
Rapport Annuel 2007

Ringier SA

Impressum

Editeur	Ringier AG, Group Communications, Zurich
Direction	Marco Castellaneta
Direction du projet	Myrta Bugini
Conservatrice	Beatrix Ruf, Zurich
Artistes et conception visuelle	Peter Fischli, David Weiss, Zurich
Design graphique	NORM, Zurich
Coordination éditoriale	Lionel Bovier, JRP Ringier Kunstverlag, Zurich
Traducteur	Jean-Luc Ingold, Genève
Lithogravure	Ringier AG Specter, Zurich
Impression	Zürcher Druck + Verlag AG, Rotkreuz
Reliure	Schumacher AG, Schmitzen
Papier (intérieur)	Biberist Allegro, 115 g/m ²
Papier (couverture)	Ideal Premier, 350 g/m ²
Caractère typographique	Replica, www.lineto.com
Le rapport annuel de Ringier paraît en	Français Allemand Anglais
Vous pouvez commander des exemplaires supplémentaires à l'adresse suivante:	Ringier AG Group Communications Dufourstrasse 23 CH-8008 Zurich Téléphone +41 44 259 64 00 Téléfax +41 44 259 86 35 info@ringier.ch www.ringier.ch www.ringier.com
	Zurich, mars 2008

Sommaire

Prologue	5
L'année Ringier	7
Ringier en chiffres	8
Résultats	9
Compte de pertes et profits	10
Nouveaux médias	11
Ringier Suisse	14
Ringier Allemagne	16
Ringier Tchéquie	17
Ringier Hongrie	18
Ringier Roumanie	19
Ringier Slovaquie	20
Ringier Serbie	21
Ringier Ukraine	22
Ringier Pacific	24
Print	26
Participations	28
Human Resources	30
Communication du groupe	31
Informatique du groupe	31
Responsabilité sociale d'entreprise	32
Organisation	33
Produits et tirages	34
Sites	36
Evénements	38
Partie art	40–840

Prologue

Michael Ringier, éditeur

«C'est l'histoire d'une des entreprises les plus originales d'un des pays les plus remarquables du monde.» C'est ainsi que débute le livre que Karl Lüönd a écrit à l'occasion du 175^e anniversaire de Ringier. Ce qu'il raconte sur quelque cinq cents pages n'est pas, simplement, l'histoire passionnante d'une entreprise de médias. C'est aussi un modeste pan de l'histoire économique suisse.

Tout aussi original, mais sur 840 pages, voici le rapport d'activité de cette année, une œuvre d'art des deux artistes suisses Peter Fischli et David Weiss. Bien que, dans le domaine artistique, je ne sache aucun nationalisme, je leur suis reconnaissant de s'être consacrés à la conception de ce rapport annuel. Car Fischli & Weiss se réclament de qualités auxquelles Ringier se rallie, encore et toujours.

Fischli & Weiss ne sont pas simplement de prodigieux artistes suisses: ils sont de niveau international. Ils font partie des artistes les plus renommés et les plus reconnus de ces trente dernières années. C'est une aune à laquelle notre maison aime aussi se mesurer. Si on ne veut pas être le meilleur, on n'arrive même pas à la deuxième place.

Fischli & Weiss sont suisses, comme nous. Même s'ils ne célèbrent pas cette suissitude, elle est à la base de leur travail, quand bien même leur art bénéficie d'un large rayonnement international. Pour Ringier aussi, le fait d'être suisse aura encore de l'importance à l'avenir. Car les activités qu'exerce notre entreprise dans ce pays ne représentent pas la portion toujours plus congrue d'une multinationale des médias qui ne croît qu'à l'étranger. La part suisse reste, encore et toujours, au cœur du groupe dans son entier. Si nous n'arrivons pas chez nous à être parmi les meilleurs, ça ne marchera pas non plus ailleurs. Car nous avons travaillé pendant 175 ans dans ce pays, nous y avons combattu, gagné, perdu, mais surtout survécu. Et ces 175 années ont marqué l'entreprise. C'est exactement ça que l'auteur du livre sur notre entreprise a relevé: «Le fort ancrage (de Ringier) dans sa patrie a servi de base à son expansion sur les marchés étrangers éloignés», écrit Karl Lüönd.

Quelque chose d'autre me fascine dans le travail de Fischli & Weiss. C'est l'apparente banalité de leurs œuvres. Mais en y regardant de plus près,

on perçoit soudain à quel point leur art est pensé, précis et intelligent. C'est exactement la raison pour laquelle il a depuis longtemps pris place dans l'histoire de la culture. Chez Ringier aussi, nombre de choses sont nées de manière très peu orthodoxe. L'auteur de l'histoire de notre entreprise l'a aussi perçu quand il écrit que la société de médias la plus importante de Suisse «a grandi sans stratégie évidente». Il a vu parfaitement juste. Cela ne veut pas dire que nous n'en avons pas. Cela signifie seulement que, souvent, nous avons d'abord agi en tant qu'entreprise et ensuite développé une stratégie. La grande valeur des stratégies, c'est qu'on est contraint de penser au-delà de l'entreprise. Pour agir, il faut obligatoirement aussi de l'intuition et du bon sens. Il faut surtout le plaisir de faire quelque chose d'inhabituel et de peu ordinaire. Comme mon grand-père qui, au début du siècle dernier, s'est mis à publier des magazines, y compris en Suisse romande. Ou comme mon père qui a simplement lancé en Suisse le premier journal de boulevard, sans se soucier des réactions de colère et d'indignation. Ou comme les dirigeants responsables et les actionnaires de la génération actuelle qui, en pionniers, ont osé les premiers pas vers la Roumanie, la Serbie ou la Chine. Ne pas faire comme les autres peut constituer la recette du succès. Mais il s'agit avant tout de relever en permanence des défis et d'y prendre plaisir. Ce rapport annuel en est un merveilleux exemple.

L'année Ringier Martin Werfeli, CEO de Ringier AG

Il ne faut jamais être totalement satisfait. Mais, pour moi, l'année 2007 est à bien des points de vue réjouissants. D'une part, nous avons pu pour la sixième fois de suite améliorer nos résultats, d'autre part, au cours de l'an 1 de notre nouvelle stratégie, nous avons procédé à des changements importants qui nous permettent d'aborder l'âme légère notre année anniversaire.

Avec une augmentation de 9 pour cent de notre chiffre d'affaires, nous passons juste le cap du milliard et demi de francs, tandis que notre bénéfice a augmenté de 51,5 pour cent pour atteindre 102,7 millions de francs suisse et que le cash flow, lui aussi, fait un bond de 44,2 pour cent pour se fixer à 208,3 millions de francs suisse. Mais les chiffres ne disent pas tout et, surtout, ne permettent pas toujours les comparaisons. Certaines rentrées extraordinaires ont aussi permis ces bons résultats, ce qui me permet de passer aux changements liés à notre stratégie.

Nous avons vendu en 2007 les magazines de télévision du groupe, après que notre analyse a montré que nous étions simplement trop petits pour poursuivre seuls le développement électronique de ce genre particulier de média.

En contrepartie, durant l'année écoulée, nous avons commencé avec beaucoup d'allant à concrétiser notre stratégie digitale. Elle figure tout en haut de ma liste de priorités: en Hongrie et en Suisse, nous avons remanié avec succès les sites web de nos journaux de boulevard, *Blick* et *Blick*; en Roumanie, nous avons pris une participation minoritaire dans la nouvelle chaîne de télévision privée «Kanal D»; et en Suisse, en acquérant la majorité de *Radio Energy* à Zurich et de *Radio BE1* à Berne, nous avons pris pied dans le domaine de la radio. Ce faisant, nous allons mieux toucher un public cible plus jeune. Nous avons transformé le mensuel *CASH* en une plateforme multimédia et économique, à la fin de l'année dernière nous avons pu annoncer l'acquisition de 80 pour cent de *media swiss ag*, qui non seulement nous ouvre de nouvelles et intéressantes perspectives commerciales mais surtout nous fournit aussi un savoir-faire dont nous pourrions faire usage à l'échelle du groupe dans tous les pays où est implanté Ringier.

Nos médias imprimés, eux aussi, ont bénéficié d'importants investissements, car longtemps encore ils figureront au centre de nos affaires. Voilà pourquoi je suis heureux d'avoir pu une nouvelle fois ancrer à long terme notre présence dans certains pays européens. En reprenant *Aha!*, numéro 2 de la presse de boulevard tchèque, nous avons une fois encore renforcé notre leadership; en lançant le journal de boulevard *ALO!*, nous avons complété notre portefeuille en Serbie. Grâce à cela, nous occupons de solides positions dans pratiquement tous les pays et sommes armés pour l'avenir. Or celui-ci nous promet des défis de longue durée. Les tirages et chiffres d'audience en stagnation, associés à une forte pression sur les marges, ne sont plus seulement l'apanage de la Suisse. Ces défis, nous les envisageons crânement, car je sais que je peux aussi compter sur nos collaboratrices et collaborateurs du monde entier en cette année anniversaire.

Ringier en chiffres

CHIFFRES COMPARATIFS	2007 millions CHF	2007 millions EUR	2006 millions CHF	Fluctuation en %
CHIFFRES D'AFFAIRES EDITIONS SUISSE	557.7	340.1	569.7	-2.1
CHIFFRES D'AFFAIRES EUROPE	506.3	308.7	430.0	17.7
CHIFFRES D'AFFAIRES ASIE	71.3	43.5	62.2	14.6
CHIFFRES D'AFFAIRES IMPRIMERIE SUISSE	323.1	197.0	275.6	17.2
TOTAL	1 458.4	889.3	1 337.5	9.0
CASH-FLOW	208.3	127.0	144.5	44.2
- en % du chiffre d'affaires	14.3		10.8	
RÉSULTAT NET APRÈS IMPÔTS	102.7	62.6	67.8	51.5
- en % du chiffre d'affaires	7.0		5.1	
INVESTISSEMENTS	123.8	75.5	88.7	39.6
PERSONNEL		7 016	6 887	1.9

Résultats

Durant l'année prise 2007, grâce à une importante croissance en Europe centrale et de l'est, ainsi qu'en Asie et dans le print suisse, le chiffre d'affaires total du groupe a augmenté de 120,9 millions, soit 9 pour cent, pour se fixer à 1,46 milliards de francs. Cette augmentation comprend la première année complète d'exploitation des IRL ainsi que le chiffre d'affaires d'une demi-année de *Radio Energy*. En revanche, il a diminué en raison de la vente des magazines TV ainsi que par la fermeture de l'hebdomadaire CASH à mi-2007.

Grâce à une nouvelle bonne demande intérieure, les dépenses publicitaires en Suisse ont été supérieures à celles de l'année précédente, la publicité télévisée en tête. Les chiffres d'affaires annonces de Ringier Suisse ont surtout nettement augmenté dans le secteur des magazines de Suisse alémanique et de Suisse romande, avec un plus de 6,3 pour cent la division des médias électroniques a même réussi un bond de 43 pour cent, même si son niveau reste

relativement bas à l'aune internationale. Le recul des recettes des journaux que l'on constate en moyenne dans la branche a aussi frappé les nôtres, avec une baisse globale de 1,4 pour cent. La féroce concurrence régnant sur le marché du print a surtout affecté le marché d'exportation de Swissprinters, qui a connu une baisse de ses recettes. Les marchés d'Europe centrale et de l'est ont connu des développements très contrastés: croissance explosive en Serbie (+113 pour cent de recettes publicitaires), forte poussée des recettes publicitaires en Slovaquie et en Roumanie, mais de l'autre côté avancée modérée en Hongrie et consolidation en Tchéquie. En Asie, particulièrement en Chine, les chiffres d'affaires se sont à nouveau envolés grâce au boom du marché des magazines de bord.

Les dépenses, elles, ont progressé de 57,1 millions de francs, ou 4,8 pour cent, la plus grosse part revenant à l'achat de papier qui, sous l'effet conjugué de l'augmentation des prix et de celle des volumes utilisés, a crû en 2007 de 20,1 pour cent.

Le bénéfice après impôts a augmenté de 51,5 pour cent pour se fixer à 102,7 millions de francs. Pareil avec le cash flow, qui atteint à 208,3 millions de francs un niveau nettement plus élevé que celui de l'année précédente. Avec 7 pour cent, la marge bénéficiaire dépasse sensiblement les 5,1 pour cent de l'année précédente. Avec une valeur de 14,3 pour cent, le taux de cash flow est plus élevé que l'année précédente; comme les autres valeurs citées, celle-ci se voit également améliorée par des opérations exceptionnelles.

Les investissements de 123,8 millions de francs sont beaucoup plus importants que ceux de l'année précédente (88,7 millions). Au nombre des plus significatifs, citons la modernisation de notre imprimerie journaux d'Adligenswil, les participations à *Radio Energy* ainsi que ceux consentis pour les rotatives du groupe Swissprinters. Les plus grands investissements à l'étranger ont concerné la prise de contrôle du journal de boulevard *Aha!* en Tchéquie, la construction de notre nouvelle imprimerie à Ostrava, notre participation à la chaîne de télévision "Kanal D" en Roumanie ainsi que l'acquisition de la majorité de la société de distribution MediaLog en Hongrie. Tous ces investissements ont été entièrement autofinancés.

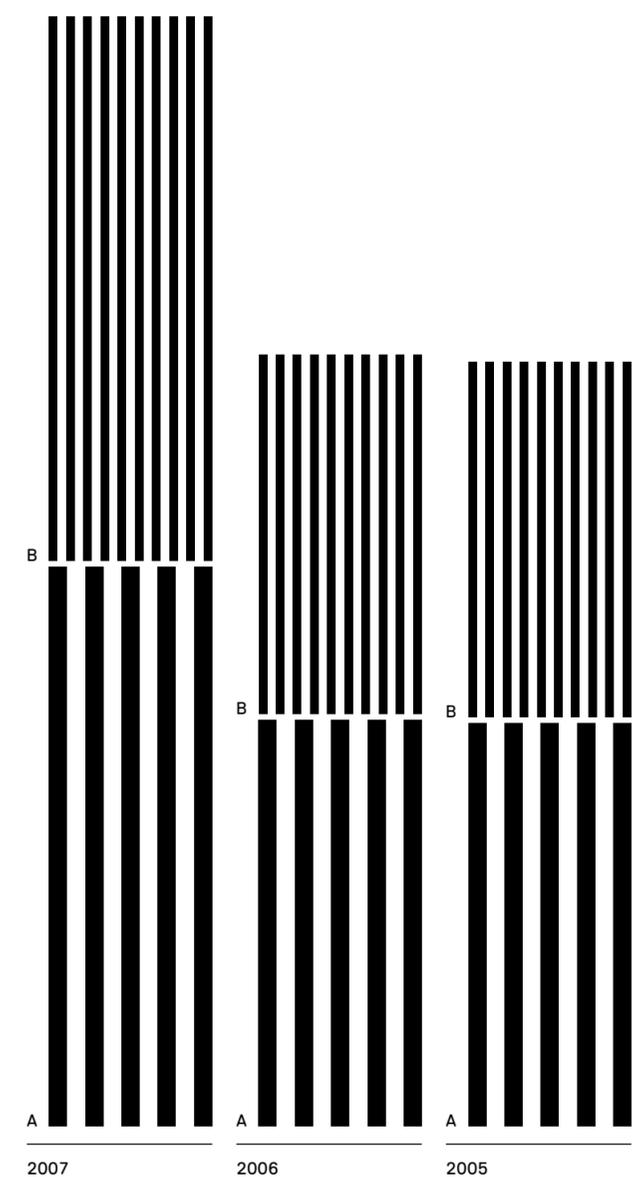
Les investissements dans de nouveaux produits ou sur de nouveaux marchés n'ont pas été activés mais, comme les années précédentes, directement imputés au compte de résultat.

Les comptes sont présentés comme les années précédentes selon les principes de Swiss GAAP FER. Toutes les sociétés suisses et étrangères dans lesquelles Ringier détient une participation directe ou indirecte de plus de 50 pour cent sont saisies selon la méthode de la consolidation intégrale. Nos participations de 50 pour cent sont consolidées au prorata. Les résultats partiels de nos participations minoritaires importantes sont saisis proportionnellement.

CASH-FLOW

	2007 mio. CHF	2006 mio. CHF	2005 mio. CHF
A Bénéfice net après impôts	102.7	67.8	67.1
B Amortissements	105.6	76.7	76.1

Total en millions CHF
208.3 144.5 143.2



2007

2006

2005

Compte de pertes et profits

RECETTES	2007 millions CHF	2007 millions Euro	2006 millions CHF	Fluctuation en %
CHIFFRES D'AFFAIRES				
Magazines, journaux	915.0	557.9	864.4	5.9
Travaux d'impression pour tiers	370.1	225.7	316.6	16.9
Médias électroniques	52.6	32.1	43.7	20.4
Betty Bossi	42.6	26.0	46.8	-9.0
Divers	78.1	47.6	66.0	18.3
CHARGES D'EXPLOITATION				
Personnel	465.0	283.6	414.4	12.2
- Salaires	370.5	226.0	344.3	7.6
- Charges sociales	71.9	43.8	50.5	42.4
- Frais annexes	22.6	13.8	19.6	15.3
Materiel et prestations externes	431.1	262.8	376.0	14.7
- Papier	215.4	131.3	179.3	20.1
- Encres d'imprimeries	21.9	13.4	19.4	12.9
- Autre matériel	29.1	17.7	34.8	-16.4
- Prestations externes	159.3	97.1	135.8	17.3
- Dépenses diverses	5.4	3.3	6.7	-19.4
Redaction, édition, transport, publicité	297.1	181.2	296.3	0.3
- Honoraires de rédaction	58.2	35.5	58.8	-1.0
- Frais de transport	103.5	63.1	96.5	7.3
- Publicité	102.9	62.8	113.3	-9.2
- Dépenses d'édition diverses	32.5	19.8	27.7	17.3
Dépenses générales	56.9	34.7	106.3	-46.5
CHIFFRES D'AFFAIRES TOTAL				
	1 458.4	889.3	1 337.5	9.0
CHARGES D'EXPLOITATION TOTAL				
	1 250.1	762.3	1 193.0	4.8
CASH-FLOW	208.3	127.0	144.5	44.2
AMORTISSEMENTS	105.6	64.4	76.7	37.7
RÉSULTAT NET APRÈS IMPÔTS	102.7	62.6	67.8	51.5

Nouveaux médias

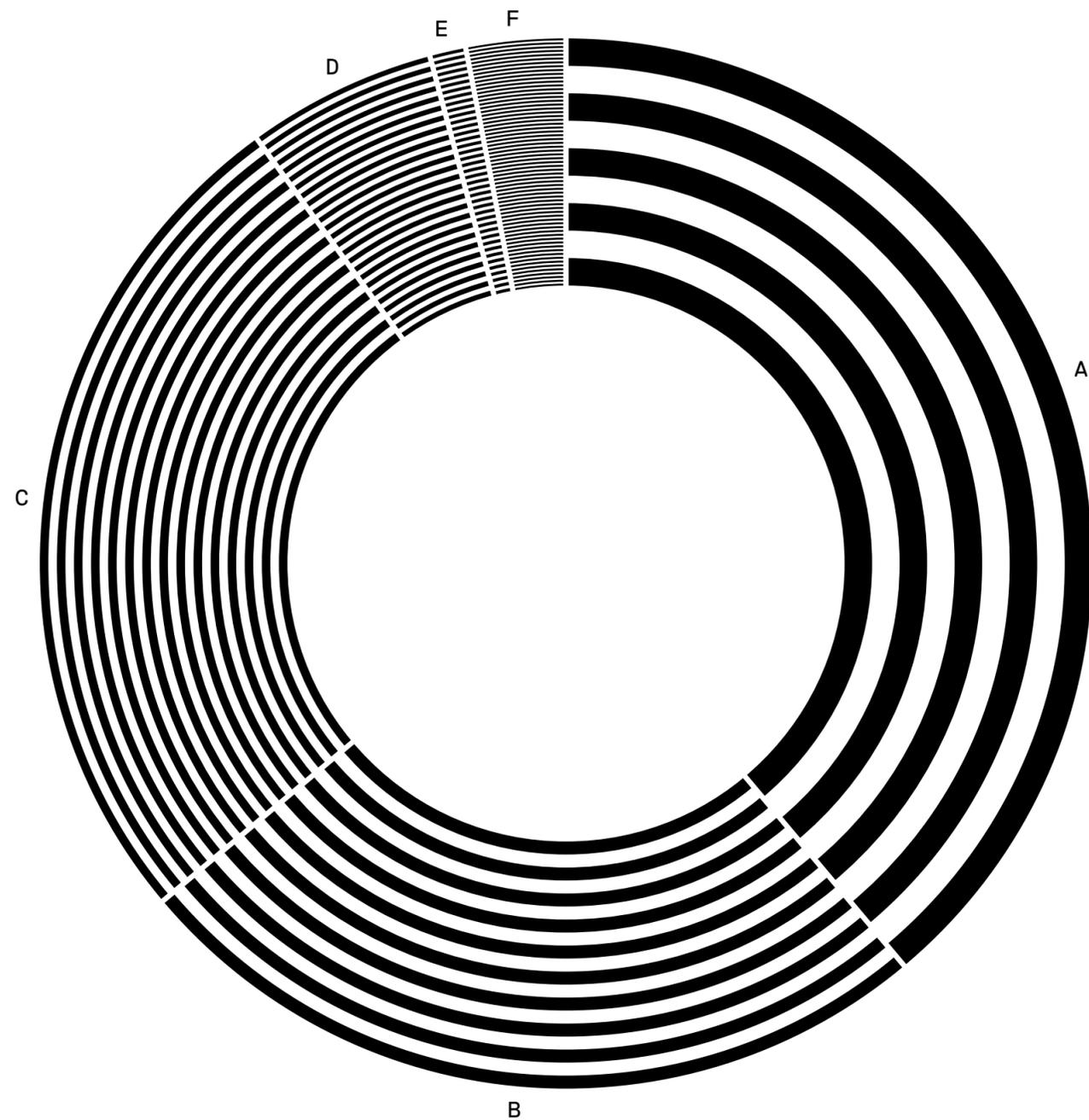
Ces prochaines années, en vertu de son nouvel objectif stratégique, Ringier compte progresser encore davantage dans les médias électroniques. Pour cela, les responsables des nouveaux médias des différents pays réunis en réseau ont élaboré une stratégie à l'échelle du groupe. Lors d'une première phase, les sites web infos des titres de boulevard continueront de se développer.

Sur son marché intérieur, la Suisse, Ringier occupe maintenant déjà une position de pointe dans le domaine des médias électroniques. En acquérant la majorité de *Radio Energy* et de *Radio BE1*, mais surtout en prenant le contrôle de *media swiss ag* (*Scout24*, *Gate24*), Ringier s'est solidement équipé pour affronter l'avenir digital. En 2008, ces entreprises seront intégrées et développées. Le savoir-faire de *media swiss ag* sera d'un grand secours pour les plateformes verticales et horizontales, y compris pour leur extension sur les marchés d'Europe centrale et de l'est.

L'année dernière, RingierTV a enrichi sa production de trois nouveaux shows de divertissement. De surcroît, en automne 2008 sera lancé sur le marché le premier film de cinéma. En 2007 a aussi été fondé le *webCenter* qui réalise des sujets animés pour les différents sites web de Ringier. Dans son domaine, le *webCenter* s'est déjà profilé comme le plus important fournisseur de Suisse.

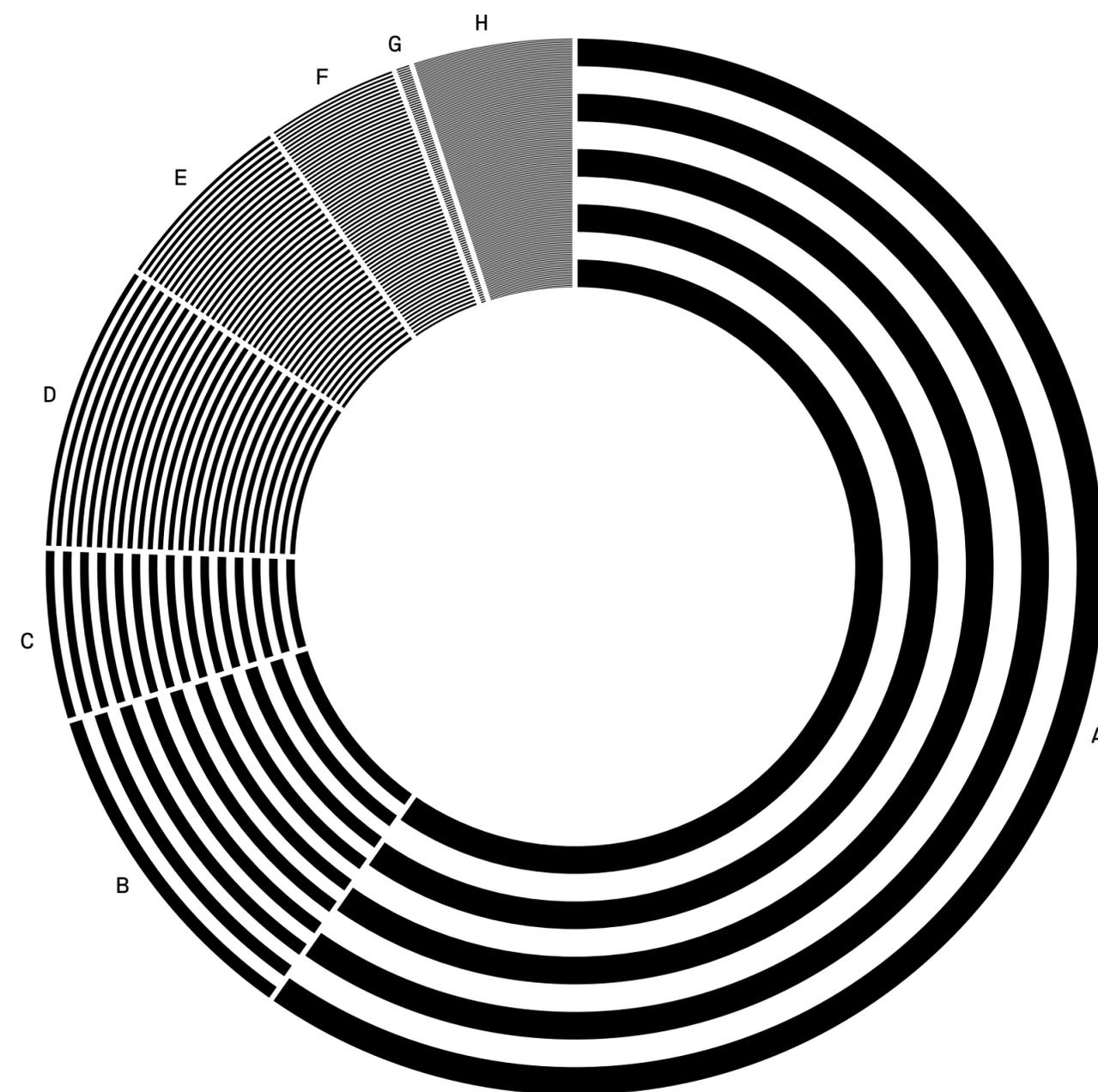
RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR SECTEURS D'ACTIVITÉ

A Journaux	38.9%
B Magazines	25.0%
C Travaux d'impression	26.5%
D Médias électroniques	5.5%
E Services/Logistique	0.7%
F Divers	3.4%



RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR PAYS

A Suisse (avec l'Allemagne)	60.39%
B Tchéquie	10.48%
C Slovaquie	5.21%
D Hongrie	8.96%
E Roumanie	5.80%
F Serbie	4.24%
G Ukraine	0.03%
H Pacific	4.89%



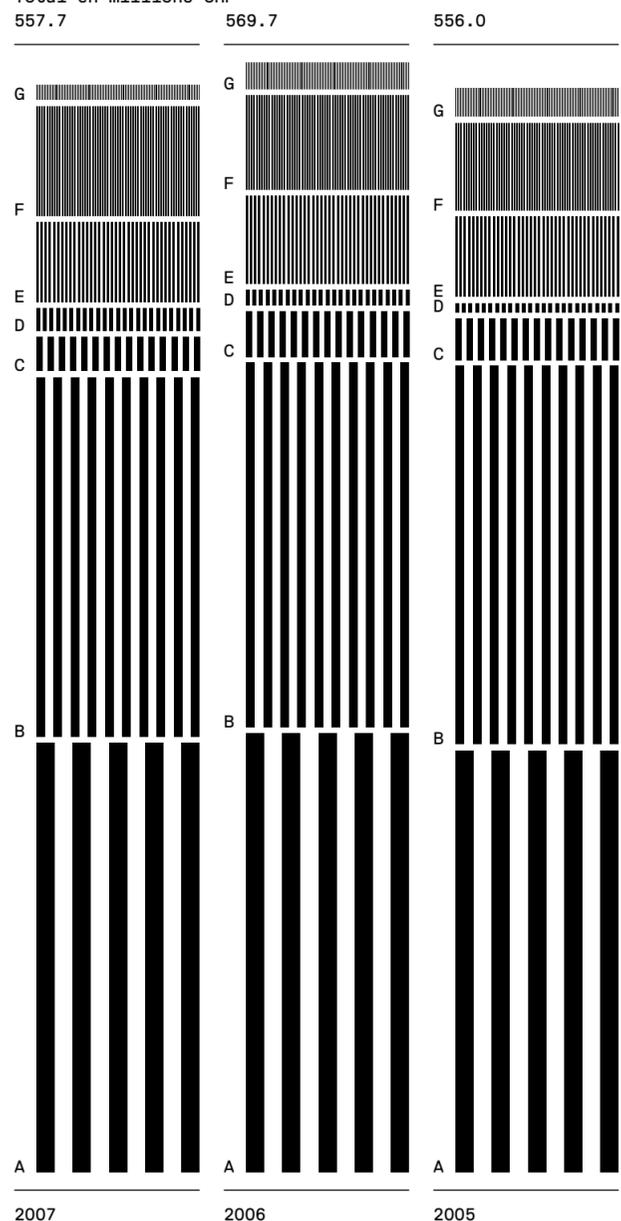
Ringier Suisse

L'année 2007 a été très favorable pour l'économie suisse, qui a bénéficié d'une croissance soutenue (2,9 pour cent) et d'un climat de consommation positif. Une fois encore, l'ensemble des activités de Ringier Suisse se bouclent sur un excellent résultat global. Cela notamment grâce aux recettes extraordinaires provenant de la vente – à l'éditeur allemand Axel Springer – de quatre de ses cinq magazines TV ainsi que du fichier abonnés de son hebdomadaire économique *CASH*. Ce dernier a cessé de paraître en juin, après 18 années d'existence, faute d'avoir pu trouver sa place sur un marché publicitaire toujours plus concurrentiel.

CHIFFRE D'AFFAIRES RINGIER SUISSE

	2007 mio. CHF	2006 mio. CHF	2005 mio. CHF
A Magazines	227.9	232.8	223.9
B Journaux	190.8	193.5	200.7
C Médias économiques	18.2	24.2	22.2
D Cicero/Monopol	12.1	8.3	4.9
E Betty Bossi	42.6	46.8	42.7
F Médias électroniques	58.2	50.0	46.5
G Divers	7.9	14.1	15.1

Total en millions CHF



Journaux

L'irruption de deux nouveaux quotidiens gratuits sur un marché où "20 Minuten" régnait jusqu'ici sans partage a exacerbé la pression exercée sur une presse quotidienne payante en constante érosion. Bien que toujours numéro un dans sa catégorie, *Blick* a lui aussi dû céder du terrain. Le lancement en mars 2008 d'une nouvelle formule ambitieuse vise à redonner un second souffle au titre-phare de Ringier. En revanche, l'édition dominicale *Sonntags-Blick* est parvenue à tirer son épingle du jeu, cela en dépit de la venue d'un nouveau concurrent. Un nouveau layout ainsi que la refonte complète du magazine *Sie+Er* lui a permis de marquer des points sur le marché publicitaire.

Le quotidien économique gratuit *CASH daily*, qui a pris le relais de l'hebdomadaire *CASH* a poursuivi son développement prometteur, consolidant la plateforme multimédia unique en son genre qu'il constitue avec sa version électronique *live paper*, son site web www.cash.ch sans oublier ses extensions destinées au téléphone mobile et son émission de télévision *CASH-TV*.

Quant à *heute*, seul quotidien suisse gratuit du soir, il est encore en phase d'investissement. S'il est en passe de trouver son lectorat, les annonceurs, eux, se montrent plus attentistes.

Enfin, *Le Temps*, le quotidien haut de gamme édité à Genève dont Ringier partage la majorité de l'actionariat avec Edipresse, réalise une excellente année, porté par une conjoncture particulièrement favorable.

Magazines

Alors que le people magazine *Schweizer Illustrierte* confirme une fois encore sa position de navire amiral du groupe Ringier, c'est *SI Style*, son supplément mensuel jeune et fashion, qui réalise la plus surprenante performance, en atteignant l'équilibre financier après deux ans d'existence seulement! *Bolero*, le féminin prestige, est lui aussi pour la première fois à l'équilibre et le people senior *GlücksPost* réalise un résultat de moitié supérieur à son budget!

Même climat favorable du côté de Ringier Romandie. *L'illustré*, le grand magazine populaire, est toujours au mieux de sa forme. *L'Hebdo*, unique news magazine de Suisse après la disparition de l'alémanique "Facts", affiche une belle santé. *TV8*, magazine TV payant, conserve un solide parc

d'abonnés malgré l'offensive de deux magazines TV gratuits concurrents. Non content d'avoir trouvé sa place dans le marché, *edelweiss* part à la conquête d'un lectorat plus jeune avec son hors-série *edelgirl*.

Médias électroniques

L'année 2007 fut marquée par d'importantes acquisitions dans le domaine des médias électroniques. En prenant la majorité de media swiss, société spécialisée dans la commercialisation de petites annonces sur internet (via ses marques *Scout 24* et son portail *Gate 24*), Ringier a rattrapé son retard dans le domaine et est même devenue numéro sur ce marché. D'importantes synergies devraient être développées entre cette société et les titres maison. Le rachat de deux radios privées, *Energy Zurich* et *BE1* (Berne), toutes-deux leaders sur le créneau jeune et urbain, a permis à Ringier de prendre une position intéressante sur ce terrain.

Autre développement prometteur : la création, en collaboration avec plusieurs sponsors, d'une plateforme communautaire proposant des conseils aux utilisateurs de consoles de jeux multimédia. Côté télévision, les différents partenariats avec SF 1 (télévision nationale), Sat.1 (Schweiz) ou encore Bluewin TV et Teleclub (retransmission de matches de football et de hockey sur glace) ont permis à RingierTV de renforcer sa position de premier producteur privé du pays.

Ringier Print Adligenswil AG – Imprimerie

Pour ce qui est de l'imprimerie journaux d'Adligenswil/Lucerne, deux faits marquants à signaler : le changement de rotative, qui sera achevé en été 2009 et se réalise conformément au planning, ainsi que la signature d'un important contrat d'impression. Dorénavant, "reformiert", le nouveau journal de l'Eglise évangélique-réformée des cantons de Berne, Argovie, Zurich et Grisons sera imprimé à Adligenswil.

Chiffres d'affaires à voir page 27.

Ringier Allemagne

En 2007, Ringier Allemagne a continué de s'imposer dans son créneau haut de gamme. Tant le secteur des annonces que celui de la distribution de *Cicero* et de *Monopol* ont progressé. En l'occurrence, *Cicero* (magazine mensuel de culture politique) s'est particulièrement distingué par une innovation mondiale dans le domaine de l'impression: son numéro de décembre a paru avec 160 000 pages de couverture différentes pour la même édition, ainsi que 160 000 «ders» publicitaires différentes. Son tirage est ainsi monté à plus de 75 000 exemplaires vendus. Depuis janvier 2007, *Monopol* (magazine d'art) a pris un rythme mensuel. Ses éditions spéciales publiées à l'occasion des expositions Art Cologne, Duesseldorf Contemporary et Art Forum Berlin, ainsi que documenta à Kassel, lui ont offert des possibilités de distribution particulières. Depuis octobre, *Monopol* collabore avec 3sat à la série commune «Stations – Meisterwerke zur zeitgenössischen Kunst». Son tirage diffusé atteint 30 000 exemplaires.

Ringier Tchèque

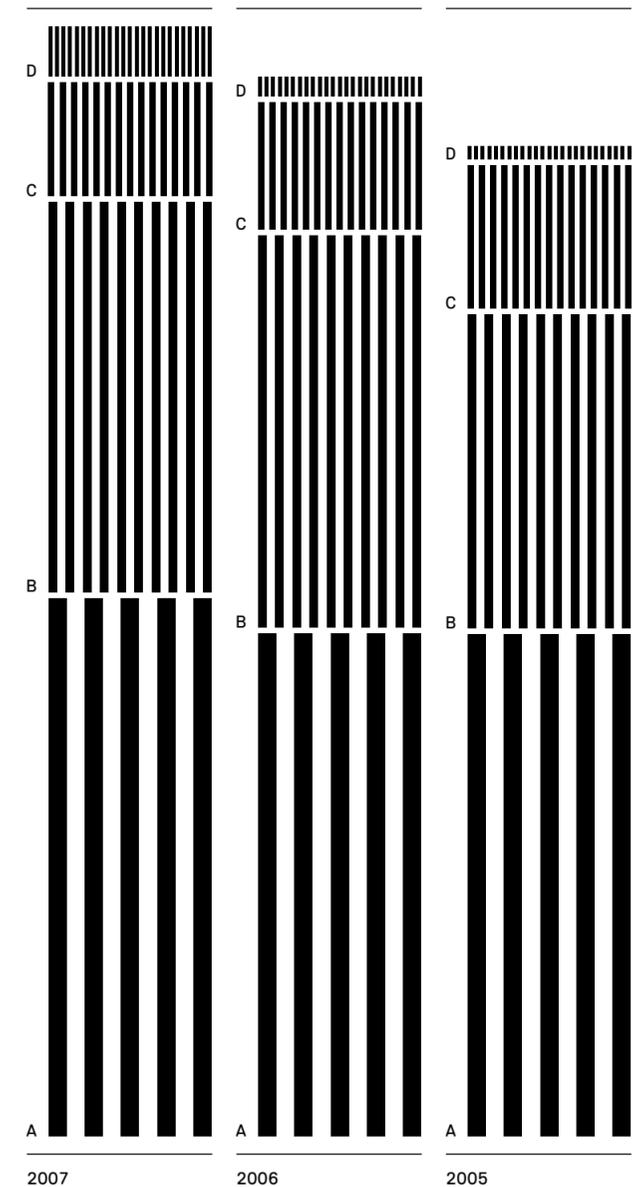
L'année dernière, Ringier Tchèque a vécu des changements importants. En mars, Libuše Šmuclerová en a pris la direction, et peu après une nouvelle organisation de direction est entrée en vigueur. Dans le domaine des médias imprimés, l'événement le plus marquant a été la prise de contrôle de Aha!, numéro 2 de la presse de boulevard. Ce faisant, Ringier a résolument pris la tête de ce genre de publications, mais aussi des journaux en général. Au plan des médias en ligne, une étroite collaboration a vu le jour avec Ringier Slovaquie. L'objectif de ce partenariat est la présentation similaire de tous les titres sur internet. Les adaptations correspondantes se feront au cours de 2008. Enfin, 2007 a aussi été placé sous le signe du développement de nouvelles possibilités commerciales. Ainsi, la vente de DVD a pris un essor extraordinaire.

CHIFFRE D'AFFAIRES TCHÉQUIE

	2007	2006	2005
	mio. CHF	mio. CHF	mio. CHF
A Recettes des ventes	75.5	70.5	70.4
B Recettes publicitaires	54.7	55.0	44.0
C Recettes d'imprimerie	15.9	17.8	20.1
D Divers	7.0	2.7	1.8

Total en millions CHF

153.1 146.0 136.3



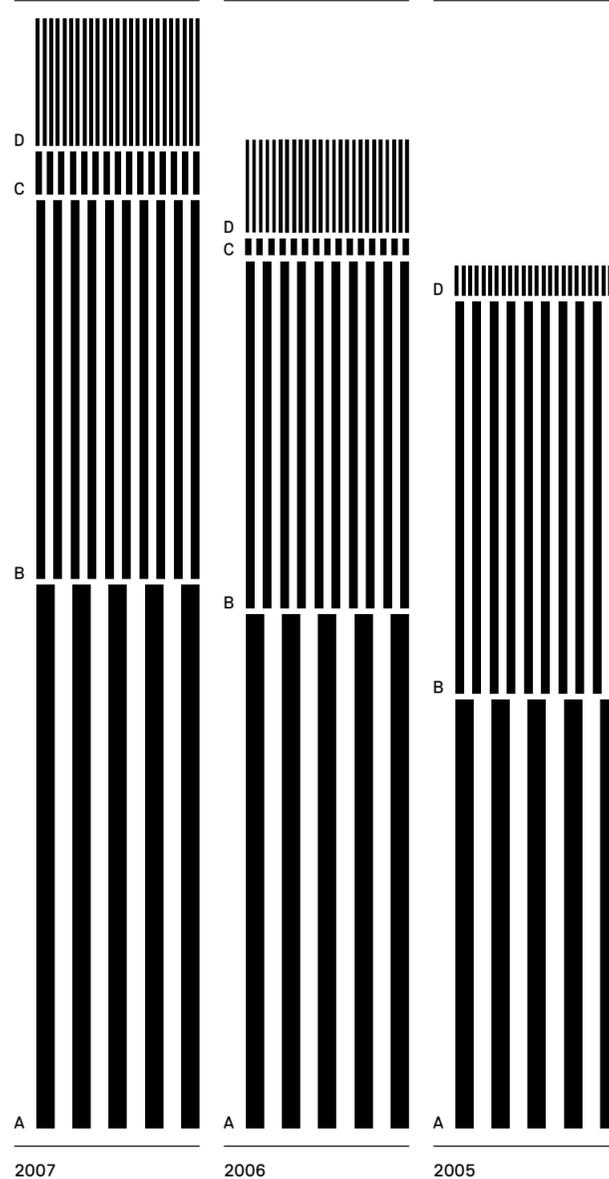
Ringier Hongrie

Le programme d'économie du gouvernement hongrois a eu une nouvelle fois en 2007 des effets négatifs sur le pouvoir d'achat des consommateurs. Les quotidiens de Ringier *Blikk* et *Népszabadság*, leaders sur leur marché, ont ainsi enregistré un recul de leur tirage. Au début de l'année, le difficile passage de la distribution aux abonnés de la poste hongroise à MediaLOG (partiellement en mains de Ringier) a renforcé la pression sur les ventes au kiosque. Durant la même période, *Nemzeti Sport*, le plus ancien journal de sport du monde, a été revu de fond en comble, ce qui lui a permis d'inverser le cours descendant général. Le supplément spécial *Sport & Style*, édité en commun avec *L'Equipe*, a été bien accueilli par les lecteurs et les annonceurs. Le journal dominical de sport *Képes Sport*, contrairement à l'année précédente, a connu une solide augmentation de tirage de 30 pour cent. Dans le domaine des magazines, l'hebdo féminin *Blikk Nők* et le people *hot!* ont tenu leur rang; en revanche, le chiffre d'affaires des titres destinés aux ados a reculé. Les sites internet revus et corrigés de *Nemzeti Sport* et de *Blikk*, ainsi que les tout nouveaux sites *Fanzone* et *City-Weekend*, ont nettement progressé en nombre de visiteurs et en recettes publicitaires. Avec le puissant appui de *Népszabadság*, Ringier a publié plus de quarante livres, en a vendu plus de 400 000 exemplaires et a nouveau gagné du terrain sur ce marché en pleine croissance. En 2007, pour la première fois, a été mis sur pied le Ringier *Népszabadság* Print Awards (RNPA) Gala. Ce prix a été créé pour couronner les meilleures annonces publicitaires de la presse imprimée.

CHIFFRE D'AFFAIRES HONGRIE

	2007	2006	2005
	mio. CHF	mio. CHF	mio. CHF
A Recettes des ventes	65.0	61.5	51.3
B Recettes publicitaires	45.3	41.5	46.9
C Recettes d'imprimerie	5.1	2.0	0.0
D Divers	15.2	11.1	3.6

Total en millions CHF
130.6 116.1 101.8



Ringier Roumanie

L'année dernière, la concurrence a fortement augmenté sur le marché roumain des journaux et des magazines. De nombreux nouveaux titres sont apparus dans la presse de référence, économique ou féminine, ainsi que dans la presse de boulevard.

Pour Ringier Roumanie, l'année dernière a été celle de la consolidation et de la révision des structures de l'entreprise. L'impressionnante croissance de ces dernières années a projeté Ringier Roumanie en tête de la presse imprimée. Contrairement aux prédictions de nombreux analystes, Ringier Roumanie a maîtrisé avec succès les conséquences de la crise de 2006, lors de laquelle plus de cent collaborateurs ont quitté l'entreprise; elle a même réussi à augmenter son chiffre d'affaires de 17 pour cent. Le facteur déterminant en a aussi été la restructuration des processus en l'absence de cent collaborateurs.

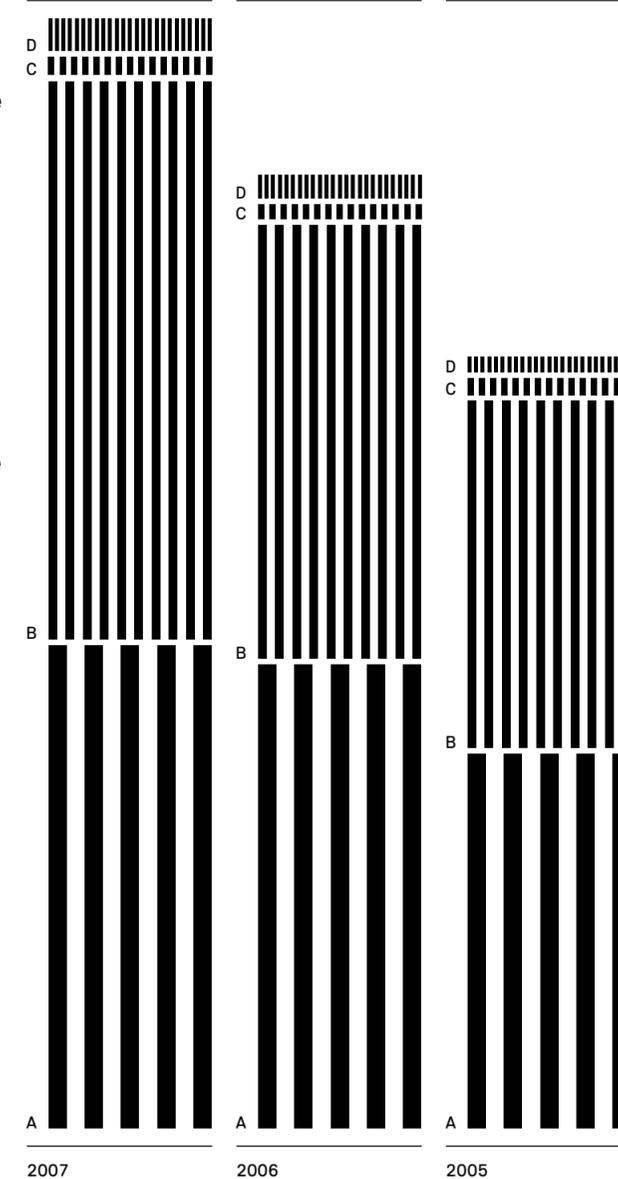
Au début de l'année, Ringier Roumanie a procédé à l'un de ses plus importants investissements en prenant une participation de 25,1 pour cent de la chaîne de divertissement «Kanal D». A signaler encore, la décision de construire sa propre imprimerie de journaux moderne et l'amélioration de l'actuel système de distribution. Pour des raisons stratégiques, le quotidien *ProSport* a été revendu à ses propriétaires originels.

Durant cette l'année 2007, Ringier Roumanie a participé à plusieurs projets sociaux comme, par exemple, le soutien de la section de journalisme de l'Université Iasi ou la participation à la «campagne des deux pour cent» lancée en Roumanie. Celle-ci a permis à Ringier Roumanie d'être pour la première fois candidate à la plus importante distinction dans le domaine de la durabilité («Oameni pentru oameni»).

CHIFFRE D'AFFAIRES ROUMANIE

	2007	2006	2005
	mio. CHF	mio. CHF	mio. CHF
A Recettes des ventes	37.3	35.8	28.9
B Recettes publicitaires	43.1	33.5	26.8
C Recettes d'imprimerie	1.4	1.1	1.3
D Divers	2.5	1.8	1.2

Total en millions CHF
84.3 72.2 58.2



Ringier Slovaquie

En septembre 2007, Ringier Slovaquie a rejoint les autres maisons d'édition du marché slovaque qui avaient déjà adopté un code éthique. Ce code a été l'aboutissement de dix-huit mois de labeur et de collaboration; il renforce la crédibilité, la confiance et la transparence entre les collègues, les collaborateurs, les lecteurs et les partenaires commerciaux de Ringier Slovaquie. Simultanément, en Slovaquie, Ringier a réussi sa mutation stratégique pour devenir une maison d'édition multimédia. Grâce à la réalisation d'un premier projet, il est dorénavant possible de gérer les sites web slovaque et tchèque selon un *content management system*.

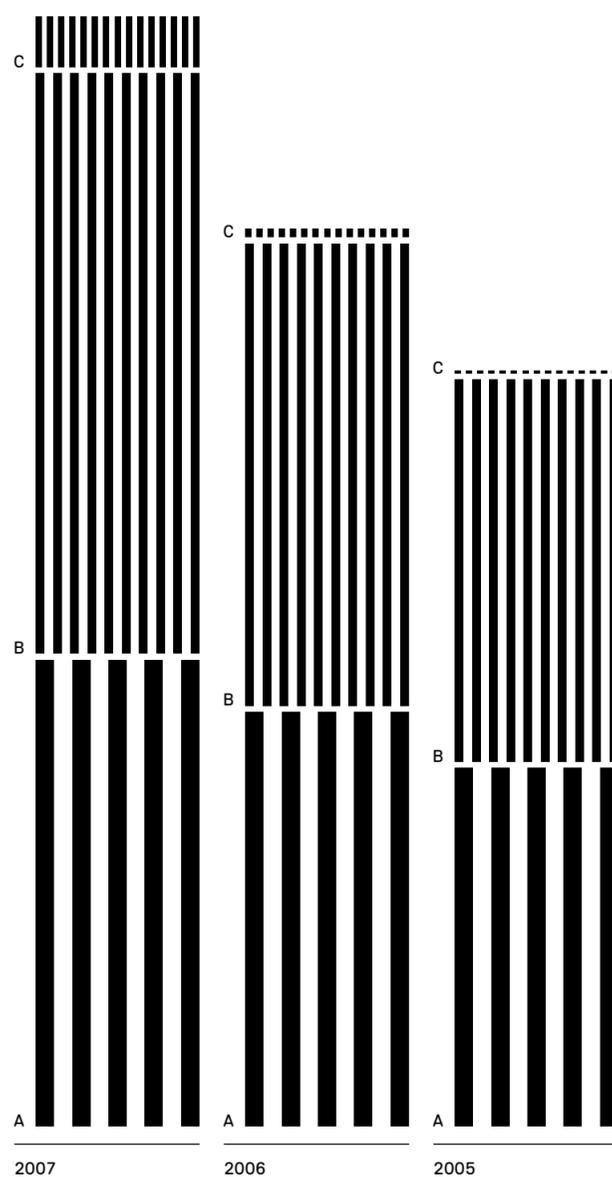
En 2007, la vente de plus de cinq millions de DVD, soit quinze fois plus que prévu, a été un succès extraordinaire. A part ça, le volume des ventes de nos plus récents mensuels, *Novy Cas Byvanie* et *IN*, a nettement progressé. L'édition dominicale de *Novy Cas* a également bien marché l'année dernière. Du point de vue stratégique, la vente de tous les magazines TV a été radicale. Toutefois, Ringier Slovaquie continue de les épauler pour la distribution et la publicité. Pour Ringier Slovaquie, l'année 2007 a été la plus réussie de toute son histoire.

CHIFFRE D'AFFAIRES SLOVAQUIE

	2007	2006	2005
	mio. CHF	mio. CHF	mio. CHF
A Recettes des ventes	32.3	28.7	24.8
B Recettes publicitaires	40.2	32.0	26.5
C Divers	3.5	0.6	0.2

Total en millions CHF

76.0 61.3 51.5



Ringier Serbie

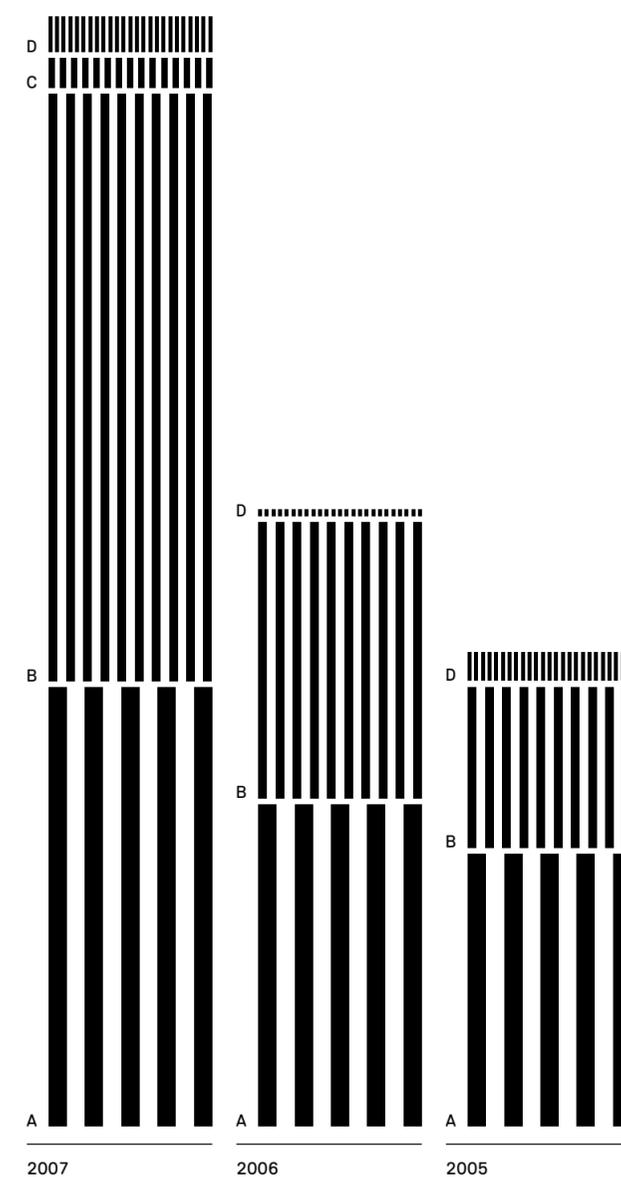
En dépit d'importants investissements dans de nouveaux produits, Ringier Serbie (Blic Press et ses filiales) a atteint en 2007 de nouveaux records. Le plus grand succès et le pilier de cette croissance a été *Blic*, quotidien le plus vendu et le plus lu de Serbie, loin devant ses concurrents avec une augmentation de plus de 200 000 exemplaires vendus en mai. *Blic Zena*, hebdo féminin, reste aussi largement en tête sur son marché avec jusqu'à 300 000 exemplaires vendus chaque semaine. *Blic Puls*, l'hebdo people, plus de 100 000 exemplaires vendus, caracole aussi depuis 2007 devant la concurrence. Il faut aussi relever le rapide succès économique de *24sata*. Après Belgrade, ce quotidien gratuit est maintenant aussi publié à Novi Sadi, deuxième ville de Serbie. Il est surtout apprécié des jeunes lectrices et lecteurs. Le lancement du journal de boulevard *ALO!* a créé la surprise. Malgré une solide concurrence, au bout de deux mois déjà il a atteint un chiffre de ventes stable de 70 000 exemplaires. Parmi les autres événements importants de 2007, on relèvera la prise de contrôle de l'imprimerie APM Print et la vente du réseau de distribution de journaux APM Transpress.

CHIFFRE D'AFFAIRES SERBIE

	2007	2006	2005
	mio. CHF	mio. CHF	mio. CHF
A Recettes des ventes	24.8	18.2	15.4
B Recettes publicitaires	33.2	15.6	9.1
C Recettes d'imprimerie	1.7	0.0	0.0
D Divers	2.0	0.4	1.6

Total en millions CHF

61.7 34.2 26.1



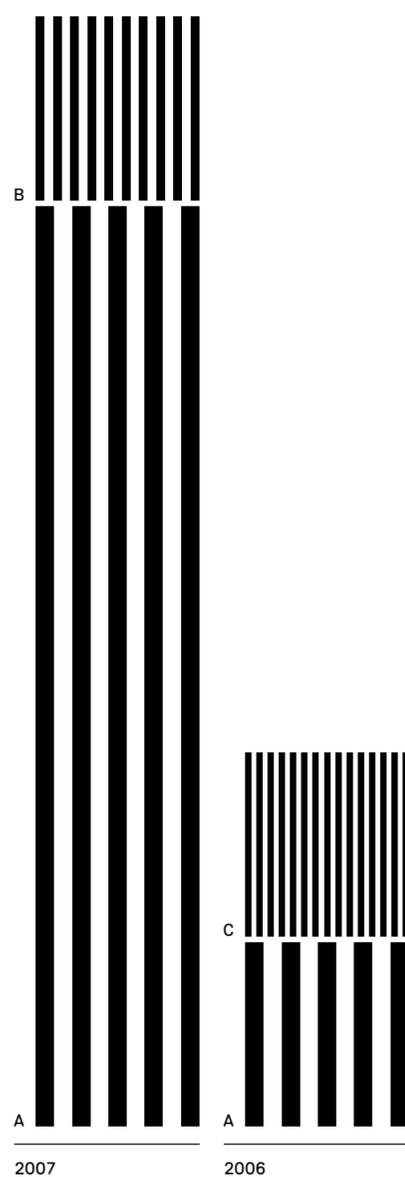
Ringier Ukraine

Pour Ringier Ukraine (Free Media Ukraine), 2007 a été placé – surtout au dernier trimestre – sous le signe de la poursuite du développement de *Blik*, numéro 1 des journaux de boulevard du pays, lancé en mai 2006. *Blik* est publié chaque jour de lundi à vendredi à Kiev par une équipe de cent vingt-six personnes. En septembre 2007, il y a eu un changement de direction. Celle-ci a mis au point une stratégie de distribution hybride originale. Ainsi, tous les lundis, 150 000 exemplaires en sont distribués gratuitement. On veut arriver de cette manière à gagner de nouveaux lecteurs et, simultanément, à résoudre les problèmes de ventes aux kiosques. Pour l'année en cours, Ringier escompte une nette augmentation de ses ventes. L'utilisation croissante de l'offre en ligne a également été prise en compte en Ukraine: depuis fin 2007, le site de *Blik* a un nouveau visage et de nouvelles fonctions.

CHIFFRE D'AFFAIRES UKRAINE

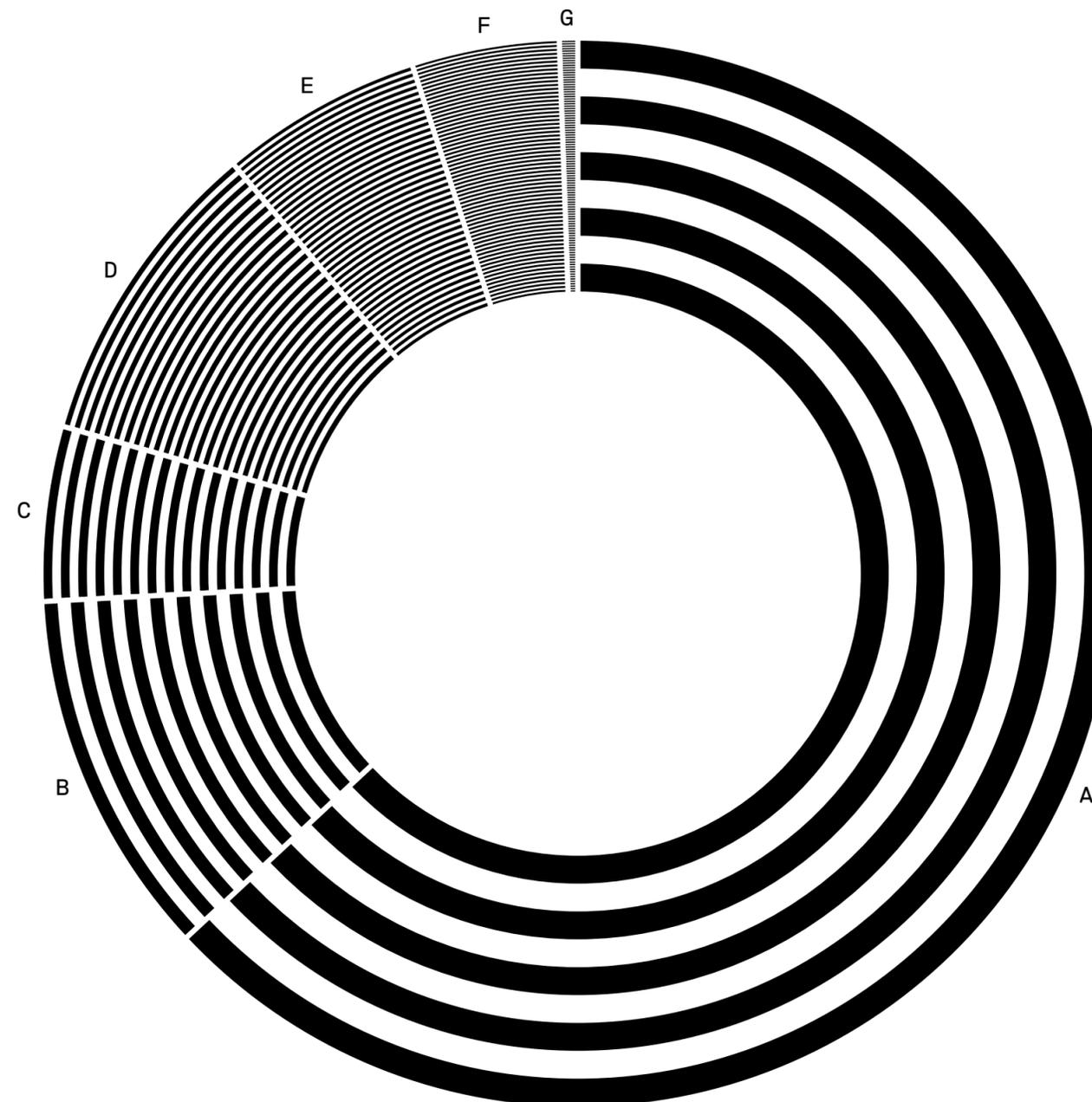
	2007 mio. CHF	2006 mio. CHF
A Recettes des ventes	0.5	0.1
B Recettes publicitaires	0.1	0.0
C Divers	0.0	0.1

Total en millions CHF
0.6 0.2



RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES EUROPE

A Suisse (avec l'Allemagne)	63.50%
B Tchéquie	11.02%
C Slovaquie	5.48%
D Hongrie	9.42%
E Roumanie	6.10%
F Serbie	4.45%
G Ukraine	0.04%



Ringier Pacific

En Chine, l'année dernière, Ringier a pris pour la première fois pied sur le terrain des hebdomadaires, et même avec deux titres d'un seul coup. C'est ainsi qu'a été lancé *Oriental Sky*, deuxième magazine de bord après *Asia Inflight*, leader incontesté de la branche en Chine. Avec un tirage de départ de 100 000 exemplaires, *Oriental Sky* ne joue pas encore dans la cour des grands. Il est produit en collaboration avec Eastern Airlines et Basis Shanghai.

En automne, après une longue période de préparation, est paru le premier hebdo féminin du pays. *Xinmin Bella* a démarré à Shanghai avec un tirage de 150 000 exemplaires. C'est le fruit d'une coopération avec le groupe Wenxin, le plus important éditeur de journaux de Shanghai.

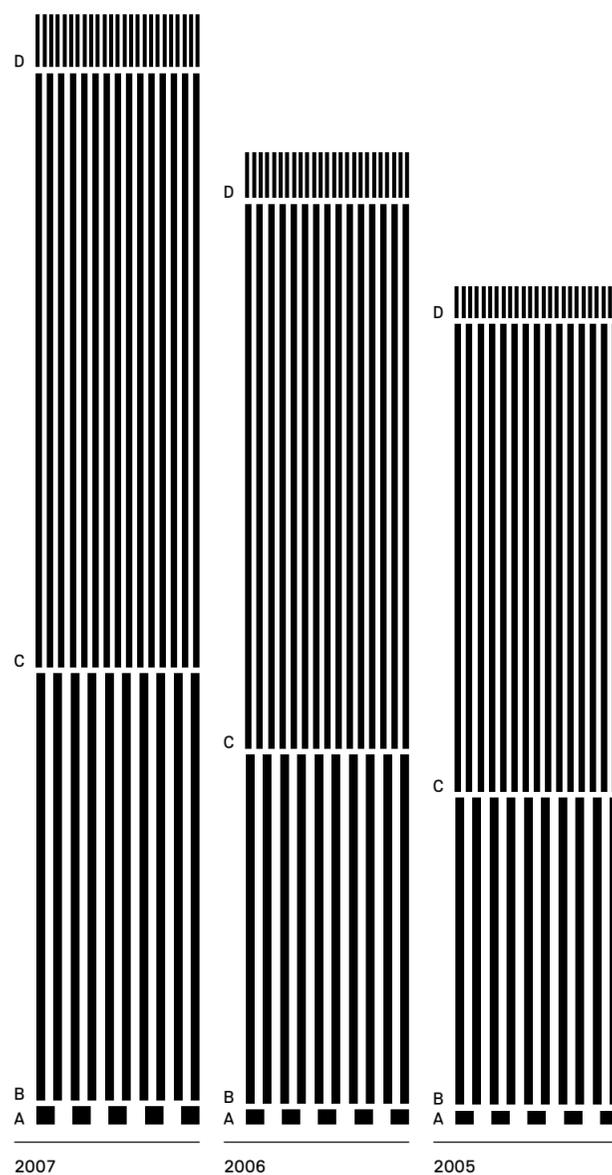
L'année dernière, Ringier Trade a été très actif et créatif. Avec quatre lancements, son portefeuille comprend maintenant 29 titres.

Le secteur des annonces boucle lui aussi sur un excellent bilan: au terme du dernier exercice, Ringier affiche une croissance moyenne de 20 pour cent. Et les pronostics pour l'année olympique sont prometteurs.

CHIFFRE D'AFFAIRES PACIFIC

	2007	2006	2005
	mio. CHF	mio. CHF	mio. CHF
A Recettes des ventes	1.2	1.0	0.9
B Recettes publicitaires	28.4	23.2	20.4
C Recettes d'imprimerie	39.5	36.2	31.1
D Divers	3.5	3.0	2.1

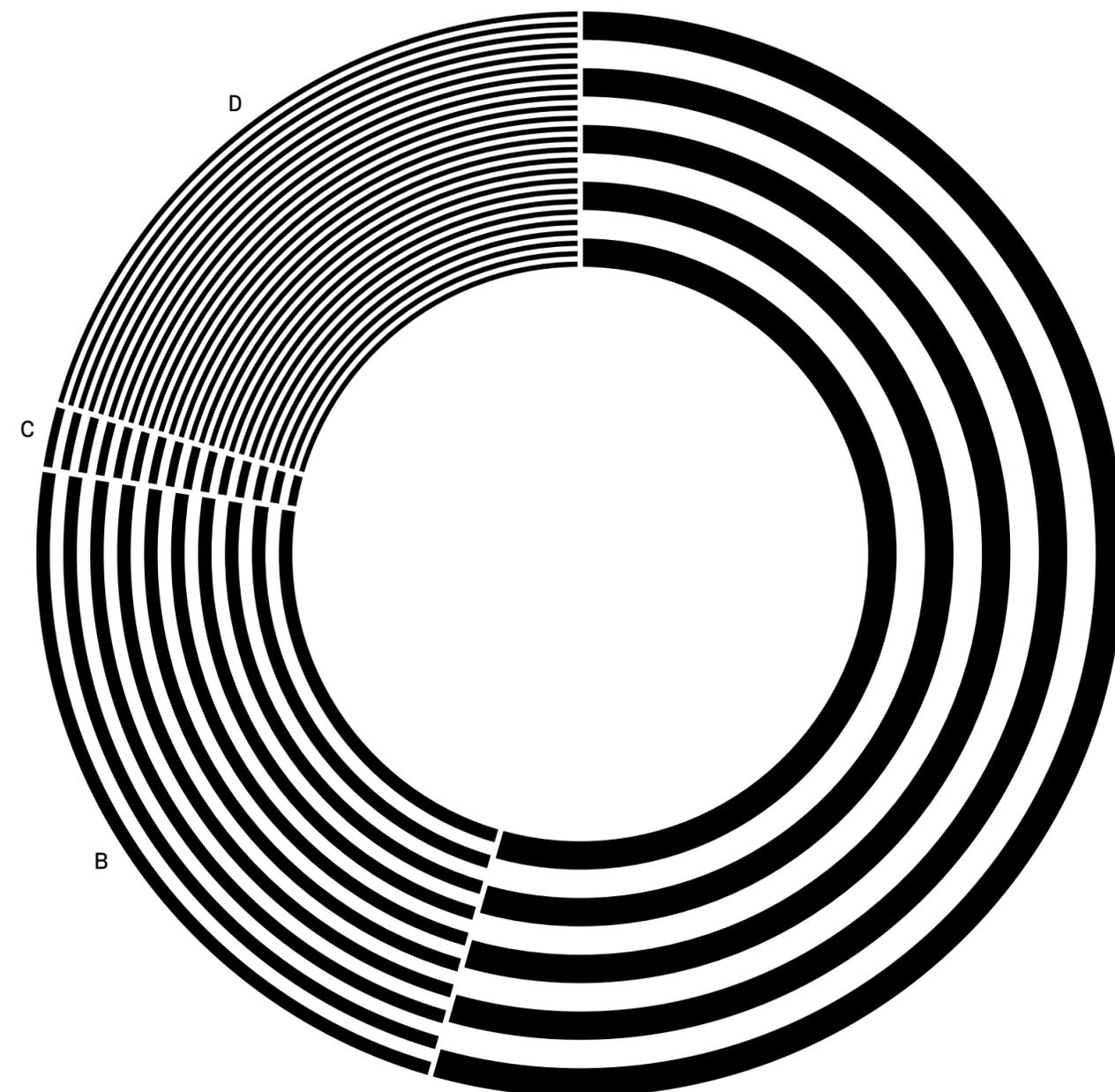
Total en mio. CHF (*chiffres d'affaires non consolidés)
 72.6 (*1.3) 63.4 (*1.2) 54.5 (*1.1)



RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PACIFIC

A Hongkong imprimerie	54.6%
B Hongkong édition	22.9%
C Vietnam	*2.2%
D Chine	20.3%

* chiffre d'affaires non consolidés inclus



Print

Swiss Printers AG

En 2007, le groupe Swissprinters a vu son chiffre d'affaires augmenter légèrement. Au cours du deuxième semestre, surtout, la demande a nettement progressé. La pression sur les prix n'a toutefois pas connu de répit et du côté de l'offre l'internationalisation se poursuit à un rythme élevé. En dépit de ces conditions cadres, le groupe a fait bonne figure. Ringier Print Zofingen AG en particulier a fait d'importants progrès tant sur le marché qu'en matière de productivité, cela après de nouvelles restructurations exigeantes.

Dans le cadre de l'optimisation de la structure du groupe, l'entreprise Zürcher Druck + Verlag AG a totalement fusionné avec NZZ Fretz AG et s'y est intégrée.

Mais d'importants investissements pour l'avenir sont également prévus. Swiss Printers AG va injecter en tout 30 millions de francs d'ici 2009 dans la modernisation de ses rotatives offset. Ces investissements aideront Zollikofer AG, Imprimeries Réunies Lausanne SA et «Zofingen» à maintenir leurs positions et à les améliorer.

Ringier Print Adligenswil à voir page 15.

Ringier Print Europe

En Serbie, en Hongrie, en Roumanie, en Slovaquie et en Tchéquie, le secteur imprimerie a continué de se développer partout de façon réjouissante.

A Belgrade, à la suite de la forte croissance du tirage des titres Ringier *Blic* et *24sata*, les limites

de capacité ont été atteintes. Voilà pourquoi, dans le courant de l'année, il faudra investir 3,9 millions d'euros pour les renforcer.

A Budapest, la plus grande capacité d'impression de journaux du pays a confirmé sa position en acceptant des commandes de travaux de ville.

A Bucarest, on a investi dans une nouvelle imprimerie de journaux. Dans le courant de l'année débiteront les travaux de ces installations, devisées 14 millions d'euros.

A Ostrava, au terme d'une année de construction, la nouvelle imprimerie de journaux et travaux de ville – dotée de capacités de pointe – est entrée en fonction. Sur 6300 m², ce sont 22 millions d'euros d'équipement technique ultramoderne qui ont été investis. Elle permet la production de 150 000 journaux à l'heure.

La productivité de l'imprimerie de Prague a été nettement améliorée l'an dernier. Grâce à la refonte du travail par équipe et à la réduction des heures supplémentaires qui s'en est suivie, les résultats sont nettement meilleurs.

Ringier Print Hongkong

L'intégration réussie de notre concurrent K2 à Hongkong constitue un jalon dans l'histoire de notre imprimerie de près de vingt ans. Le gain substantiel en part de marché renforce sa position dans ce secteur où règne une concurrence féroce. Grâce à la modernisation technique réussie de ces dernières années, il est maintenant possible de mieux répondre aux besoins de la clientèle. C'est un avantage incontestable face à nos principaux

PRODUCTION IMPRIMERIE PRINT SUISSE	2007 millions CHF	2006 millions CHF	2005 millions CHF	Fluctuation en %
Chiffre d'affaires	440.4	398.5	396.0	10.5
- Travaux pour tiers	323.1	275.6	273.0	17.2
- Editions propres	117.3	122.9	123.0	-4.6
Plus-value	244.1	234.6	233.3	4.0
Coûts du personnel	164.3	155.5	151.6	5.7

TOTAL CHIFFRE D'AFFAIRES PRINT SUISSE

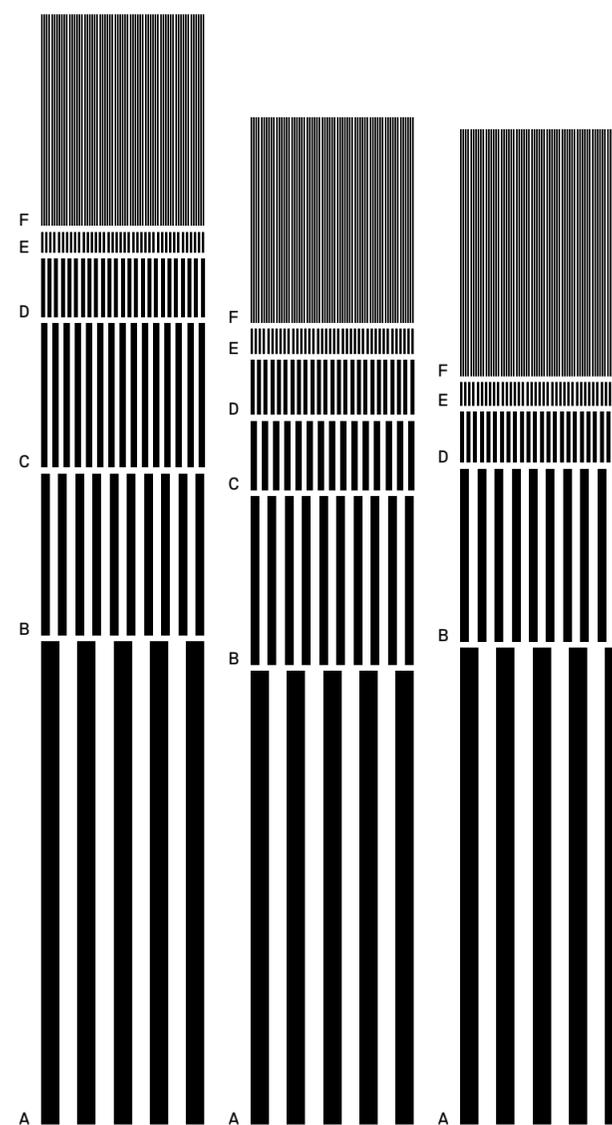
	2007 mio. CHF	2006 mio. CHF	2005 mio. CHF
Swiss Printers AG			
- A Ringier Print Zofingen	197.1	185.1	194.5
- B Zollikofer	65.9	68.7	70.4
- C Imprimeries Réunies Lausanne	58.8	27.8	0.0
- D NZZ Fretz	24.0	22.7	20.8
- E Zürcher Druck + Verlag	8.4	10.4	9.5
F Ringier Print Adligenswil	86.2	83.7	100.8

CHIFFRE D'AFFAIRES IMPRIMERIES TIERS

	2007 mio. CHF	2006 mio. CHF	2005 mio. CHF
A Impression export	31.8	34.5	32.7
B Impression Suisse	274.6	225.0	226.4
C Divers	16.7	16.1	13.9

Total en millions CHF

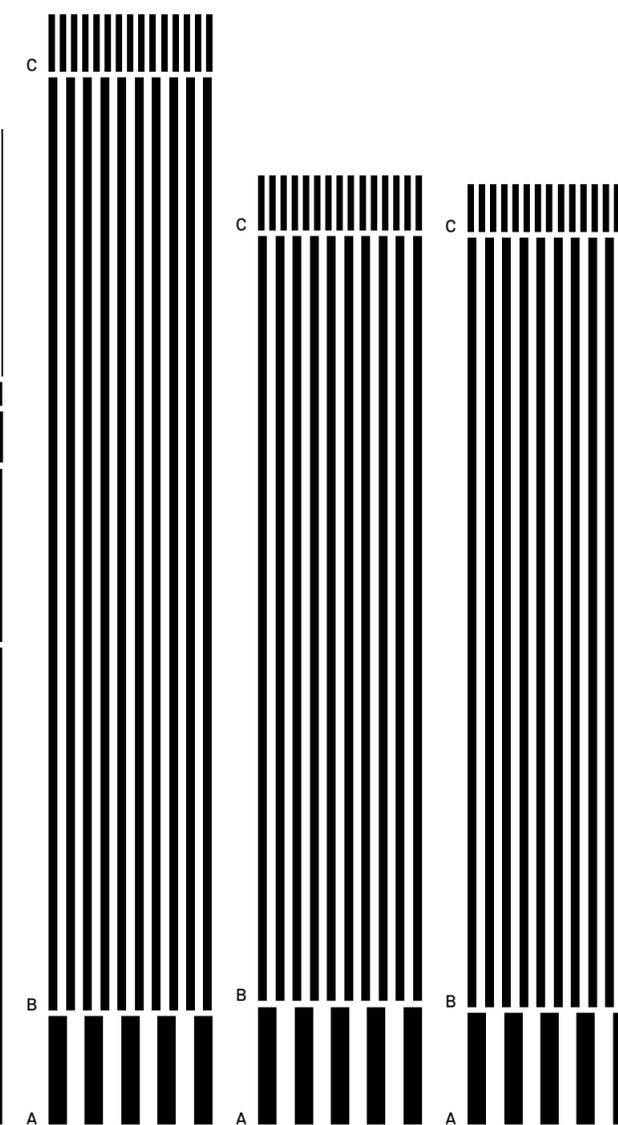
440.4 398.5 396.0



2007 2006 2005

Total en millions CHF

323.1 275.6 273.0



2007 2006 2005

Participations importantes

SUISSE

SITUATION AU 31 DÉCEMBRE 2007

En 2007, Ringier a poursuivi son engagement dans le domaine des médias digitaux: il a pris une participation de 51 pour cent dans Radio Z AG, Zurich (*Radio Energy*). Durant l'année courante, il va continuer l'intégration de media swiss ag (80 pour cent) mais aussi de la chaîne de radio BE1 (80,6 pour cent). Ce faisant, Ringier applique encore et toujours la stratégie du groupe de toucher en priorité la jeune génération «digitale», son groupe cible. Il s'agit, pour Ringier, de renforcer sa situation de groupe convergent qui, avec des produits imprimés et en ligne, de la télévision et de la radio, dispose de tous les médias importants et peut les relier les uns aux autres en exploitant des synergies.

Addictive Productions AG, Zurich	100%
Bolero Zeitschriften AG, Zurich	100%
Investhaus AG, Zurich	100%
Mediamat AG, Zurich	100%
Original SA, Lausanne	100%
Rincovision AG, Zurich	100%
Ringier Print Adligenswil AG, Adligenswil	100%
Ringier Print Holding AG, Zurich	100%
Zana Media AG, Zurich	100%
Previon AG, Zofingue	85%
SMI Schule für Medienintegration AG, Zofingue	85%
JRP Ringier Kunstverlag AG, Zurich	80%
Swiss Printers AG, Zofingue	58.82%
- Ringier Print Zofingen AG, Zofingue	
- Zollikofer AG, St. Gall	
- Imprimeries Réunies Lausanne SA, Renens	
- NZZ Fretz AG, Schlieren	
- Zürcher Druck + Verlag AG, Rotkreuz	
Radio Z AG, Zurich (Radio Energy Zürich)	51%
Betty Bossi Verlag AG, Zurich	50%
ER Publishing SA, Lausanne	50%
Sat.1 (Schweiz) AG, Zurich	50%
2R Media SA, Locarno	45%
Good News Productions AG, Zurich	43%
Grundy Schweiz AG, Zurich	35%
Teleclub AG, Zurich	33.33%
SMD Schweizer Mediendatenbank AG, Zurich	33%
Freeflow AG, Freienbach	33%
PresseTV AG, Zurich	30%
PrintOnline AG, Schlieren	25%
Schober Direct Media AG, Bachenbülach	20%

EUROPE ET ASIE

Ringier a repris la totalité de Juno Kunstverlag GmbH, Berlin. En novembre, Ringier Kiado et Népszabadság ont porté leurs parts de MediaLOG à 70 pour cent quand l'entreprise de logistique Fiege s'est retirée du marché hongrois de la distribution des abonnements. La société de médias Sanoma détient les 30 pour cent restants.

En Roumanie, au printemps, Ringier a fait son entrée sur le marché de la télévision par le biais d'une co-entreprise avec Dogan. Elle en détient 25,1 pour cent. En Serbie, la majorité (90,9 pour cent) de la société de distribution APM Transpress, donc de l'imprimerie APM Print, a été acquise.

Ringier Publishing GmbH, Berlin	100%
Ringier France SA, Paris	100%
Juno Kunstverlag GmbH, Berlin	100%
Ringier CR a.s., Prague	100%
Ringier Print CZ a.s., Prague	100%
Ringier Print CZ a.s., Ostrava	100%
PNS a.s., Prague	27.02%
Ringier Slovakia a.s., Bratislava	100%
Ringier Kiadó Kft., Budapest	100%
Népszabadság Rt., Budapest	67.64%
MediaLOG Logisztikai Zrt., Budapest	58.9%
Euromedia Bt., Budapest	50%
S.C. Ringier Romania s.r.l., Bucarest	100%
S.C. Ringier Print s.r.l., Bucarest	100%
S.C. Editura Sportrom s.r.l., Bucarest	100%
S.C. Editura Bauer s.r.l. Bucarest	50%
Dogan Media International SA, Bucarest	25.1%
IP Blic Press d.o.o., Belgrade	74.9%
IP Blic Marketing d.o.o., Belgrade	74.9%
APM Print d.o.o., Belgrade	69.8%
Free Media Ukraine Ltd., Kiev	100%
Asia Inflight Ltd., Hongkong	100%
Ringier Pacific Ltd., Hongkong	100%
Ringier Print (HK) Ltd., Hongkong	100%
Ringier Trade Publishing Ltd., Hongkong	90%
Beijing Ringier Int. Advertising Co., Ltd., Pékin	70%
Adnet Co. Ltd., Hanoi	51%

Ressources humaines

Pour la première fois en 2007 a été créé un poste de responsable des ressources humaines à l'échelle du groupe, l'année a donc été placée sous le signe de l'internationalisation des ressources humaines (RH). La mise en réseau vers laquelle on tendait de tous les responsables des ressources humaines a constitué la base commune d'une collaboration fructueuse. Aujourd'hui, déjà, on voit que les points communs sont bien plus importantes que les divergences, c'est du moins ce qui ressort des préparatifs intenses menés tous pays confondus pour élaborer le «Ringier code of conduct», un code de compor-

tement éthique destiné aux collaborateurs de Ringier. Il a été introduit dans tout le groupe en septembre (à l'exception de la Chine et de l'Ukraine). Ce code rassemble des modèles et des principes éthiques reconnus. De ce fait, Ringier souligne son adhésion à un comportement éthique, également à l'égard de ses propres collaborateurs. Ce code rend Ringier attirant aux yeux des travailleurs compétents et engagés. Il est simultanément un outil de référence à l'échelle de l'entreprise pour tous les collaborateurs et, grâce à des valeurs communes, il facilite la coopération par-dessus les frontières.

STRUCTURE DES COLLABORATEURS	2007	2006	2005
Ringier Editions	1 539	1 427	1 424
Ringier Print Adligenswil AG	364	415	461
Ringier Print Zofingen AG	608	770	805
Zollikofer AG	260	260	279
Imprimeries Réunies Lausanne SA	235	222	0
NZZ Fretz AG	92	91	92
Zürcher Druck + Verlag AG	62	70	67
Swiss Printers AG	4	0	0
Betty Bossi Verlag AG	131	137	115
RINGIER SUISSE	3 295	3 392	3 243
Suisse	3 295	3 392	3 243
Allemagne	54	10	5
Tchéquie	793	748	731
Hongrie	769	754	758
Roumanie	734	747	704
Slovaquie	301	303	286
Serbie	340	235	182
Ukraine	135	122	0
Asie (Chine/Vietnam)	595	576	532
GROUPE RINGIER	7 016	6 887	6 441

Communication du groupe

Conjointement à la nouvelle structure d'organisation de Ringier, une division Communication du groupe a été créée. L'an dernier, elle a élaboré la nouvelle stratégie de communication valable pour tout le groupe et un guide de communication s'appliquant à tous les pays. Le guide en question formule les bases et régleme les principes et processus de communication dans tous les pays et à l'échelle du groupe. Les responsables de la communication actuellement en poste dans chacun des pays travaillent sur le réseau ComNet toutes frontières effacées. L'année dernière, les responsables de la communication ont, pour la deuxième fois, organisé ensemble le Ringier Photo Award qui couronne la meilleure photo de presse. En 2007 ont paru sept éditions de DOMO International, le magazine des collaborateurs publié en six langues. Depuis l'an dernier, un nouveau canal de communication à l'échelle du groupe est aussi à disposition, eDOMO, sur le site des collaborateurs my.ringier. Depuis peu, également, la division communications publie une newsletter hebdomadaire, DOMOexecutive, qui donne des informations sur la concurrence et la situation du marché dans chacun des pays. L'année 2007 a, enfin, été marquée par les préparatifs du 175^e anniversaire de Ringier.

Informatique du groupe

Pour soutenir ses objectifs stratégiques, Ringier a entrepris en 2007 d'y adapter la planification de son informatique à l'échelle du groupe et des pays. Suivant le principe «aussi centralisé que nécessaire, aussi décentralisé que possible», les différentes divisions informatiques des pays travaillent ensemble, sujet par sujet, et définissent des règles ainsi que des systèmes de code et des procédures communs dans le cadre de la stratégie informatique du groupe.

Ce travail en équipe et au sein du groupe est favorisé par le portail my.ringier, accessible dans le monde entier, et est appelé à se développer grâce à la «collaboration workplace» pour devenir un véritable poste de travail intégré. Depuis le milieu de 2007, presque toutes les publications de Suisse travaillent avec le nouveau système rédactionnel Woodwing; des projets similaires sont en cours d'élaboration dans les autres pays. Grâce à la collaboration entre Ringier et Woodwing pour ce développement, nous allons pouvoir tirer le meilleur parti des nouvelles possibilités offertes par les newsrooms et sommes ainsi bien armés pour développer sur les marques de Ringier la stratégie multimédia désirée.

Responsabilité sociale d'entreprise

L'engagement public de Ringier en faveur de la protection de l'environnement et de la gestion durable comme les efforts entrepris dans ce sens ne datent pas d'hier: en 1992 déjà l'entreprise a publié son premier rapport sur l'environnement, en 2003 son premier rapport sur la durabilité. Ces rapports se concentraient toutefois sur la Suisse, ce qui les rendait partiels. La responsabilité de l'entreprise à l'égard de la société et de ceux dont il faut tenir compte englobe toutes ses activités économiques, peu importe le pays où elles s'exercent. Ce fait est dorénavant pris en compte dans un projet de «corporate social responsibility». Il s'applique, pour la première fois, à tous les pays où Ringier est implanté et à toutes les entreprises dans lesquels Ringier détient une participation égale ou supérieure à 50 pour cent. Un groupe de travail à l'échelle du groupe analyse les activités de Ringier dans six domaines centraux. Les résultats de ce travail seront rassemblés dans un vaste rapport qui tiendra compte des directives de l'organisation internationalement reconnue «Global Reporting Initiative GRI». Il paraîtra en novembre 2008. On pourra, alors, comparer ses résultats à ceux d'autres entreprises. Ringier sera la première entreprise de médias à tirer un large bilan de ses efforts en faveur de la gestion durable. Ce rapport servira de base au développement d'une stratégie de durabilité qui en tirera les conclusions. En l'occurrence, les exigences d'une entreprise de médias ne comprennent pas seulement le niveau opérationnel de sa direction: Ringier est en mesure de sensibiliser encore plus le public aux questions d'environnement et de développement durable. Ringier est consciente de cette responsabilité et continuera de tout faire pour y satisfaire.

Organisation

SITUATION AU 1ER MARS 2008

RINGIER HOLDING AG PROPRIÉTAIRES

Evelyn Lingg-Ringier
Annette Ringier
Michael Ringier

RINGIER HOLDING AG CONSEIL D'ADMINISTRATION

Michael Ringier, Président
Dr. Uli Sigg, Vice Président
Oscar Frei, Membre
Jan O. Frøshaug, Membre
Prof. Dr. h.c. Hans-Olaf Henkel, Membre
Christiane zu Salm, Membre
Martin Werfeli, Secrétaire

RINGIER DIRECTION DU GROUPE

Martin Werfeli, Président
Samuel Hügli, Finances/IT
Daniel Pillard, Ringier Suisse
Peter Mertus, Ringier Slovaquie/Tchéquie
Alexander Theobald, Ringier Hongrie/Roumanie
Thomas Trüb, Ringier Pacific/New Media

RINGIER MANAGEMENT DU GROUPE

Marius Hagger, Ringier Roumanie
Peter Mertus, Ringier Slovaquie
Attila Mihok, Ringier Serbie/Hongrie
Tim Murray, Ringier Chine/Vietnam
Libuše Šmuclerová, Ringier Tchéquie
Marco Stettler, Ringier Ukraine

Radomir Klein, Ringier Print Europe
Peter Siau, Ringier Print Hongkong

Caterina Ammann, Juridique
Marco Castellaneta, Group Communications & Corporate Services
Jean-Luc Mauron, Human Resources
Bela Papp, Business Development
Jacques Pilet, Media Development

SWISS PRINTERS AG CONSEIL D'ADMINISTRATION

Martin Werfeli, Président
Dr. Beat Lauber, Vice-président
Michel Berney, Membre
Ulrich Flörchinger, Membre
Samuel Hügli, Membre
Alfred Hümmerich, Membre
Peter Karlen, Membre

SWISS PRINTERS AG MANAGEMENT

Rudolf Lisibach, Directeur général

Daniel Baer, NZZ Fretz AG
Gérald Lechault, Imprimeries Réunies Lausanne SA
Rudolf Lisibach, Ringier Print Zofingen AG
Urban Möll, Zürcher Druck + Verlag AG
Alex Zahner, Zollikofer AG

Produits et tirages

SITUATION AU 31 DÉCEMBRE 2007

SUISSE	TIRAGE 2007 (REMP)	SERBIE	TIRAGE 2007
Betty Bossi ¹	850 000	24sata (gratuit)	150 000
Blick	240 066	ALO! *	73 042
Bolero	20 052	Blic	178 735
CASH daily (gratuit) ^{1/3}	98 166 + 15 000	Blic Ljubavni Roman	16 570
	Livepaper	Blic Puls	99 379
edelweiss	23 328	Blic TV Magazin	226 542
Gesundheit Sprechstunde	87 656	Blic Zena	256 257
GlücksPost	141 622		
GOAL	allemand 280 000	* Lancement 15 octobre 2007	
	français 105 000		
heute (gratuit) ¹	220 000		
il caffè (gratuit) ²	53 573	SLOVAQUIE	TIRAGE 2007
Le Temps	45 103	Eva	70 619
L'Hebdo	48 451	In	26 407
L'illustré	92 075	Novy Cas	179 446
Montres Passion (français / allemand)	90 000 / 100 000	Novy Cas Byvanie	47 778
Schweizer Illustrierte	225 753	Novy Cas Krizovky	96 573
Schweizer Illustrierte Style ¹	300 000	Novy Cas L'Udia	72 940
SonntagsBlick	265 478	Novy Cas Nedela	65 515
SPORTmagazin ¹	25 000	Novy Cas pre Zeny	223 956
TVtäglich ¹	1 202 000	Novy Cas Vikend	244 053
TV8	83 119	Rebecca	36 002
		Zivot	134 388
		ROUMANIE	TIRAGE 2007
		Bolero	45 325
		Bravo	68 404
		Bravo Girl	52 574
		Capital	34 652
		Compact (gratuit)	* 156 538
		Evenimentul Zilei	60 510
		Evenimentul Zilei TV Guide	117 738
		Evenimentul Zilei de duminica	33 041
		Libertatea	265 007
		Libertatea de duminica	185 604
		Libertatea pentru femei	133 200
		Libertatea weekend	416 503
		Lumea Femeilor	48 175
		Unica	33 976
		* tirage moyen	

* Acquisition le 17 octobre 2007

HONGRIE	TIRAGE 2007
Blikk	234 209
Blikk Nők	138 943
Blikk TV Magazin	243 327
Bravo	46 761
Bravo Girl	39 251
Buci Maci	17 970
hot!	112 527
Im	44 077
Nemzeti Sport	79 903
Népszabadság	127 274
Népszabadság Magazine	140 097
Tina	56 343
Tina Extra	46 560
Vasarnapi Blikk	198 814

UKRAINE	TIRAGE 2007
Blik	42 314

CHINE	TIRAGE 2007
Betty's Kitchen	276 000
CAAC Inflight Magazine	280 000
City Weekend	95 844
Oriental Sky	100 000
Xinmin Bella *	150 000
Fachzeitschriften (28 Titel)	à 6 300

* lancement le 18 octobre 2007

VIETNAM	TIRAGE 2007
Bep Gia Dinh (Family Kitchen)	35 000
The Guide	15 000
Thời báo Kinh tế	20 000
Thời Trang Trẻ (New Fashion)	55 000
Tu Vàn Tiêu DÙNG	20 000
Vietnam EconomicTimes	10 000

Adresses

SITUATION AU 1ER MARS 2008

SUISSE

Ringier AG
Dufourstrasse 23
CH-8008 Zurich
Téléphone +41 44 259 61 11
Fax +41 44 259 43 79
info@ringier.ch
www.ringier.ch
www.ringier.com

Ringier AG
Elektronische Medien
Hagenholzstrasse 83b
CH-8050 Zurich
Téléphone +41 44 308 54 54
Fax +41 44 308 54 40
info@ringier.tv
www.ringier.tv

Ringier SA
Pont Bessières 3
Case postale 7289
CH-1002 Lausanne
Téléphone +41 21 331 71 15
Fax +41 21 331 70 01
info@ringier.ch
www.ringier.ch

Ringier Print Adligenswil AG
Postfach 2469
CH-6002 Lucerne
Téléphone +41 41 375 12 53
Fax +41 41 375 16 68
info.rpa@ringier.ch
www.ringierprint.ch

Swiss Printers AG /
Ringier Print Zofingen AG
Brühlstrasse 5
CH-4800 Zofingue
Téléphone +41 62 746 31 11
Fax +41 62 746 32 62
print.mkt@ringier.ch
www.ringierprint.ch

Zollikofer AG
Fürstenlandstrasse 122
CH-9001 St. Gallen
Téléphone +41 71 272 77 77
Fax +41 71 272 74 72
info@zollikofer.ch
www.zollikofer.ch

Imprimeries Réunies
Lausanne SA
Chemin du Close1 5
Case postale 350
CH-1020 Renens
Téléphone +41 44 239 53 49
Fax +41 21 349 53 53
info@irl.ch
www.irl.ch

NZZ Fretz AG
Zürcherstrasse 39
CH-8952 Schlieren
Téléphone +41 44 258 14 44
Fax +41 44 258 18 80
fretz@nzz-fretz.ch
www.nzz-fretz.ch

Zürcher Druck + Verlag AG
Riedstrasse 1
CH-6343 Rotkreuz
Téléphone +41 41 798 31 50
Fax +41 41 798 31 58
zdv@ringier.ch
www.zuercher-druck.ch

Prevision AG
Bahnhofplatz
CH-4800 Zofingue
Téléphone +41 848 840 180
Fax +41 848 840 181
info@previon.ch
www.previon.ch

JRP|RINGIER Kunstverlag AG
Letzigraben 134
CH-8047 Zurich
Téléphone +41 43 311 27 50
Fax +41 43 311 27 51
info@jrp-ringier.com
www.jrp-ringier.com

Radio BE1
Optingenstrasse 56
Postfach 7624
CH-3001 Berne
Téléphone +41 31 340 50 50
Fax +41 31 340 50 55
kontakt@radiobe1.ch
www.radiobe1.ch

Radio Energy
Kreuzstrasse 26
CH-8032 Zurich
Téléphone +41 44 250 90 00
Fax +41 44 250 90 01
redaktion@energyzueri.ch
www.energyzueri.ch

Good News Productions AG
Thurgauerstrasse 105
CH-8152 Glattdbrugg
Téléphone +41 44 809 66 66
Fax +41 44 809 66 00
www.goodnews.ch
info@goodnews.ch

media swiss ag
Sammelbühl
CH-9053 Teufen AR
Téléphone +41 71 335 75 75
Fax +41 71 335 75 79
info@media.ch
www.mediaswiss.ch

Xmedia AG
Bernstrasse 41
CH-3175 Flamatt
Téléphone +41 31 744 11 11
Fax +41 31 744 11 10
info@xmedia.ch
www.xmedia.ch

Scout24 Schweiz AG
Bernstrasse 41
CH-3175 Flamatt
Téléphone +41 31 744 21 21
Fax +41 31 744 21 22
info@scout24.ch
www.scout24.ch

Betty Bossi AG
Bürglistrasse 29
CH-8021 Zurich
Téléphone +41 44 209 19 19
Fax +41 44 209 19 70
bettybossi@bettybossi.ch
www.bettybossi.ch

ALLEMAGNE

Ringier Publishing GmbH
Lennéstrasse 1
D-10785 Berlin
Téléphone +49 30 981 941 100
Fax +49 30 981 941 199
info@cicero.de
www.cicero.de

Juno Kunstverlag GmbH
Rosenthaler Strasse 49
D-10178 Berlin
Téléphone +49 30 44 01 34 40
Fax +49 30 44 01 34 43
info@monopol-magazin.de,
www.monopol-magazin.de

TCHÉQUIE

Ringier CR a.s.
U Pruhonu 13
CZ-170 00 Praha 7
Téléphone +420 225 977 720
Fax +420 225 977 718
www.ringier.cz

Ringier Print CZ a.s.
Na Rovince 876
CZ-720 00 Ostrava-Hrabová
Téléphone +420 596 668 111
Fax +420 596 626 606
ringierprint@ringierprint.cz
www.ringierprint.cz

Ringier Print CZ a.s.
Černokostelecká 613/145
CZ-100 00 Praha 10
Téléphone +420 225 283 111
Fax +420 225 283 288
info@ringier-print.cz
www.ringierprint.cz

SLOVAQUIE

Ringier Slovakia, a.s.
Prievozska 14
SK-812 09 Bratislava
Téléphone +421 258 227 111
Fax +421 258 227 450
www.ringier.sk

ROUMANIE

S.C. Ringier Romania S.R.L.
Novo Parc
Bulevardul Dimitrie Pompeiu
nr. 6, Sector 2
RO-020337 Bucuresti (Pipera)
Téléphone +40 21 20 30 800
Fax +40 21 20 30 801
www.ringier.ro

SERBIEN

IP Blic Press d.o.o.
Ul. Kraljice Marije I/IX
SRB-11000 Beograd
Téléphone +381 11 333 4701
Fax +381 11 333 4703
redakcija@blic.co.yu
www.blic.co.yu

APM Printing Plant d.o.o.
Bulevar Milutina
Milankovica 29
SRB-11070 Novi Beograd
Téléphone +381 11 313 0438
Fax +381 11 313 0439
www.apmprint.co.yu

UKRAINE

Free Media Ukraine
52 Degtyaryovskaya Str.
UA-04112 Kiev
Téléphone +380 44 490 91 11
Fax +380 44 490 91 44
info@freemedia.biz
www.blik.net.ua

UNGARN

Ringier Kiadó Kft.
Szugló u. 81-85.
HU-1141 Budapest
Téléphone +36 1 460 25 00
Fax +36 1 460 25 01
kiado@ringier.hu
www.ringier.hu

MédiaLOG Zrt.
Campona utca 1
«K» Building, Ground Floor
HU-1225 Budapest
Téléphone +36 1 501 8755
Fax +36 1 501 8100
info@media-log.hu
www.medialogfiege.eu

Ringier Print Budapest
Campona u. 1.
Harbor Park, A3A Building
HU-1225 Budapest
Téléphone +36 1 207 8130
Fax +36 1 207 8169
ringierprint@ringier.hu
www.ringier.hu

CHINA

Ringier Pacific Ltd.
Beijing Representative
Office
Room 7001-7005,
Hua Li Building
No. 58 Jinbao Street
Dongcheng District
Beijing 100005, P.R.C.
Téléphone +86 10 6528 1840
Fax +86 10 6528 0154
services@ringierasia.com
www.ringierpacific.com

Ringier Trade Publishing
Ltd.
Room 401-5, 4F,
New Victory House
93-103 Wing Lok Street
Sheung Wan, Hong Kong,
P.R.C.
Téléphone +852 2369 8788
Fax +852 2869 5919
www.industrysourcing.com

Beijing Ringier
International Advertising
Co. Ltd.
Room 7001-7005,
Hua Li Building
No.58 Jinbao Street
Dongcheng District
Beijing 100005, P.R.C.
Téléphone +86 10 6528 1840
Fax +86 10 6528 0154
services@ringierasia.com
www.ringierpacific.com

Ringier Pacific Ltd.
Room 401-5,
4F, New Victory House
93-103 Wing Lok Street
Sheung Wan, Hongkong, P.R.C.
Téléphone +852 2369 8788
Fax +852 2869 5919
services@ringierasia.com
www.ringierpacific.com

Asia Inflight Ltd.
Room 401-5, 4F,
New Victory House
93-103 Wing Lok Street
Sheung Wan, Hongkong, P.R.C.
Téléphone +852 2537 9128
Fax +852 2869 7663
info@asiainflight.com
www.ringierpacific.com

Beijing Ringier
International Advertising
Co., Ltd.
Shanghai Branch
Room 1501, World Trade Tower
500 Guang Dong Road
Shanghai 200001, P.R.C.
Téléphone +86 21 6362 0022
Fax +86 21 6360 5200
services@ringierasia.com
www.ringierpacific.com

Ringier Trade Publishing
Ltd.
Room 1001, Tower 3,
Donghai Plaza,
No. 1486 West Nanjing Road
Shanghai, 200040, P.R.C.
Téléphone +86 21 6289 5533
Fax +86 21 6247 4860
www.industrysourcing.com

ShenZhen Ringier Trade
Advertising Ltd.
Room 201-08, 2F, Wing B,
Haisong Building,
Tai Ran 9 Road, Futian
District, Shen Zhen
Guangdong 518040, P.R.C.
Téléphone +86 755 8835 0829
Fax +86 755 8341 7292
www.industrysourcing.com

Ringier Print (HK) Ltd.
11-13 Dai Kwai Street,
Tai Po, Industrial Estate
Tai Po. N.T. Hongkong
Téléphone +852 2660 2666
Fax +852 2664 1993
info@ringierprint.com.hk
www.ringierprint.com.hk

VIETNAM

Ringier Representative
Office
25, Than Mien Street
Dong Da District
Hanoi, Vietnam
Téléphone +84 4 77 61 660
Fax +84 4 77 61 660
www.ringierpacific.com
ringier.sh@fpt.vn

AdNet Co., Ltd.
25, Than Mien Street
Dong Da District
Hanoi, Vietnam
Téléphone +84 4 77 61 660
Fax +84 4 77 61 660
ringier.sh@fpt.vn
www.ringierpacific.com

Informations sur Ringier en
Inde et en Indonésie:
Téléphone +41 44 259 64 26
Fax +41 44 259 86 86
michele.mettler@ringier.ch

Evénements

DATE	PAYS	EVÉNEMENT
01.01.2007	Groupe	Introduction de la nouvelle structure d'organisation
01.01.2007	Hongrie	Tibor Kovacs est nommé président et directeur général du quotidien Népszabadság
08.01.2007	Chine	Lancement du magazine de bord Oriental Sky Weekly
15.01.2007	Chine	Lancement de trois magazines en ligne pour adultes sur Yaolan.com
31.01.2007	Tchéquie	Le directeur général Tomas Böhm quitte Ringier Tchéquie
18.02.2007	Roumanie	La chaîne TV de divertissement Kanal D diffuse pour la première fois ses programmes
19.02.2007	Suisse	Marc Walder devient rédacteur en chef du SonntagsBlick
01.03.2007	Roumanie	Claudiu Serban est nommé directeur général adjoint de Ringier Roumanie
01.03.2007	Tchéquie	Libuše Šmuclerová est nommée directrice générale de Ringier République tchèque
01.03.2007	Suisse	Ringier lance un projet pilote pour les stagiaires des rédactions
26.03.2007	Suisse	schweizer-illustrierte.ch propose pour la première fois de la TV sur le web et des vodcasts
02.04.2007	Suisse	Lancement du magazine art de vivre et football GOAL
10.04.2007	Suisse	Lancement du magazine culinaire bossi
17.04.2007	Hongrie	Pál Papliczky entre dans ses fonctions de responsable des quotidiens
17.04.2007	Suisse	Ringier Print Adligenswil AG lance le projet de renouvellement de ses équipements «rollenwechsel.ch» correspondant à un investissement de CHF 65 mio.
18.04.2007	Suisse	Lancement de la plateforme en ligne YouMe.net
19.04.2007	Suisse	Ringier achète Radio Energy Zürich
20.04.2007	Suisse	Lancement de FDH, le magazine de diététique
27.04.2007	Suisse	Lancement du show de vente Ricardo Hammershow sur Sat.1 (Schweiz)
27.04.2007	Suisse	RingierTV développe la division webCenter pour la production de vidéos en ligne
01.05.2007	Suisse	Markus Helbling devient coordinateur de Ringier pour l'Euro 2008
07.05.2007	Roumanie	Cerasela Müller est nommée directrice des Ressources Humaines et membre de la direction
13.05.2007	Suisse	Démarrage du nouveau SonntagsBlick Magazin (à la place de Sie+Er)
18.05.2007	Chine	Ringier et Wenhui Xinmin United Press Group concluent un accord de partenariat portant sur le premier magazine hebdomadaire féminin en Chine
20.06.2007	Suisse	Lancement du magazine pour ados edelgirls en format poche
21.06.2007	Groupe	Remise du Prix Ringier des médias et du Ringier Photo Award
28.06.2007	Suisse	Cessation de parution du magazine économique CASH
01.07.2007	Suisse	Andreas Schaffner, responsable de la diffusion, devient membre de la direction générale Ringier Suisse
01.07.2007	Suisse	Christoph Bauer, directeur du secteur Médias économiques, devient membre de la direction générale Ringier Suisse
01.07.2007	Suisse	Marc Görtz, directeur du secteur Médias électroniques, devient membre de la direction générale Ringier Suisse
01.07.2007	Suisse	Ringier vend ses magazines de télévision Tele, TV2 et TVvier aux éditions Axel Springer
01.07.2007	Groupe	Samuel Hügli est nommé CFO, Directeur financier et membre de la direction du groupe Ringier
03.07.2007	Suisse	Daniel Pillard devient directeur général par intérim de Ringier Suisse, directeur des secteurs Romandie, Journaux et Magazines, ainsi que membre de la direction du groupe Ringier SA
05.07.2007	Suisse	Rüdi Steiner devient rédacteur en chef du complexe de médias CASH
01.08.2007	Suisse	Dani Büchi devient directeur général de Radio Energy Zürich
01.08.2007	Suisse	Oliver Kuhn devient directeur de la rédaction de l'émission de consommateurs konsumTV
04.08.2007	Suisse	La Fondation Hans Ringier décerne le Prix européen de culture politique au président de la Serbie
06.08.2007	Suisse	RingierTV entre dans le domaine du cinéma avec RingierFilm

16.08.2007	Suisse	Daniel Steil devient directeur de la rédaction ad intérim de heute
16.08.2007	Suisse	Marc Walder devient directeur des rédactions de journaux
15.09.2007	Ukraine	Marco Stettler est nommé directeur général de Ringier Ukraine
17.09.2007	Tchéquie	Inauguration de la nouvelle imprimerie de Ringier à Ostrava
20.09.2007	Roumanie	Lucian Romascanu, directeur de la division boulevard et journaux de sport et de la division journaux gratuits, devient membre de la direction générale Ringier Roumanie
20.09.2007	Roumanie	Richard Toth est nommé CFO de Ringier Roumanie
01.10.2007	Suisse	Blick.ch lance une émission de TV animée sur le web, BlickPunkt
01.10.2007	Groupe	Ringier vend neuf magazines de télévision de l'Europe d'Est aux éditions Bauer
10.10.2007	Vietnam	La Fondation Dariu reçoit des licences de Microsoft
15.10.2007	Serbie	Lancement du quotidien ALO!
17.10.2007	Tchéquie	Acquisition du quotidien Aha!
18.10.2007	Chine	Lancement du magazine féminin Xinmin Bella
18.10.2007	Hongrie	Lancement du guide de loisirs sur internet cityweekend.hu
01.11.2007	Suisse	André Grieder devient chef des sports de Blick et SonntagsBlick
01.11.2007	Hongrie	Attila Mihok est nommé directeur général de Ringier Hongrie
01.11.2007	Groupe	Béla Papp devient responsable du business development
01.11.2007	Suisse	Bernhard Weissberg est nommé rédacteur en chef de Blick
09.11.2007	Suisse	Blick.ch lance trois radios sur internet
28.11.2007	Hongrie	Népszabadság Co. Ltd., Ringier Publishing Ltd. et Sanoma Budapest Co. Ltd. acquièrent des parts (70%) de MédiaLOG Fiege Co. Ltd.
04.12.2007	Suisse	Ringier prend la majorité (80%) de media swiss group (Scout24, Gate24)
13.12.2007	Suisse	Marcel Zulauf devient directeur de la rédaction de Blick.ch
13.12.2007	Suisse	RingierTV ouvre propre échoppe sur iTunes
17.12.2007	Slovaquie	Lancement du site internet pour hommes adamonline.sk
28.12.2007	Serbie	IP Blic Press d.o.o. achète davantage d'actions de APM Transpress et possède ainsi 90,9%
31.12.2007	Suisse	Cessation de parution du magazine culinaire bossi
31.12.2007	Suisse	Ringier achète Original SA, Lausanne (Webpublishing)

Peter Fischli & David Weiss

Sonne, Mond und Sterne

(Soleil, lune et étoiles)

Les artistes suisses Peter Fischli (*1952) et David Weiss (*1946) comptent parmi les plus importants du monde artistique international grâce leur travail aux larges ramifications dans la photographie, la sculpture, les installations et le film. Ils travaillent ensemble depuis 1979 et sont régulièrement présents dans les institutions et collections importantes de la planète comme le Musée Guggenheim et le Museum of Modern Art de New York, le Walker Art Center de Minneapolis, le Kunstmuseum de Bâle, le Museum Ludwig de Cologne et tant d'autres. Depuis 2007, leur grande rétrospective «Fragen & Blumen» est passée de la Tate Modern au Musée d'Art moderne de la Ville de Paris, du Kunsthaus de Zurich à la Fondazione Nicola Trussardi et aux Deichtorhallen de Hambourg.

L'œuvre de ces deux artistes aborde les grands sujets de notre quotidien: le sens des choses, le monde des loisirs et du travail, la vie dans les banlieues, les voyages, la beauté et la laideur, les petits et grands événements, les lieux de convoitise du mâle, rien que de très normal en somme. Leur œuvre souligne encore et toujours à quel point nos espaces quotidiens de vie et de nostalgie se sont peu modifiés et comment notre essence aussi bien intérieure qu'extérieure arrive à résister. Ils travaillent avec le sens commun de nos projets et de nos conditions de vie, qu'il faut appréhender comme une fascination universelle et encyclopédique, en s'appuyant avec le clin d'œil de l'understatement aussi bien sur ce qui n'est que trop humain que sur les sublimes concepts de l'art.

Fischli & Weiss jouent avec les produits alimentaires (série de saucissons, 1979), construisent de fragiles sculptures avec des ustensiles de cuisine (Equilibres – Après-midi tranquille, 1984–1987), se photographient à travers les curiosités du monde (Monde visible, 1987–2000), parcourent le monde habillés en rat et en ours en posant des questions essentielles (La moindre résistance, 1980/1981 et Le bon chemin, 1982/1983), font retailer des objets en polyuréthane (Sculptures de polyuréthane depuis 1983) ou, dans «Soudain cette vue d'ensemble», retracent d'un ton cru les événements, les découvertes et les idées importants qui imprègnent notre histoire. Fischli & Weiss se préoccupent des

mêmes questions que le quidam moyen (Questions, 1981–2003) et trouvent belles les mêmes choses que lui (Fleurs et champignons, 1997/1998). Ce qui est ludique et inutile pour nous, ils le vivent comme un travail. En procédant de cette manière, ils reprennent aussi nos clichés de bistrot sur l'artiste comme philosophie du jeu, un lieu offrant un espace à la liberté, aux obsessions humaines, aux relativités, aux responsabilités et à l'autodétermination.

Peter Fischli et David Weiss intitulent «Soleil, lune et étoiles» le travail qui, cette année, transforme le rapport d'activité de Ringier AG en un gros bouquin. Ce titre rappelle les chansons enfantines mais aussi l'univers qui nous entoure vu de la terre, compris comme une illustration de la nostalgie et de la fuite. Après les nombreux ensembles d'œuvres qui traitaient du «temporel», voici maintenant ce que retient le monde au plus profond de lui-même sous forme de projections. L'aspect encyclopédique récurrent de leur œuvre est aussi central à ce travail: ce qu'ils ont tiré de centaines de magazines qui couvrent tous les aspects de la vie et tous les centres d'intérêt de contextes culturels différents, ils en ont fait une encyclopédie des séductions et des aspirations à des modèles de notre époque. Pour eux, dans le monde de l'imprimé, les annonces présentent avec le plus de clarté ce principe économique, et ils montrent leur intérêt pour ce flot de marchandises qui accompagne notre vie et façonne notre identité. Ils ont rassemblé par paires huit cents annonces et les ont mis bout à bout: cet alignement permet beaucoup d'histoires, plutôt que d'en raconter une.

Beatrix Ruf, conservatrice de la collection Ringier, directrice de la Kunsthalle Zürich