	118.8	120.2	120.7
Recettes publicitaires	92.3	95.1	99.5
Divers	6.2	7.1	9.8
	2003	2002	2001

Médias économiques

Après une année 2002 mauvaise pour tous les médias économiques, nous étions convaincus que le creux de la vague avait été atteint et que la reprise n'était plus qu'une question de temps. Erreur! L'année dernière s'avéra, parallèlement au développement économique, une fois encore décevante avec une diminution massive, pendant trois années d'affilée, des chiffres d'affaires publicitaires. Ce climat pessimiste se fit également sentir dans les ventes. Toujours est-il que le nombre de lecteurs nous emplît de joie.

L'année dernière fut également une année d'essor. En octobre, nous avons reporté, en nous appuyant sur une relance douce, le premier jour de vente de Cash au jeudi matin. A la même date, nous avons fusionné Cash Online, borsalino.ch et cashtv.ch et donné au nouveau site web cash.ch un impact puissant. Cash.ch put continuer à étendre sa position en tant que plus grand portail financier et économique indépendant. Egalement sur la lancée du succès: CASH-TV qui, pour son dixième anniversaire, réussit une fois encore à augmenter de plus de dix pour cent le nombre de ses téléspectateurs.

Chiffres d'affaires médias économiques

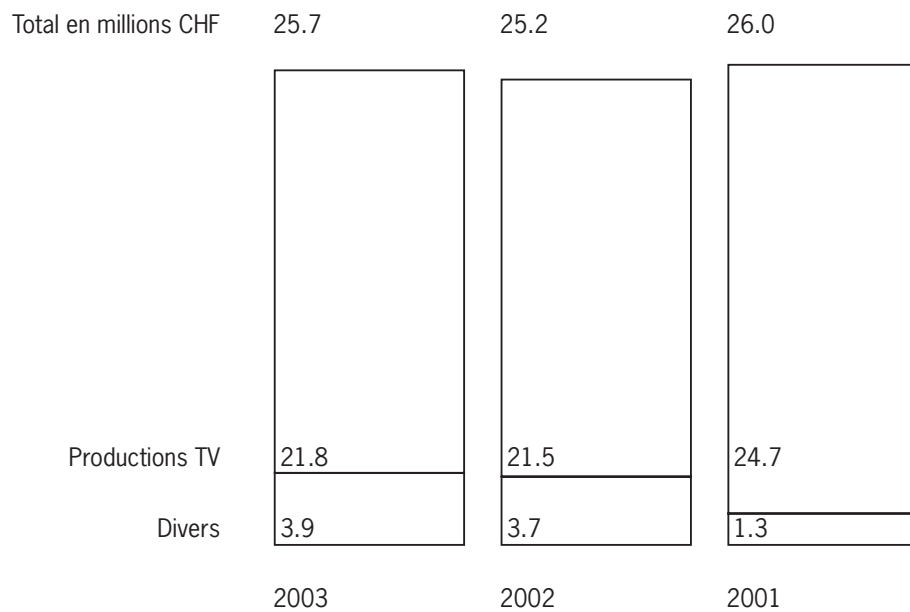


RingierTV

En 2003, RingierTV fête ses dix ans d'existence. En 1993, la maison d'impression et d'édition Ringier avait, en effet, élargi sa palette de médias en se tournant vers la télévision. Le magazine économique CASH-TV fut la première émission télévisée régulière que Ringier produisit pour le compte de la Télévision Suisse. De nos jours, une bonne douzaine de formats télévisés de RingierTV des domaines de la santé et de la médecine, de la consommation et de l'économie, de l'auto et du sport ainsi que du food et du lifestyle figurent parmi les émissions rencontrant le plus de succès sur les chaînes SF2 et Sat.1 Suisse.

Quelque 75 collaborateurs et une stratégie d'entreprise ingénieuse à risques partagés constituent la base du succès de RingierTV. Sur le marché télévisé difficile de Suisse, RingierTV est leader dans le domaine des images en mouvement et clôtura l'exercice 2003 avec un bénéfice.

Chiffres d'affaires RingierTV



Ringier Europe

Croissance saine à travers les acquisitions et les fondations propres – la division Ringier Europe du groupe accrut, en 2003, son chiffre d'affaires de 36 pour cent par rapport à l'année précédente.

La base de cette stratégie de croissance repose sur le succès de nos activités opérationnelles en République tchèque, Slovaquie, Roumanie et Hongrie. Dans tous les pays, les titres de boulevard à fort tirage réussirent à s'imposer en devenant numéro 1.

Le retrait de notre partenaire Gruner + Jahr des quotidiens en Europe de l'Est nous valut la chance de devenir propriétaires à part entière de nos maisons d'édition tchèque et slovaque et de reprendre, en Roumanie, les éditions Expres avec le quotidien Evenimentul Zilei et une imprimerie. Par la même occasion, notre portefeuille de pays s'élargit avec la reprise de 74,9 pour cent des éditions Blic (quotidien) en Serbie.

En 2003, notre maison d'édition roumaine fit une nouvelle fois un bond spectaculaire en matière de chiffre d'affaires et de résultats, avance due au développement massif des tirages et à l'augmentation simultanée des recettes publicitaires. Notre titre tabloïde Libertatea est de loin le leader du marché dans le segment des quotidiens, y compris l'édition dominicale lancée en 2002. Le magazine économique Capital augmenta, malgré une forte concurrence, sa rentabilité.

Dans le segment fortement convoité des magazines, Unica et les titres TV s'imposent, et le succès de Bravo (licence) conduisit au lancement de Bravo Girl en octobre. La reprise du quotidien sportif Pro Sport fut turbulente, mais put être mise sur les bons rails grâce à l'excellent management dont nous disposons sur place.

En Slovaquie, le titre de boulevard Novy Cas réussit une nouvelle fois à augmenter son tirage et les magazines d'intérêt général étendirent encore leur position déjà forte. Dès le départ, l'hebdomadaire féminin nouvellement lancé Novy Cas Pre Zeny atteignit des chiffres qui font rêver: avec plus de 150 000 exemplaires vendus, il est clairement le numéro 1 du segment des magazines féminins.

Malgré un environnement de marché largement développé, le tirage vendu du quotidien Blesk, en République tchèque, grimpa à 480 000 exemplaires en moyenne (420 000 l'année précédente) et, avec l'édition du vendredi, la limite de 600 000 put déjà être franchie. Les deux imprimeries à Ostrava et à Prague améliorèrent ainsi une fois de plus leurs résultats et, grâce aux travaux à compte de tiers, la capacité était exploitée à son maximum. La forte concurrence régnant dans le secteur des magazines entraîna une légère diminution des tirages de tous les titres. Le quotidien sportif Ceskoslovensky

Sport, en revanche, réussit à augmenter son tirage de 8 pour cent après sa relance.

Position de leader parmi les titres de boulevard également pour le Blikk en Hongrie. Un accroissement de 18 pour cent de son tirage se répercuta aussi positivement sur les recettes publicitaires.

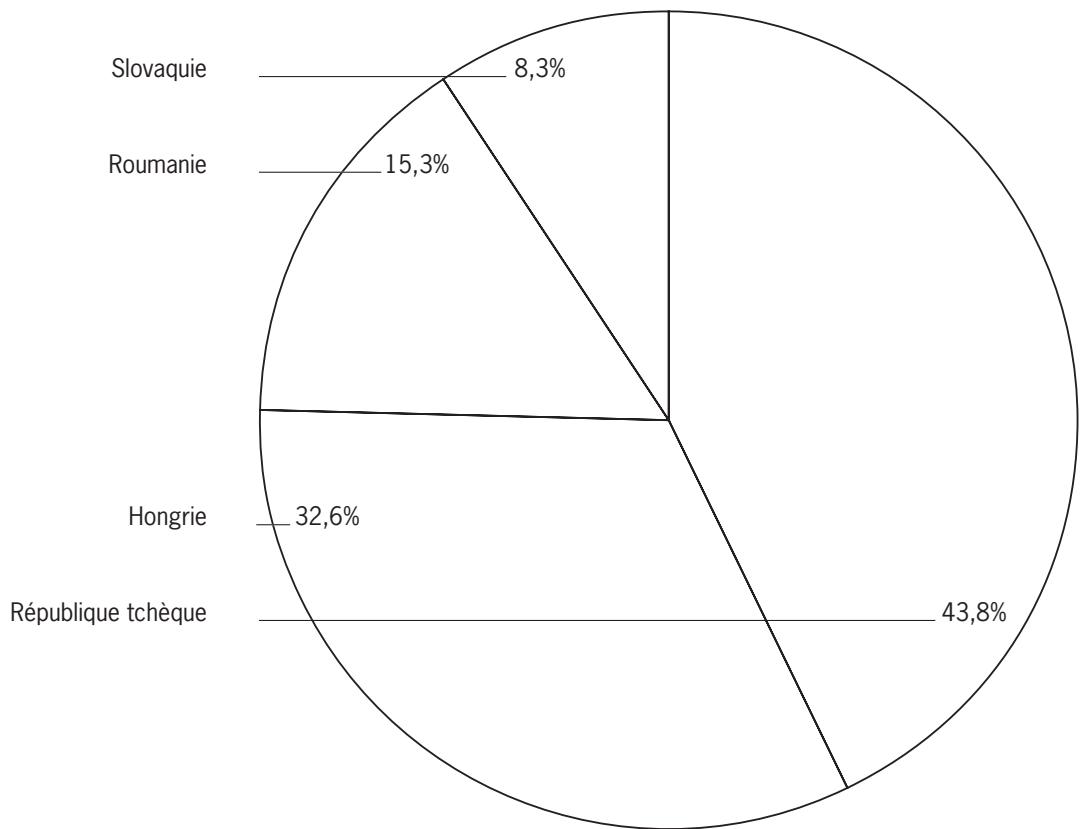
Ce qui fut moins réjouissant, toutefois, ce fut le développement du quotidien de référence Nepszabadsag (49,9 pour cent) qui, une nouvelle fois, dut se battre contre une perte de son tirage mais qui, du côté des annonces publicitaires, augmenta ses recettes. Le journal sportif Nemzeti Sport fêta son centenaire et s'offrit un excellent résultat avec, en plus, le lancement de l'hebdomadaire sportif Képes Sport. Depuis juillet, Ringier publie, dans le cadre d'une joint venture avec la maison d'édition Heinrich Bauer Verlag, quatre magazines, prenant ainsi pied sur le marché hongrois des magazines. La mise en exploitation d'une propre imprimerie de journaux à Budapest est prévue pour l'automne 2004.

Chiffres d'affaires Europe

Total en millions CHF	227.3	167.6	145.0
Recettes des ventes	114.8	83.5	72.3
Recettes publicitaires	84.2	59.1	54.4
Recettes imprimerie	16.9	16.5	10.3
Divers	11.4	8.5	8.0
	2003	2002	2001

Parts de chiffres d'affaires Europe

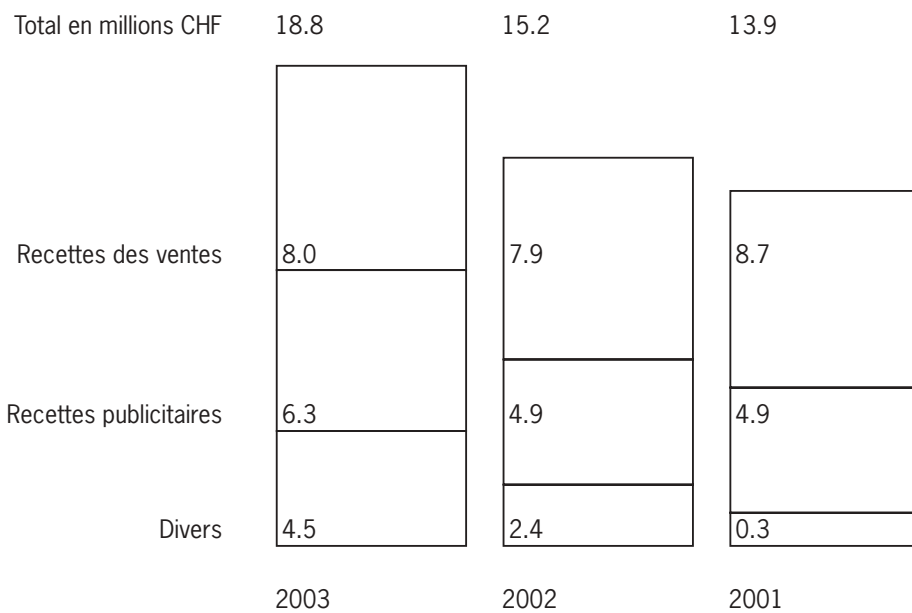
en pour cent



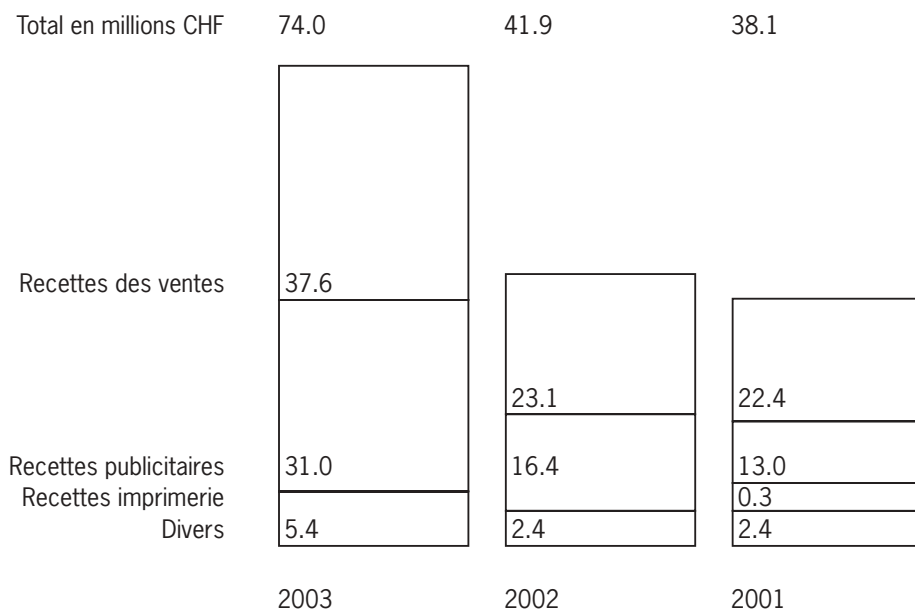
Chiffres d'affaires République tchèque

	2003	2002	2001
Total en millions CHF	99.7	84.7	64.9
Recettes des ventes	50.1	40.5	30.3
Recettes publicitaires	31.9	26.7	23.2
Recettes imprimerie	16.9	16.5	10.0
Divers	0.8	1.0	1.4

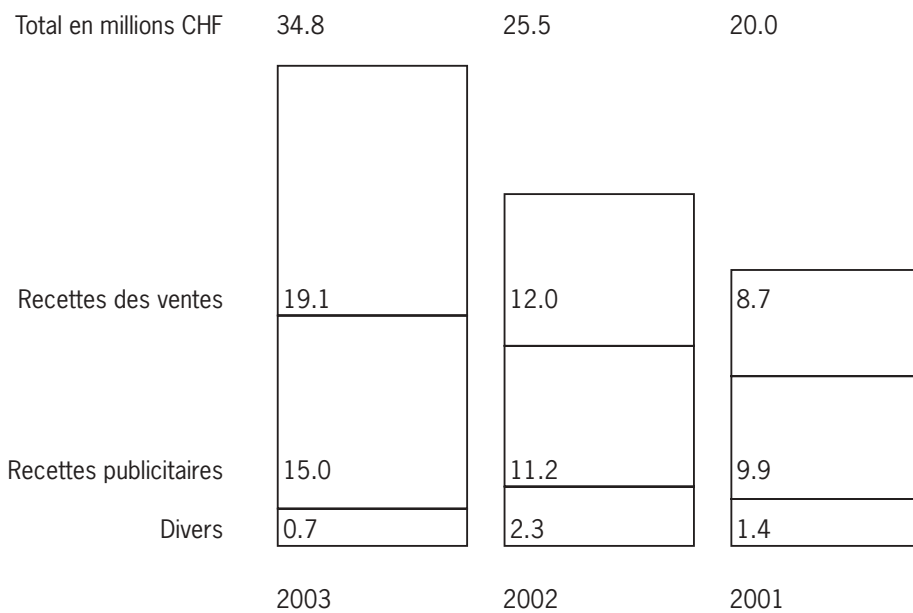
Chiffres d'affaires Slovaquie



Chiffres d'affaires Hongrie



Chiffres d'affaires Roumanie



Ringier Asie

La guerre d'Iraq et le SRAS laissèrent des traces également dans nos publications. Durant trois mois, le trafic aérien à l'intérieur de la Chine fut pratiquement paralysé, ce qui se répercuta défavorablement sur le magazine de bord que nous produisons pour 16 compagnies d'aviation chinoises. Bien que la Chine, après la crise du SRAS, retrouvât très rapidement son cours normal et que la relance économique se soit remise en marche, Asia Inflight ne réussit pas à rattraper son retard. La bonne nouvelle est qu'à partir de 2004 le magazine Asia Inflight sera à bord de plus de 30 lignes et compagnies aériennes. Avec un tirage de 420 000 et plus de trois millions de lecteurs, ce magazine de bord consolide ainsi sa position de plus grand magazine de Chine à tirage certifié.

Les autres titres réussirent tous à augmenter une nouvelle fois le volume de leurs annonces de 22 (City Weekend) à 33,5 pour cent (revues spécialisées de Ringier). Ringier Trade lança, en 2003, trois nouveaux titres sur le marché et est, avec à présent quinze titres, un joueur de poids dans le pays. Trois autres lancements sont prévus pour 2004. Notre revue spécialisée en anglais China International Business s'est, elle aussi, bien développée avec une augmentation de 29 pour cent.

Nos plus gros efforts furent consacrés à la mise sur pied de Betty's Kitchen, le pendant en anglais du journal de Betty Bossi lancé à l'automne 2002. Betty's Kitchen reste la première de nos priorités. Le premier livre de cuisine est paru, parution qui sera suivie d'une émission télévisée hebdomadaire.

Malgré la crise du SRAS, le Viêt-nam connut en tout et pour tout une bonne année. L'organisation des SEA-Games à la fin de l'année assigna au pays une forte poussée, dont tous les titres profitèrent. La palme revint à notre magazine de mode Thòi Trang Trè, qui fêta son dixième anniversaire.

L'imprimerie Ringier Print à Hongkong accomplit, malgré la crise du SRAS et la récession, avec succès le retournement de situation et réussit de nouveau de gagner des parts de marché.

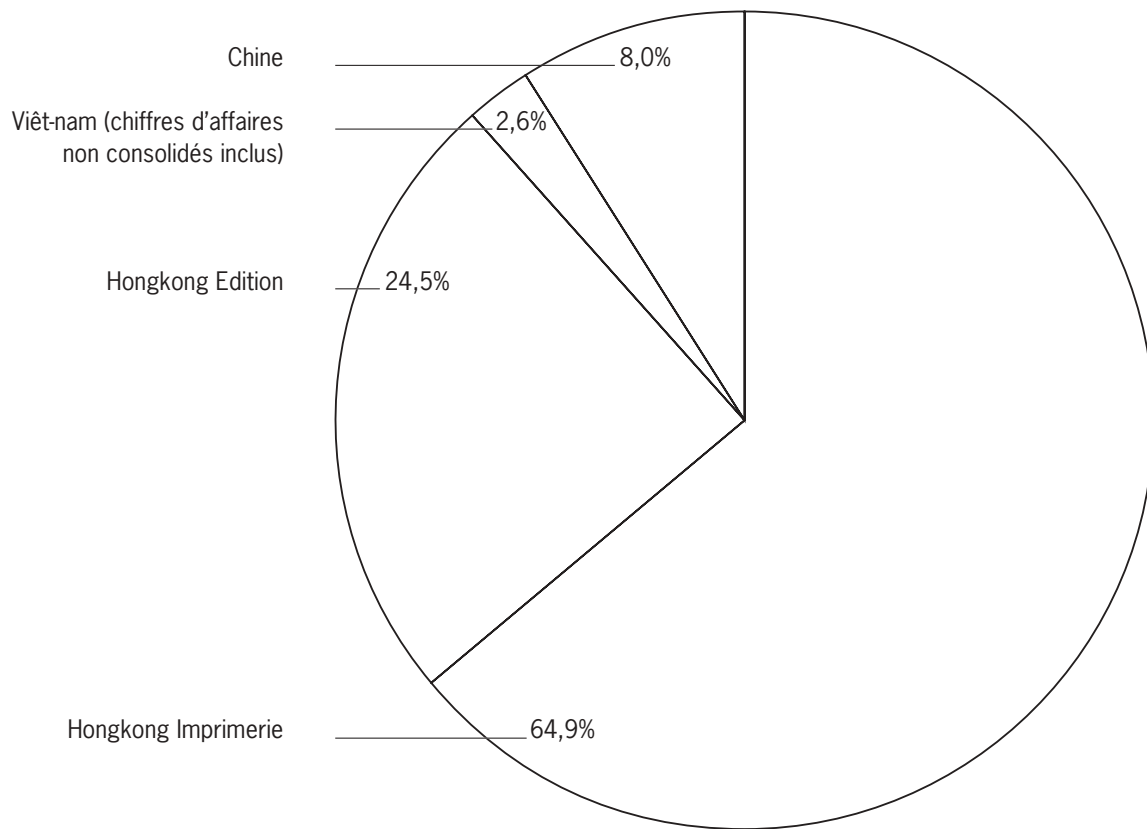
Chiffres d'affaires Asie

	2003	2002	2001
Total en millions CHF	45.0 (1.0*)	46.4 (2.3*)	43.4 (4.2*)
Recettes des ventes	0.7	0.9	1.5
Recettes publicitaires	14.1	16.7	15.6
Recettes imprimerie	28.5	27.2	23.7
Divers	1.7	1.6	2.6

* Part non consolidée

Parts de chiffres d'affaires Asie

en pour cent





Kiev 88, 4.6 lbs. (2.1 kg)
Manufacturer: Zavod Arsenal Factory, Kiev, Ukraine
Date of production: 1983–87
Douglas M. Parker Studio, Glendale, California
March 28, 2003 (No. 3)
2003
Dye transfer print
16 x 20 inches; 40.6 x 50.8 cm paper size
Ed. of 10

L'environnement économique s'est – contrairement aux suppositions – une nouvelle fois détérioré. L'imprimerie de Zofingue continua d'être confrontée à des surcapacités massives en Europe et dans les pays de l'Est dont les frontières continuent à tomber. Ces surcapacités firent bien plus largement pression sur les prix que quelques signes de reprise hésitante du côté de la demande. Contrairement à cela, l'impression de journaux se développa merveilleusement grâce à une forte exploitation de la capacité de rendement avec des contrats assurés à long terme et une rigoureuse gestion de coûts. Trois activités particulières valent la peine d'être mentionnées.

La fermeture de l'imprimerie de Winterthour se déroula comme prévu. Des capacités considérables furent ainsi enlevées du marché suisse. Durant les trois derniers mois, les périodiques furent successivement transférés à Zofingue. Ils augmentèrent massivement la part de ceux-ci. L'extension en cours depuis l'année 2000 de la capacité des rotatives offset parallèlement au retrait de l'héliogravure arriva à son terme au milieu de l'année. Deux machines 48 pages ainsi que de nouvelles installations post-presse automatisées pour l'essentiel assurent la capacité productive. L'imprimerie de journaux d'Adligenswil prouva sa qualité et son efficacité en participant à des concours internationaux et nationaux et en se voyant attribuer, dans la poule finale, le prix Esprix-Suisse.

La situation financière s'améliora légèrement par rapport à l'année précédente. Ceci grâce à l'excellente performance de l'imprimerie de journaux d'Adligenswil et de diverses positions extraordinaires en liaison avec la fermeture de l'imprimerie de Winterthour. Les volumes à l'export souffrirent particulièrement d'un recul de 13 pour cent ainsi que les commandes individuelles en Suisse d'une baisse de 14 pour cent. La part des périodiques dans l'imprimerie de Zofingue augmenta de 43 à 46 pour cent, les éditions propres représentant à elles seules 35 pour cent. A Adligenswil, la part correspondante s'élève à 58 pour cent.

L'année 2004 sera marquée, à Zofingue, par le programme de restructuration «Futura» prévoyant la suppression de 90 postes de travail dans le courant des trois prochaines années. La fermeture de l'imprimerie de Winterthour permettra également d'améliorer les résultats. Dans l'imprimerie de journaux, il s'agit de continuer à optimiser les résultats déjà bons et de préparer le positionnement stratégique en vue d'assurer l'impression de journaux à long terme.

Production imprimerie

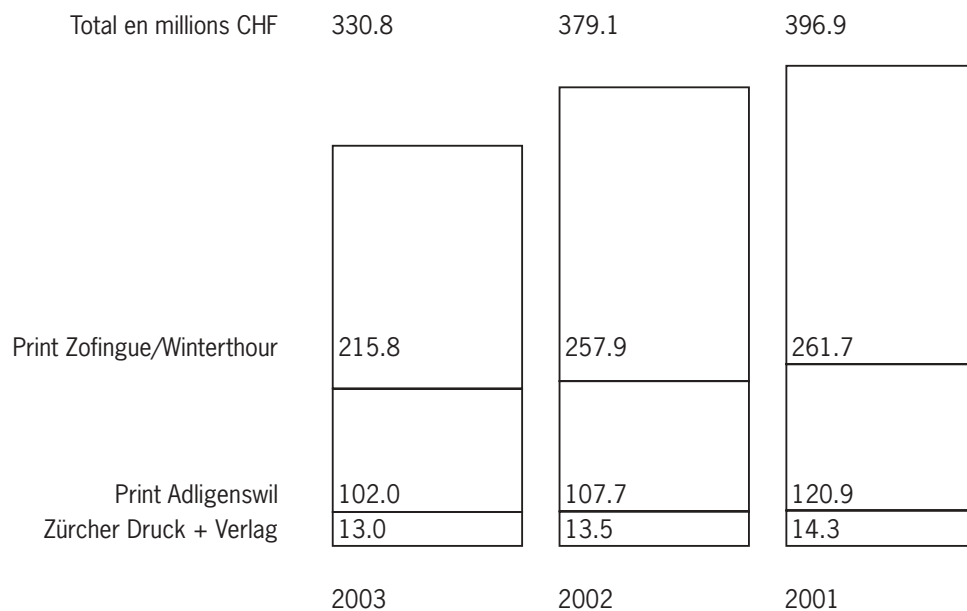
	mio. CHF 2003	mio. CHF 2002	mio. CHF 2001	Fluctuations en %
Chiffres d'affaires	330.8	379.1	396.9	-12,7
Travaux pour tiers	203.1	239.0	243.4	-15,0
Editions propres	127.7	140.1	153.5	-8,9
Plus-value	189.6	207.6	213.6	-8,7
Coûts du personnel	140.7	146.7	139.7	-4,1

Chiffres d'affaires imprimerie tiers

Total en millions CHF	203.1	239.0	243.4
Impression export	38.9	47.0	67.1
Impression Suisse	151.6	179.1	167.8
Divers	12.6	12.9	8.5
	2003	2002	2001



Total chiffres d'affaires imprimerie par site



Ressources humaines

Du côté du personnel, l'année 2003 fut marquée par un projet d'endiguement des coûts qui conduisit également à des suppressions de postes de travail. Pour les collaborateurs concernés, un concept social fut mis sur pied en collaboration avec les partenaires sociaux. 48 employés perdirent leur place. Grâce à un management de personnel actif qui s'occupait également des personnes ayant quitté l'entreprise, les cas sociaux purent être amortis. Des solutions internes ou externes purent être trouvées pour la majorité du personnel congédié. Par l'application de mesures d'épargne, de principes éthiques clairs et un accompagnement professionnel de tous les groupes d'exigences, Ringier AG affermit sa réputation d'employeur responsable.

La pression économique se fera ressentir encore plus fortement à l'avenir. C'est également, selon une étude de l'Université de Berne, l'avis largement répandu de rédacteurs en chef interrogés à ce sujet. Sous ce point de vue se pose la question de savoir ce qu'un management de ressources humaines peut faire pour assurer la qualité dans les rédactions. Comment peut-il accompagner le transfert imperceptible de l'activité de dirigeant du publicitaire au «manager»? Dans le cadre des mesures d'épargne, les cours de formation donnés aux rédacteurs en chef leur valurent un grand professionnalisme dans l'abord d'importantes décisions en matière de personnel.

L'introduction, au sein de la maison d'édition, d'un concept de jugement des performances représenta par ailleurs un moyen primordial pour guider la qualité. Les entretiens de qualification du personnel constituèrent en même temps le programme du nouveau système d'appréciation. Au centre se situe le dialogue entre le collaborateur et son supérieur, dialogue au cours duquel il est question des buts atteints et non atteints et non de l'évaluation unilatérale des performances dudit collaborateur. Des critères d'appréciation ayant trait de manière spécifique à l'activité journalistique renvoient un écho adéquat au personnel de rédaction.

Structure du personnel

	2003	2002	2001
Editions Ringier	1343	1433	1936
Ringier Print Adligenswil	493	479	503
Ringier Print Zofingen	927	958	967
Zürcher Druck + Verlag	66	69	67
Editions Betty Bossi	105	87	70
Druckerei Winterthur AG	52	258	370
Ringier Suisse	2986	3284	3913
Suisse	2986	3284	3913
Allemagne	-	-	20
République tchèque	657	647	650
Slovaquie	107	110	100
Hongrie	852	737	750
Roumanie	370	254	230
Asie	467	387	416
Ringier Groupe	5439	5419	6079

Principales participations Suisse

Comme annoncé lors de la reprise 2001, les deux entreprises Winterthur dw AG et ColorServ AG, Winterthour, furent fermées en fin d'année; les ordres furent transmis aux deux imprimeries de Zofingue et d'Adligenswil et les sociétés intégrées par fusion dans Ringier Print Zofingen AG, Zofingue. Après un examen approfondi, la Commission de la concurrence (Comco) autorisa, en octobre, la reprise d'une majorité dans Le Temps SA, Genève, par Le Nouveau Quotidien ERL SA, Lausanne. Dans le cadre de ce projet, Ringier augmenta de 20 pour cent initialement à 50 pour cent sa participation dans Le Nouveau Quotidien. En septembre, la Comco donna également son feu vert pour la reprise de 100 pour cent dans Bolero Zeitschriftenverlag AG et sa succursale B.online GmbH à Zurich.

En juillet, Ringier vendit 100 pour cent des parts qu'elle détenait dans Fastnet SA, Saint-Sulpice – société spécialisée dans l'hébergement et la conception de sites Web – dans le cadre d'un MBO.

Addictive Productions AG, Zurich	100%	JRP Ringier Kunstverlag AG, Zurich	80%
Bolero Zeitschriftenverlag AG, Zurich	100%	Betty Bossi Verlag AG, Zurich	50%
Investhaus AG, Zurich	100%	Le Nouveau Quotidien ERL SA, Lausanne	50%
Mediamat AG, Zurich	100%	Sat.1 (Schweiz) AG, Zurich	50%
Rincovision AG, Zurich	100%	2R Media SA, Locarno	45%
Ringier Print Adligenswil AG, Adligenswil	100%	Good News Productions AG, Zurich	44%
Ringier Print Holding AG, Zurich	100%	Teleclub AG, Zurich	33%
Ringier Print Zofingen AG, Zofingue	100%	SMD Schweizer Mediendaten- bank AG, Zurich	33%
Zürcher Druck + Verlag AG, Zoug	100%	PresseTV AG, Zurich	30%
Prevision AG, Zofingue	85%	PrintOnline AG, Schlieren	25%
SMI Schule für Medienintegration AG, Zofingue	85%	Schober Direct Media AG, Bachenbülach	20%
		Radio Pilatus AG, Lucerne	18%

Principales participations Europe et Asie

Dans le cadre du partenariat avec Gruner + Jahr AG & Co., Hambourg, Ringier AG reprit, en janvier, 17,65 pour cent de plus dans la société éditoriale de Nepszabadsag à Budapest, premier quotidien national de Hongrie. La commission de la concurrence hongroise interdit, dans un premier temps, l'acquisition de plus de 50 pour cent dans cette société; la procédure est toujours en suspens.

En novembre, Ringier et Gruner + Jahr décidèrent de dissoudre leur partenariat scellé en 2001. Par la suite, Ringier reprit de Gruner + Jahr la participation minoritaire de celui-ci dans Ringier Nederland B.V., Amsterdam, regroupant les activités de Ringier en République tchèque et en Slovaquie. Par ailleurs, Ringier reprit 51 pour cent dans Vydavatelstvo Casopisov a Novin s.r.o., Bratislava, société éditoriale de Novy Cas, premier quotidien du marché slovaque. Ringier acquit en plus 100 pour cent dans Expres s.r.l., Bucarest – société éditrice du quotidien national Evenimentul Zilei. Dans le cadre de la séparation de Gruner + Jahr, Ringier reprit en outre ses parts de 74,90 pour cent dans Blic Press d.o.o. – éditeur du Blic, premier journal de boulevard de Serbie – et dans Blic Marketing d.o.o. à Belgrade.

En République tchèque, Ringier reprit 20 pour cent en plus de sa participation de 2001 dans Ceskoslovensky Sport s.r.o., Prague, la portant ainsi à 100 pour cent.

Ringier Publishing GmbH, Munich	100%	Euromedia Bt., Budapest	50%
Ringier France SA, Paris	100%	Ringier Romania s.r.l., Bucarest	100%
Ringier CR a.s., Prague	100%	Expres s.r.l., Bucarest	100%
Ceskoslovensky Sport s.r.o., Prague	100%	S.C. Editura Sportrom s.r.l., Bucarest	100%
Ringier Print Praha a.s., Prague	100%	S.C. Editura Bauer s.r.l., Bucarest	50%
Ringier Print s.r.o., Ostrava	100%	Blic Press d.o.o., Beograd	74,9%
PNS a.s., Prague	27%	Blic Marketing d.o.o., Beograd	74,9%
Euroskop-Ringier a.s., Bratislava	100%	Ringier Pacific Ltd., Hongkong	100%
Vydavatelstvo Casopisov a Novin s.r.o., Bratislava	100%	Ringier Print (HK) Ltd., Hongkong	100%
Ringier Kiado Kft., Budapest	100%	Asia Inflight Ltd., Hongkong	100%
Ringier Print Budapest Rt., Budapest	100%	Ringier Trade Publishing Ltd., Hongkong	100%
Nepszabadsag Rt., Budapest*	67,64%	Beijing Ringier International Advertising Co., Ltd., Beijing	50%
Europress Kft., Budapest	50%	Adnet Co. Ltd., Hanoi	51%

* L'autorisation de la reprise de 17,64 pour cent des parts est encore en suspens auprès de la commission de la concurrence hongroise.

Organisation

Ringier AG
Propriétaires

Evelyn Lingg-Ringier

Annette Ringier

Michael Ringier

Ringier AG
Conseil d'administration

Michael Ringier
Président

Dr. Uli Sigg
Vice-directeur

Oscar Frei
Membre

Jan O. Frøshaug
Membre

Dr. Hans-Olaf Henkel
Membre

Martin Werfeli
Secrétaire

Ringier AG
Direction du groupe

Martin Werfeli
Président

Ulrich Flörchinger
Finances

Silvia Lepiarczyk
Europe

Alexander Theobald
Magazines

Thomas Trüb
Médias économiques, Pacific

Bernhard Weissberg
Journaux

Ringier AG
Services

Caterina Ammann
Juridique

Hans Jürg Deutsch
Télévision

Eva Keller
Corporate Communications

Jean-Luc Mauron
Ressources humaines

Frank A. Meyer

Jacques Pilet
Développement médias

Ringier Print Holding AG
Conseil d'administration

Martin Werfeli
Président

Ulrich Flörchinger
Membre

Peter Karlen
Membre

Ringier Print Holding AG
Direction commerciale

Dr. Hans Jakob Strickler
Ringier Print Holding AG et
Ringier Print Zofingen AG

Karl Lehmann
Ringier Print Adligenswil AG

Urban Möll
Zürcher Druck + Verlag AG

Epilogue

Nous savons maintenant, après tant d'années d'expérience, à quoi doivent ressembler les produits de marketing que nous appelons journaux et magazines. On ausculte leur lectorat, on passe leur layout au scanner. Ils naissent en soufflerie expérimentale. Et c'est ainsi qu'on les voit: toujours à la dernière mode, tous semblables. Comme les autos.

Mais la presse peut-elle rimer avec laboratoire industriel? A en juger au recul du nombre global des lecteurs, on peut en douter. La baisse d'intérêt du public est un problème fondamental des médias «print». Y a-t-il une solution?

Peut-être que le mot «print» est déjà faux. Faisons-nous vraiment «impression»? Nous imprimons surtout du papier. Journaux et magazines forment la culture écrite, la culture du quotidien, donc la culture tout court. Comment la cultivons-nous? Comment était-elle cultivée hier?

Autrefois les quotidiens et les périodiques étaient remplis de textes jusqu'à ras bord. On y trouvait du récit vécu, en politique, en culture, en tout domaine. Quant à l'article de une, il était la plus noble forme du discours politique, un morceau littéraire imprimé en plusieurs épisodes.

Ces deux genres ont pratiquement disparu. On offre maintenant des «stories», ce qui veut dire histoires mais qui n'a plus grand'chose à voir avec le récit. La forme unique de nos médias passés à la moulinette industrielle est faite d'un mélange de «news» tripatouillées, de citations dispersées, tout cela saupoudré de formules vaguement sarcastiques. Les «news» au lieu des idées, les citations au lieu de la pensée, les coups de griffe à la place du style.

Autrefois? Les articles de tête, les récits, les reportages étaient longs jusqu'à déborder des pages. Ecrits avec passion, politiquement engagés, dès lors injustes, partisans même, mais marqués pour la plupart d'une patte inimitable. Tout journaliste prétendait en savoir plus, se targuait d'avoir la meilleure plume et voulait refaire le monde, ne fut-ce qu'au village.

De tout cela les professionnels du «print» ne peuvent que rire aujourd'hui. D'un rire qui devrait leur rester dans le cou. Car jusque dans les années soixante, des personnalités d'écrivains peuplaient la noble faune dans la jungle de l'écrit. Les lecteurs avaient leurs journalistes préférés, choisissaient même leurs journaux selon les plumes qu'ils y trouvaient.

Les cerfs de la place livraient entre eux de grands combats: des polémiques culturelles et politiques qui se prolongeaient au-delà des journaux. Les Eberhard, Oeri, Bretscher, Dürrenmatt, Brodmann, Fleig, Kuhn, débattaient entre eux, les uns contre les autres, les uns par-dessus les autres. Avec plaisir. Et pour le plaisir de leurs lecteurs.

Peut-être serait-il temps de rendre au journalisme sa fonction dans la pensée contemporaine et dans la culture écrite. Rétablir l'article de réflexion à la une. Redécouvrir l'engagement face à la politique, à l'économie, à la société. Trouver des auteurs capables de poser à nouveau des repères – des phares! – dans nos débats, parce que capables aussi de débattre entre eux. Peut-être serait-il temps de soigner le mot, de cultiver la langue, d'encourager les talents d'écriture.

Il se pourrait qu'ainsi nous retrouvions des lecteurs qui se sont détournés de nos journaux et magazines parce qu'ils ne supportent plus les accès d'humeur en lieu et place du style, parce que la banalité des «produits print» les ennue. Peut-être, oui peut-être, ces lecteurs retrouveraient-ils le plaisir de lire. Pour autant que les journalistes se remettent à écrire.

Frank A. Meyer

Publications et tirages

Suisse		Asie	
	*Tirage		Tirage
Betty Bossi	**922 072	Chine	
Blick	275 275		
Bolero	22 803	Betty's Kitchen	200 000
Cash	57 001	CAAC Inflight Magazine	420 000
edelweiss (français)	24 333	China International Business	30 000
Gesundheit Sprechstunde	83 925	City Weekend (Beijing/Shanghai)	160 000
GlücksPost	162 597	Publications spécialisées	
il caffè (gratuit)	51 117	(15 titres)	100 000
L'Hebdo	47 085		
L'Illustré	92 150	Viêt-nam	
Montres Passion/Uhrenwelt	90 000		
Schweizer Illustrierte	251 550	The Guide	30 000
SonntagsBlick	300 300	Thòi Báo Kinh Tê	38 000
Tele	200 444	Thòi Trang Trè (New Fashion)	45 000
TV täglich (supplément)	***1 221 000	Tu Vân Tiêu Dùng	35 000
TV8	74 689	Vietnam Economic Times	20 000

* REMP 2004

** REMP 2002

*** pas contrôlé par REMP

Europe centrale et de l'Est

	*Tirage		*Tirage
République tchèque		Hongrie	
abc	63 593	Blikk	249 710
Blesk	458 295	Blikk TV Magazin	**282 000
Blesk Magazin	549 189	Bravo	43 522
Nedelni Blesk	318 075	Bravo Girl	47 701
Reflex	56 351	Buci Maci	19 292
Sport	63 218	Képes Sport	**25 000
Sport Magazin	61 729	Magyar Hirlap	33 037
tv plus	123 828	Mai Nap	**36 600
Tydenik Televize	178 044	Nemzeti Sport	93 429
tv revue	119 036	Nepszabadsag	173 318
		Jövö7	**207 000
Serbie		Tina	92 144
		Tina Extra	80 139
Blic	**97 400	Vasarnapi Blikk	216 010
Blic TV Magazin	**138 500		
Blic Zabava	**94 500	Roumanie	
Slovaquie		Bravo	86 838
		Bravo Girl	65 405
Euro Televizia	143 815	Capital	48 263
Eva	82 425	Libertatea	246 887
Novy Cas	144 209	Libertatea Sunday	156 743
Novy Cas Weekend	**231 000	Libertatea Weekend	417 560
Novy Cas pre Zeny	**192 000	Lumea Femeilor	49 328
TeleMagazin	64 211	ProSport	64 958
Rodina	53 476	ProSport Sunday	43 030
Zivot	140 824	Tvmania	147 570
		TV Satelit	101 456
		Unica	47 232

* officiellement contrôlé

** pas de contrôle officiel possible

Sites

Suisse

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
Postfach 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

Ringier AG
Brühlstrasse 5
CH-4800 Zofingue
Téléphone +41 62 746 31 11
Téléfax +41 62 746 36 16
www.ringier.ch

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

RingierTV
Hagenholzstrasse 83b
CH-8050 Zurich
Téléphone +41 1 308 54 54
Téléfax +41 1 308 54 40
info@ringier.tv
www.ringier.tv

Ringier SA
Pont Bessières 3
CH-1002 Lausanne
Téléphone +41 21 331 70 00
Téléfax +41 21 331 70 01
www.ringier.ch

Europe centrale et de l'Est

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

Roumanie

Ringier Romania S.R.L.
Fabrica de Glucoza nr. 5
Sector 2, RO-Bucuresti
Téléphone +401 20 30 800
Téléfax +401 20 35 621
www.ringier.ro

Serbie

IP «Blic Press» d.o.o.
Masarikova 5/IX
YU-11000 Beograd
Téléphone +381 11 3619 471
Téléfax +381 11 3619 326
www.blic.co.yu

Slovaquie

Euroskop-Ringier a.s.
Prievozska 14
SK-812 78 Bratislava
Téléphone +421 258 227 111
Téléfax +421 258 227 121
www.euroskop.sk

Asie

République tchèque

Ringier CR a.s.
Zerotinova 32
CZ-130 00 Praha 3
Téléphone +420 225 097 797
Téléfax +420 267 097 718
www.ringier.cz

Imprimeries:

Ringier Print s.r.o.
Novinarska 1254/7
CZ-709 70 Ostrava
Téléphone +420 596 668 111
Téléfax +420 596 626 437
info@ringier-print.cz

Ringier Print Praha a.s.
Cernokostelecka 145
CZ-108 00 Praha 10
Téléphone +420 225 283 203
Téléfax +420 225 283 208

Hongrie

Ringier Kiado Kft.
Szuglo utca 83-85
HU-1141 Budapest
Téléphone +36 1 460 25 00
Téléfax +36 1 460 25 01
kiado@ringier.hu

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

Chine

Ringier Pacific Ltd.
6F, Right Emperor
Commercial Bldg.
122-124 Wellington Street
Central, Hongkong
Téléphone +52 2369 8788
Téléfax +52 2869 5919
service@ringier.com.hk
www.ringierpacific.com

Ringier Print (HK) Ltd.
11-13 Dai Kwai Street
Tai Po, Industrial Estate
Tai Po, N.T. Hongkong
Téléphone +52 2660 2666
Téléfax +52 2664 1993
info@ringierprint.com.hk
www.ringierprint.com.hk

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 +6 10 6528 1841
Téléfax +6 10 6528 0152
thaihoa@ringierasia.com
www.ringierpacific.com

Viêt-nam

Ringier Representative Office
25, Thanh Mien street
Dong Da district
Hanoi, Viêt-nam
Téléphone +84 4 77 61 660
Téléfax +84 4 77 61 660
ringier.sh@hn.vnn.vn

Impressum

Editrice	Ringier AG, Corporate Communications, Zurich
Direction du projet	Myrta Bugini
Curatrice	Beatrix Ruf
Beaux-Arts	Christopher Williams
Concept visuel et mise en page	Ines Häny, Schlumpf & Partner AG, Zurich; Mathias Poledna; Christopher Williams
Photographe al dente	Dave Brüllmann, Forch
Traductrice	Madeleine de Couët, Risch
Correcteur	USG Co-Text, Zurich
Lithographies	Traitement électronique de l'image Ringier AG, Zurich
Impression	Zürcher Druck + Verlag AG, Rotkreuz
Reliure	Burkhardt AG, Mönchaltorf
Papier	Gmund Colors 19, brun clair mat, sans bois, sans chlore Biberist Allegro, blanc brillant, couché des deux côtés, sans bois

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

Zurich, avril 2004

Supplément, 2003

DVD, 332 min 17 sec, couleur, son

Régie	Christopher Williams
Interprètes	Sven Epiney Sibylle Sager Andreas C. Studer ainsi que Renate Christen Dominique Roth Linus Weber
Direction du projet	Myrta Bugini
Curatrice	Beatrix Ruf
Production	Ringier AG
Producteur	Philipp Flury
Régisseur des prises de vue	Robert Wagner
Découpage	Fabian Meier
Directeur de la photographie	Nicolas Suter
Script	Karin Heckmann
Caméra	Matthias Gruic Ernst Inhelder Oliver Koch Claudia Koenemann
Son	Peter Ottiger Anja Schulze Stefan Staub
Lumière	Jürg Henle Matthias Kern Peter Merz Andreas Schönbächler Walter Uster
Technique	Luis Baumgartner Philipp Keller Boris Ruch
Accessoires Betty Bossi	Monika Trueb Lilo Balmer Regula Brodbeck Beatrice Käser Lilo Knecht Brigit Langhart Melitta Meyer

	Maja Ruckli
	Caterina Ruggia
	Esther Spahr
	Claudia Stalder
	Barbara Wohlgemuth
Musique	Arnold Schönberg, musique d'accompagnement d'une scène de film (danger menaçant, peur, catastrophe), OP. 34, BBC Symphony Orchestra, chef d'orchestre Pierre Boulez, Sony Classical SMK 48 462
Production DVD	RingierTV
Hôtel	Seehof Zurich
Transport	United Airlines
Pour	Ann Goldstein

SUPPLEMENT



KV

80