

Ringier AG  
Rapport Annuel 2008

Editeur	Ringier AG, Group Communications Dufourstrasse 23, CH-8008 Zurich <a href="http://www.ringier.ch">www.ringier.ch</a> , <a href="http://www.ringier.com">www.ringier.com</a>
Direction	Marco Castellaneta, CCO/Head Group Communications
Direction du projet	Myrta Bugini, Corporate Publishing und Design, Group Communications
Conservatrice	Beatrix Ruf, Directrice Kunsthalle Zurich
Artiste, Design graphique	Josh Smith, New York
Layout	Dimitri Wiss, Ringier AG Specter
Traducteur	Jean-Luc Ingold, Genève
Editing	Ringier SA, Lausanne
Lithographie, Impression	Swissprinters NZZ Fretz, Schlieren
Reliure	Burkhardt AG, Mönchaltorf
Caractère typographique	Minion Pro
Édité en	Français, Allemand, Anglais
Exemplaires supplémentaires	Ringier AG Group Communications Dufourstrasse 23 CH-8008 Zurich Téléphone +41 44 259 64 00 Téléfax +41 44 259 86 35 <a href="http://www.ringier.ch">www.ringier.ch</a> , <a href="http://www.ringier.com">www.ringier.com</a>

Zurich, avril 2009

## SOMMAIRE. Ringier Rapport Annuel 2008

Prologue .....	8
L'année Ringier.....	10
Ringier en chiffres/Résultats .....	12
Compte de pertes et profits .....	14
Anniversaire de Ringier .....	16
Ringier Academy.....	17
Nouveaux médias .....	17
Ringier Suisse .....	18
Ringier Allemagne .....	21
Ringier Chine .....	22
Ringier Roumanie .....	24
Ringier Serbie.....	26
Ringier Slovaquie.....	28
Ringier Tchéquie.....	30
Ringier Hongrie .....	32
Ringier Ukraine .....	34
Ringier Vietnam .....	34
Ringier Print .....	35
Participations importantes .....	38
Ressources Humaines du groupe .....	42
Services Informatiques.....	43
Group Communications .....	44
Corporate Social Responsibility .....	45
Organisation .....	46
Produits et tirages .....	48
Adresses .....	50
Événements .....	56
Epilogue .....	58
L'artiste .....	60

Pour des raisons de lisibilité, nous nous sommes limités à la forme masculine.  
Il va de soi que cela englobe les deux genres, féminin et masculin.

# PROLOGUE.

Michael Ringier, éditeur

Depuis dix-sept ans, la télévision allemande diffuse un soap très suivi, *Gute Zeiten, Schlechte Zeiten* (litt. «Bons jours et mauvais jours»). C'est un peu la réalité (et non la fiction) de Ringier depuis 176 ans. Notre société a jusqu'à présent surmonté cinq changements de génération, deux guerres mondiales, d'innombrables récessions, l'arrivée de la télévision et tous les scénarios de fin du monde. C'est avec cette certitude que la génération actuelle de propriétaires et de managers affronte les temps incontestablement les plus difficiles à vivre en tant que responsables.

Les scénarios de fin du monde semblent exercer leur propre fascination. Surtout sur les intéressés eux-mêmes. Dans aucun autre média que dans la presse écrite on ne parle autant de la mort des journaux. Aux Etats-Unis, particulièrement, on décrit à intervalles de plus en plus rapprochés l'exemple de sociétés de journaux en faillite ou proches de la banqueroute. Ils devraient étayer la thèse selon laquelle les journaux n'ont pas d'avenir.

Toutefois, si on regarde de plus près ces entreprises en difficulté, on relève très vite qu'elles traînent toutes le même boulet. Toutes ont des dettes trop élevées et, avec un cash-flow en baisse, elles ne peuvent plus verser d'intérêts à leurs bailleurs de fonds. En règle générale, leurs dettes sont si lourdes qu'elles ne s'en sortiraient de toute façon dans aucune autre branche. Cette analyse n'intéresse toutefois presque personne: ça rendrait pour le moins douteuse la belle histoire de la mort des journaux.

La réalité influence toujours l'analyse – pessimiste ou optimiste – que l'on fait des événements, surtout quand les exemples abondent. Ainsi, il y a quelques années à peine, des sociétés web avec un chiffre d'affaires minimal et des pertes abyssales se vendaient à des prix colossaux: une erreur

monumentale. Et pourtant, pendant des années on a cru à l'avenir de ce système, car on voyait en permanence de nouveaux exemples qui tendaient à montrer qu'il fonctionnait.

Si nous avons appris une chose, une seule, en 176 ans, c'est ceci: à long terme, il n'existe ni tendance sûre ni recette qui marche. Il n'y a que la capacité d'une entreprise à renouveler sans cesse ses propres activités et à s'adapter aux circonstances nouvelles. Or, pour les médias imprimés, l'environnement a changé du tout au tout. Ces médias touchent aujourd'hui un consommateur informé très différemment, qui a grandi dans un environnement technologique nouveau. Les journaux, surtout eux, sont-ils pour autant condamnés à mort? Non! Mais ils doivent réinventer leur contenu, leur modèle commercial et leur distribution. Là non plus, il n'y a pas de réponse. Le journal gratuit n'est à coup sûr pas la solution de survie. C'est bien sûr un nouveau modèle commercial, mais il ne peut pas remplacer le journal classique. Et les gratuits ne peuvent pas se réclamer d'un succès imparable comme le montrent les innombrables fusions et autres fins de parution de ces derniers mois.

Nous, chez Ringier, nous croyons à tous les médias, les classiques aussi bien que les nouveaux. Nous croyons surtout que tous les médias sont liés et complémentaires. C'est un processus entamé voilà quelques années qui durera encore quelques années. Un sacré défi pour la direction et les collaborateurs de tous les pays. Voilà pourquoi les mauvaises périodes ont aussi du bon. Parce qu'on doit se concentrer exclusivement sur l'essentiel et parce qu'on ne peut plus rien reporter. Agir et changer, c'est ce qu'on doit faire. Voilà qui n'est pas vraiment nouveau pour une entreprise de 176 ans.



# L'ANNÉE RINGIER.

Martin Werfeli, CEO jusqu'au 31 décembre 2008

Quelle année intense: nous avons réussi à célébrer le 175e anniversaire de notre entreprise familiale et indépendante avec tous nos collaborateurs, nos invités et nos amis dans tous les pays où Ringier est implantée.

Les six premiers mois de l'année ont été embellis par de très bons résultats, puis la crise financière s'est fait sentir de plus en plus fort dans notre branche. Au cours des derniers mois, elle s'est transformée en véritable crise économique déclenchant une récession mondiale. Les médias du monde entier s'en trouvent touchés avec des clients désécurisés qui réduisent leurs dépenses marketing, voire les suppriment, avec des tirages qui chutent et le passage des médias imprimés aux médias numériques.

Nous sommes d'autant plus fiers d'avoir pu, même en ces temps troublés, augmenter une nouvelle fois notre chiffre d'affaires de 5 pourcent et maintenir nos bénéfices au niveau de l'année précédente, qui était assez élevé, cela sans tenir compte des recettes extraordinaires.

Ce qui nous a aidés, en l'occurrence, c'est notre large diversification. Géographique, d'abord: certaines régions en pleine croissance ont atteint des résultats records et ont ainsi réussi à compenser une bonne partie des pertes enregistrées dans les pays durement touchés. En règle générale, les magazines ont été moins affectés par la crise que les quotidiens. Technologique, ensuite: le développement réjouissant de nos médias électroniques nous donne confiance pour les années à venir. Il a valu la peine, ces dernières années, d'investir, certes tard, dans les médias numériques de façon importante, mais pas trop. En conséquence, nous produisons environ 8,5 pourcent de nos chiffres d'affaires avec les médias électroniques; voilà pourquoi nous atteindrons l'objectif

que nous nous sommes fixé voilà deux ans, à savoir 10 pourcent de nos chiffres d'affaires avec les nouveaux médias d'ici à 2010.

L'orientation conséquente de notre entreprise vers le futur, dont font évidemment partie le développement et la consolidation de nos journaux et magazines bien ancrés sur le marché, exigera encore de nous tous un certain nombre de sacrifices avant que l'économie et, donc, le monde des médias, ne récupère. Mais nous n'allons pas pleurer sur ces circonstances difficiles: nous considérons cette époque non seulement comme un défi, mais aussi comme une chance. Et cette chance, nous allons la saisir avec nos collaboratrices et collaborateurs dont nous connaissons la motivation et la créativité.

A la fin de 2008, après six années denses et passionnantes comme CEO, la famille Ringier m'a appelé au conseil d'administration. Je me réjouis de cette nouvelle tâche et je souhaite plein succès à mon successeur au poste de CEO, Christian Unger.

## Christian Unger, CEO depuis le 1er janvier 2009

Mes premiers mois de travail en tant que CEO de Ringier SA ont pris un tour passionnant. J'ai eu l'occasion de découvrir plusieurs de nos activités de par le monde et de faire la connaissance de nombreux collaborateurs très motivés. J'ai aussi pu échanger mes premières expériences avec certains d'entre eux qui tiennent ce rapport entre leurs mains. Je tiens ces entretiens pour extrêmement précieux et je remercie ici tous mes interlocuteurs de leur ouverture d'esprit.

Simultanément, les conditions-cadres économiques ont radicalement changé ces derniers mois. Nous sommes actuellement confrontés à la conjonction de deux mouvements: d'une part, un fort ralentissement conjoncturel qui affecte invariablement tous les marchés sur lesquels nous sommes présents, d'autre part, un environnement concurrentiel qui change vite et globalement.

Les enjeux à court terme comme la baisse des recettes publicitaires, les tirages stagnants et une concurrence plus agressive se doublent fâcheusement de modifications structurelles à moyen terme. Ces changements impliquent pour l'essentiel que le consommateur de médias puisse avoir accès, primo, gratuitement, secundo, par tous les canaux disponibles, à toutes les informations qui l'intéressent. Nous sommes touchés par cet état de fait et de façon équivalente sur tous les marchés.

A ce titre, en tant qu'entreprise de médias, nous sommes doublement défiés: d'une part, nous devons maîtriser la pression économique qui s'exerce sur nos modèles commerciaux existants, d'autre part, nous devons continuer à développer ou revoir ces modèles commerciaux pour offrir une plus-value que nos clients seront prêts à payer par rapport au contenu des gratuits. Nous voulons, chez Ringier, participer de façon créative

à ce processus, et nous le ferons. Nous sommes, en effet, persuadés que grâce à notre organisation décentralisée et proche de nos clients, à notre façon de travailler pour réussir à long terme, mais surtout à des collaborateurs exceptionnels, nous avons en main tous les atouts nécessaires pour pouvoir tirer profit d'un paysage médiatique en constant mouvement.

Face à ces enjeux et à ces changements, vous reconnaîtrez une constante sous ma direction: nous continuerons de prendre nos décisions en ayant conscience de nos responsabilités face à nos partenaires de l'économie, de la société et de l'environnement. Même si cela devait impliquer de ne pas conclure une affaire ou une autre. Nous continuerons aussi de miser sur les valeurs éprouvées en assumant nos responsabilités face à la société, car seule leur sauvegarde fait le succès à long terme d'une entreprise.

# RINGIER EN CHIFFRES.

CHIFFRES COMPARATIFS	2008	2008	2007	Fluctuation en %
	millions CHF	millions EUR	millions CHF	
CHIFFRES D'AFFAIRES SUISSE	938.7	590.3	880.8	6.6
CHIFFRES D'AFFAIRES EUROPE	526.7	331.4	506.3	4.0
CHIFFRES D'AFFAIRES ASIE	70.1	44.1	71.3	-1.6
TOTAL (Print inclus)	1535.5	965.8	1458.4	5.3
CASH-FLOW	146.9	92.4	208.3	-29.5
- en % du chiffre d'affaires	9.6		14.3	
RÉSULTAT NET APRÈS IMPÔTS	62.2	39.1	102.7	-39.5
- en % du chiffre d'affaires	4.0		7.0	
INVESTISSEMENTS	321.9	202.5	123.8	160
PERSONNEL		8129	8315	-2.3

CASH-FLOW	2008	2007	2006
	mio. CHF	mio. CHF	mio. CHF
Bénéfice net après impôts	62.2	102.7	67.8
Amortissements	84.7	105.6	76.7
TOTAL	146.9	208.3	144.5

*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 pourcent sont saisies selon la méthode de la consolidation intégrale. Nos participations de 50 pourcent sont consolidées au prorata. Les résultats partiels de nos participations minoritaires importantes sont saisis proportionnellement.*

## RÉSULTATS.

Avec une croissance de 5,3 pourcent en 2008, le chiffre d'affaires de Ringier a atteint un nouveau sommet pour s'élever à 1536 millions de francs. On doit surtout ce développement positif à la bonne marche des affaires en Tchéquie et en Slovaquie ainsi qu'aux investissements dans des plateformes digitales comme *AutoScout24*, *JobScout24* et *ImmoScout24*. Cette croissance a largement compensé les pertes dues à la vente des magazines TV au milieu de l'année 2007, ainsi qu'à celle de nos activités en Ukraine en automne 2008.

Après un premier semestre 2008 remarquable, les annonces print ont souffert de la récession économique globale durant les deux trimestres suivants. Ce recul s'est cependant manifesté très différemment d'une région et d'un moment à l'autre. C'est ainsi que, sur l'année entière, l'Asie a connu une croissance de 22,4 pourcent et la Tchéquie

de 19,1 pourcent. Par opposition, la chute des recettes publicitaires en Roumanie a atteint 21,4 pourcent (ventes de portefeuilles). En plus du recul économique, surtout vers la fin de l'année, il a fallu prendre en compte les effets dûs aux fluctuations des devises d'Europe centrale et de l'Est, au second semestre 2008.

Durant l'année, Ringier a augmenté ses recettes globales de 8,7 pourcent en Suisse, de 18,6 pourcent en Tchéquie et de 11 pourcent en Slovaquie. En revanche, la Roumanie a enregistré une baisse de son chiffre d'affaires de 27 pourcent, conséquence de la crise économique, de l'affaiblissement de sa monnaie et d'une situation concurrentielle spécifique à ce pays. Les revenus des médias numériques ont pratiquement doublé en Suisse grâce à l'achat de media swiss group: ils représentent aujourd'hui 8,5 pourcent du chiffre d'affaires externe. 5,5 pourcent l'année précédente. Les chiffres d'affaires des journaux et des magazines ont, eux, légèrement reculé de 2,5 pourcent. Print Suisse avec Swissprinters et Print Adligenswil ont à nouveau progressé de 2,8 pourcent. Cette croissance est due exclusivement aux commandes de la clientèle externe.

Le résultat après impôts s'inscrit à 62,2 millions de francs, soit à peu près au niveau de la moyenne pluriannuelle. La comparaison directe avec les 102,7 millions de l'année précédente ne serait pas pertinente, car en 2007, il comprenait divers apports extraordinaires dus à des désinvestissements, dont la vente des magazines de télévision. Le cash-flow, lui aussi, a reculé de 208,3 à 146,9 millions de francs, soit pratiquement au niveau de 2006 (144,5 millions de francs).

Ce faisant, nous arrivons à un rendement du chiffre d'affaires après impôts de 4 pourcent et à un rendement du cash-flow de 9,6 pourcent. Ces

deux chiffres mettent en évidence que Ringier, dans de nombreux pays, se trouve encore et toujours sur des marchés en croissance; de surcroît, en 2008, nous avons eu de gros frais pour développer des produits à l'interne qui totalisent près de 50 millions de francs et alourdissent d'autant le résultat des comptes. En outre, des intérêts plus élevés, conséquence des investissements consentis, ont également réduit nos marges dans plusieurs pays. Ce recul, Ringier le prend toutefois en compte en tant qu'entreprise ayant des perspectives à long terme, de surcroît en plein cycle économique difficile, pour asseoir sa position sur le marché et l'améliorer durablement.

Comme, simultanément, des modifications structurelles – à l'instar de la digitalisation – exigent leur tribut et qu'ils sont très gourmands en ressources, nous avons mis sur pied des programmes de réduction des coûts et d'adaptation, tant aux réalités économiques qu'aux nouveaux besoins de nos clients.

En 2008, nos dépenses ont augmenté de 11 pourcent, essentiellement pour deux raisons: une augmentation de 8 pourcent des coûts du personnel, due à notre expansion, et une hausse des coûts du matériel de 2,9 pourcent.

Avec 321,9 millions de francs, les investissements sont nettement plus élevés que les années précédentes. Cela est principalement dû à des investissements dans des plateformes digitales comme media swiss group et Geschenkidee.ch GmbH, mais aussi dans les imprimeries de journaux et de magazines en Suisse et dans l'impression de journaux en Roumanie.

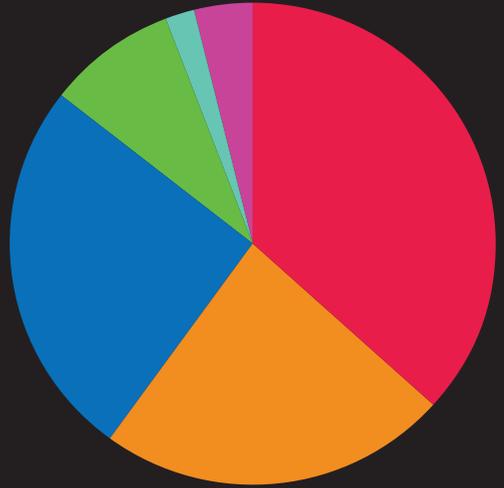
Le rachat de parts minoritaires en Serbie, donc l'augmentation de 25,1 pourcent de notre participation pour arriver à 100 pourcent, a aussi compté.

# COMPTE DE PERTES ET PROFITS.

RECETTES	2008	2008	2007	
	millions CHF	millions EUR	millions CHF	Fluctuation en %
<b>CHIFFRES D'AFFAIRES</b>	<b>1535.5</b>	<b>965.8</b>	<b>1458.4</b>	<b>5.3</b>
Journaux, magazines	892.4	561.2	915.0	-2.5
Travaux d'impression pour tiers	372.7	234.4	370.1	0.7
Médias électroniques	122.7	77.2	52.6	133.2
Betty Bossi	46.1	29.0	42.6	8.1
Divers	101.6	64.0	78.1	30.3
<b>CHARGES D'EXPLOITATION</b>				
<b>Personnel</b>	<b>502.3</b>	<b>315.9</b>	<b>465.0</b>	<b>8.0</b>
– Salaires	391.3	246.2	370.5	5.6
– Charges sociales	78.5	49.3	71.9	9.1
– Frais annexes	32.5	20.4	22.6	43.7
<b>Materiel et prestations externes</b>	<b>443.7</b>	<b>279.0</b>	<b>431.1</b>	<b>2.9</b>
– Papier	222.8	140.1	215.4	3.4
– Ecres d'imprimeries	22.8	14.3	21.9	3.9
– Autre matériel	47.0	29.6	29.1	61.7
– Prestations externes	144.8	91.1	159.3	-9.1
– Dépenses diverses	6.3	3.9	5.4	15.9
<b>Redaction, édition, transport, publicité</b>	<b>305.4</b>	<b>192.1</b>	<b>297.1</b>	<b>2.8</b>
– Honoraires de rédaction	52.7	33.1	58.2	-9.5
– Frais de transport	113.5	71.4	103.5	9.7
– Publicité	107.0	67.3	102.9	4.0
– Dépenses d'edition diverses	32.2	20.3	32.5	-0.9
<b>Dépenses généraux</b>	<b>137.2</b>	<b>86.4</b>	<b>56.9</b>	<b>141.2</b>
<b>CHARGES D'EXPLOITATION TOTAL</b>	<b>1388.6</b>	<b>873.4</b>	<b>1250.1</b>	<b>11.1</b>
CASH-FLOW	146.9	92.4	208.3	-29.5
AMORTISSEMENTS	84.7	53.3	105.6	-19.7
<b>RÉSULTAT NET APRÈS IMPÔTS</b>	<b>62.2</b>	<b>39.1</b>	<b>102.7</b>	<b>-39.5</b>

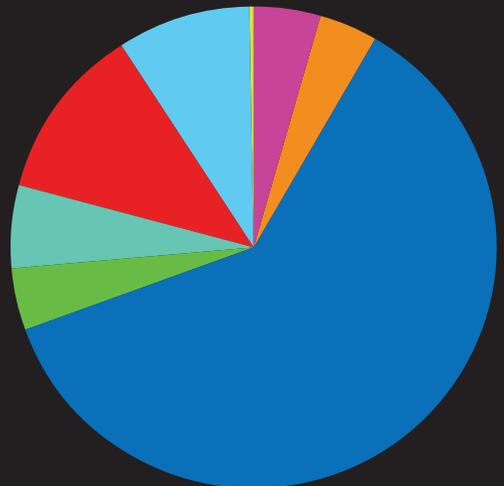
## Répartition du chiffre d'affaires par secteur d'activité

Journaux	36.7%
Magazines	23.3%
Travaux d'impression	25.8%
Médias électronique	8.5%
Services/Logistique	2.0%
Divers	3.7%



## Répartition du chiffre d'affaires par pays

Chine	4.50%
Roumanie	4.01%
Suisse (avec l'Allemagne)	61.12%
Serbie	4.12%
Slovaquie	5.49%
Tchéquie	11.82%
Ukraine	0.03%
Hongrie	8.84%
Vietnam	0.07%



# ANNIVERSAIRE DE RINGIER.

Le 16 décembre 2008, l'année du 175e anniversaire de Ringier a pris fin. Entre janvier et décembre, l'entreprise a fêté ses 175 ans d'existence à travers quarante manifestations et projets dont certains se prolongeront.

Une vingtaine de fêtes – en Chine, au Vietnam, en République tchèque, en Slovaquie, en Hongrie, en Serbie, en Roumanie, en Allemagne et en Suisse – ont célébré les 175 ans d'existence de Ringier avec ses collaborateurs, ses partenaires, ses clients et des personnalités de la politique, de l'économie, de la culture et du show-business. Avec des opérations comme le «day off», une excursion à choix et un jour de congé supplémentaire, Ringier a marqué sa reconnaissance à ses collaborateurs pour leur engagement. Le jeu «Destination Ringier» sur l'internet a été joué dans neuf pays. Avec ce jeu, notre entreprise a simultanément acquis de précieuses connaissances dans le domaine cross média à l'échelle du groupe et des projets en sont déjà nés. Toutes ces activités ont permis à Ringier d'être perçue positivement sur tous les sites de production. Cet anniversaire a également permis à Ringier de miser sur l'avenir. Trois nouveautés ont été lancées à cette occasion et préparent l'entreprise à relever les défis futurs: la Ringier Academy, le Media Lab et l'initiative Corporate social responsibility, avec un premier rapport selon les normes internationales.

Ces 175 ans ont également été l'occasion de faire un voyage dans le passé de Ringier, de 1833 à 2008, et de le raconter dans un livre. Cette histoire a fait l'objet de recherches par le journaliste suisse Karl Lüönd en collaboration avec l'équipe de Roger Blum, spécialiste des médias et professeur à l'Université de Berne. Ce livre, «Ringier bei den Leuten» (Ringier proche des gens), a

été présenté lors du lancement des festivités. La version scientifique de l'histoire de Ringier sera publiée cette année.

## RINGIER ACADEMY.

Cet anniversaire a également été l'occasion de lancer la Ringier Academy. En mars déjà, les premiers cours ont été donnés. La Ringier Academy est une institution visant à encourager l'échange de connaissances et d'expériences au sein du groupe pour accompagner les collaborateurs dans le monde des médias numériques. L'éventail des sujets couvre aussi bien les domaines de l'édition que les aspects journalistiques ou les développements technologiques et commerciaux qui ont une influence sur le champ d'activité de Ringier.

La Ringier Academy suit de près les objectifs stratégiques de l'entreprise et les besoins spécifiques des collaborateurs. Un autre de ses objectifs est de renforcer le réseautage des différentes unités, départements et organisations des pays du groupe pour garantir l'échange d'expériences et de connaissances. Pour cela, elle se branche au réseau, travaille avec des prestataires internes et externes de formation continue en complétant et en diffusant leur programme. Le département des ressources humaines reste chargé de la formation continue et du développement personnel des collaborateurs.

## NOUVEAUX MÉDIAS.

Le développement de nos activités numériques a vraiment bien démarré en 2008: tous les pays ont largement investi dans les plateformes de leurs titres et ont été récompensés parfois par des poussées de croissance spectaculaires.

A l'occasion du 175<sup>e</sup> anniversaire, nous avons posé les bases de notre Media Lab et du Media Sites Center centre de compétence qui, du point de vue organisation, sera géré par Ringier Suisse. Notre commission internationale New Media pilote, certes, des projets transfrontaliers, mais la responsabilité du développement des médias électroniques incombe à chaque pays qui concrétise ses propres stratégies selon ses besoins.

En reprenant ideecadeau.ch à la fin de l'année, nous avons fait notre entrée dans l'e-commerce. Comme lors de l'acquisition réussie du media swiss group l'année d'avant, nous partons du principe que nous pourrons aussi transférer cette compétence à d'autres pays.

La crise actuelle qui touche durement les médias accélérera encore nos développements dans le domaine des nouveaux médias. D'une part, nous étendrons nos activités dans les infos, l'e-commerce et les petites annonces, d'autre part nous nous tournerons plus résolument vers de nouveaux domaines comme les moteurs de recherche et les portables.

# RINGIER SUISSE.

Plus l'année 2008 avançait, plus les affaires sont devenues difficiles. Pour Ringier, ces douze mois ont progressivement représenté un véritable défi et ce, également en Suisse. Les recettes publicitaires ont légèrement reculé, celles des ventes également. La traduction dans les faits de la stratégie du groupe «développement des canaux numériques» s'est concrétisée par la prise de contrôle, à la fin de 2007, de media swiss group avec ses deux marques, *Scout24* et *Gate24*. Cela a fait de Ringier le numéro un du marché suisse des annonces en ligne. Grâce à cette intégration réussie et à la bonne santé des affaires liées à l'internet, il a été possible d'atteindre des taux de croissance considérables en termes de recettes. De plus, l'acquisition d'idéeCadeau (Geschenkidee.ch GmbH) a consolidé cette voie prise l'année dernière.

Pour Ringier Suisse, l'année 2008 a aussi été celle où nous avons posé de nouveaux jalons, visibles à travers la réorganisation de la maison. Dans sa nouvelle organisation, la direction a pris en main la stratégie de ces prochaines années et lancé ses premiers projets. La planification et la réalisation d'une newsroom commune pour le groupe *Blick* bat son plein. Si rien ne vient interférer, *Blick*, *SonntagsBlick*, *Blick.ch*, *Blick am Abend* et *cash.ch* seront produits, dès février prochain, dans cette rédaction centrale unique en Suisse.

Après que l'introduction de Woodwing/ InDesign dans les rédactions ait été réussie, les applications pour la distribution et le marché publicitaire ont été élevées au niveau des standards internationaux grâce au projet SAP-Media.

## Groupe Blick

Ce qu'on appelait avant la réorganisation le «département journaux» se nomme aujourd'hui

«groupe *Blick*». On y trouve, en plus de *Blick* et de *SonntagsBlick*, *Blick am Abend* et *Blick.ch* réunis en une même famille pour affronter le marché.

L'extension de *Blick.ch*, devenu le journal en ligne le plus lu de Suisse, et la transformation du quotidien du soir *heute* en *Blick am Abend* sont les premiers succès de cette stratégie One Brand. La hausse du tirage de ce gratuit en pleine croissance et son acceptation grandissante par les publicitaires confirment la justesse de cette démarche. Après son succès à Bâle, Berne et Zurich, *Blick am Abend* verra sa distribution étendue à Lucerne, Zoug, Saint-Gall et leurs communes périphériques dès août 2009.

La relance de *Blick* au printemps 2008 comprenait la modernisation de son graphisme, l'extension de sa partie magazine et sa présentation en un seul cahier. Profitant de ce nouvel élan, ce nouveau *Blick* arrive plus tôt dans les zones urbaines et une grande campagne de marketing, avec notamment un spot TV spectaculaire, a été réalisée. Ces mesures ont permis d'augmenter la vente aux abonnés. Mais les défis présentés par la vente au numéro restent pour l'instant pendants. *SonntagsBlick* témoigne aussi d'un bon développement, sur le marché tant des annonces que des lecteurs.

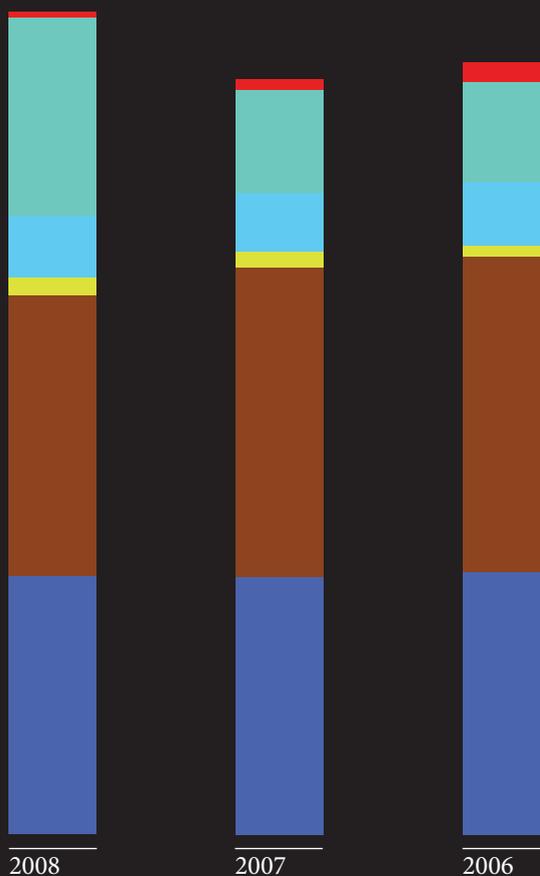
## Magazines

Les magazines bouclent l'année 2008 sur un bilan réjouissant. Une fois de plus, la *Schweizer Illustrierte* a atteint de bons résultats. *SI Style* a renforcé ses positions sur le marché tant des lecteurs que de la publicité, tandis que *SI GRUEN* a très bien démarré. *GlücksPost* a également été l'un des rares titres de Suisse à augmenter son tirage. En Suisse romande, *L'illustré* a confirmé sa bonne position sur le marché, alors que *L'Hebdo* a été touché de

## Chiffre d'affaires Ringier Suisse

	2008	2007	2006
	mio. CHF	mio. CHF	mio. CHF
Journaux	190.1	190.8	193.5
Magazines	207.7	227.9	232.8
Cicero/Monopol	12.5	12.1	8.3
Betty Bossi	46.1	42.6	46.8
Médias électroniques	146.0	76.4	74.2
Divers	4.1	7.9	14.1
<b>TOTAL</b>	<b>606.5</b>	<b>557.7</b>	<b>569.7</b>

Chiffre d'affaires Print, voir page 36



# RINGIER SUISSE.

plein fouet par le recul conjoncturel sur le plan publicitaire.

## New Media

En prenant le contrôle de *Radio BE1* au début de l'année, Ringier Suisse a renforcé sa position sur le marché de la radio. Cependant, le refus du Conseil fédéral d'octroyer une concession à *Radio Energy Zürich* a mis ce secteur sous pression. Un recours contre cette décision est pendant: plus de 100 000 personnes ont signé la pétition «Energy4ever» et des conseillers aux Etats et nationaux ont multiplié les interventions pour maintenir les activités radiophoniques de *Radio Energy Zürich*.

L'année dernière, *cash* a posé les bases de son extension numérique qui prévoit, dès 2012, une diffusion sans papier. En raison du recul du marché publicitaire, le conseil d'administration a accepté la requête de la direction de franchir ce pas maintenant déjà et d'interrompre la parution du quotidien.

Les nouveaux départements Media Sales, Media Lab et Media Sites Center sont nés de la réorganisation de la maison. Leur tâche consistera à épauler la mise en place des projets numériques dans la maison Ringier.

La Health Unit a entrepris, l'an dernier, une large relance de son magazine et de son site internet *Gesundheit Sprechstunde*.

RingierTV a renouvelé son partenariat avec la télévision alémanique *SF DRS* dans l'optique de la Pressefernsehen (PTV). Mais le recul de sa participation financière a débouché sur la suppression anticipée de l'émission *konsum.tv*.

La participation à *Sat.1* (Schweiz) et à *Teleclub* a permis de conclure l'année sur un résultat d'exploitation exceptionnellement réjouissant. Itou pour l'organisateur de concerts Good News.

## Services

Une des importantes nouveautés de l'année dernière a été la création du département Services. Il comprend l'imprimerie d'Adligenswil, le centre de contact clientèle, les services de vente au détail, la logistique commerciale et Specter, la première agence image de Suisse.

Ringier Print Adligenswil, voir page 35

## RINGIER ALLEMAGNE.

En Allemagne, l'année 2008 a été marquée, par un net recul du chiffre d'affaires publicitaire pour le print. Toutefois, Ringier Allemagne a réussi à bien se défendre malgré la tendance générale. Ses deux titres, *Cicero* et *Monopol*, avec un tirage en constante augmentation, ont non seulement réalisé le même chiffre d'affaires qu'en 2007, mais l'ont même dépassé. Ils y sont arrivés, surtout, par l'utilisation rationnelle de leurs moyens et par des solutions de communication de grande qualité, donc par une stratégie basée sur la qualité et non sur la quantité. C'est ainsi que ces deux magazines ont maintenu leur position en affichant des chiffres de tirage en hausse.

Les produits spéciaux ont permis d'engranger des recettes supplémentaires. Il s'agit des «City Art Guides» et des éditions spéciales à l'occasion de foires culturelles importantes pour *Monopol*, de la «Green Edition» pour *Cicero* ainsi que d'éditions grandeur XXL.

*Cicero*, même en appliquant une stratégie de prix élevés, a également augmenté son tirage en 2008. Des prix, comme l'OMG Award, le GWA Production Award, le Druck & Medien Award et, venu des Etats-Unis, le Best Design Award, confirment que le concept rédactionnel général est juste. Dans cette optique, *Cicero* a donné lui-même le ton en décernant pour la seconde fois le Prix de l'essai des écoles supérieures.

*Monopol* a continué de s'imposer en tant que plus important magazine du marché de l'art en langue allemande. Même si ses tirages n'atteignent pas ceux de son concurrent Art, *Monopol* est un acteur reconnu jouissant d'une bonne réputation aussi bien dans le cercle étroit des décideurs du marché de l'art que dans des cercles plus larges de lecteurs qui s'intéressent à l'art contemporain.

## RINGIER CHINE.

L'optimisme qui a régné dans la perspective des Jeux olympiques a été largement vérifié: La publicité des médias de bord a connu une croissance de 40 pourcent et le titre de Ringier CAAC, distribué par toutes les compagnies aériennes, s'est encore davantage développé, gagnant des parts de marché sur ses concurrents. Le nouvel hebdomadaire de bord, *Oriental Sky*, a lui aussi décollé et presque doublé son chiffre d'affaires. Parmi les guides urbains de Pékin et de Shanghai, *City Weekend* s'est imposé avec une part de marché de plus de 40 pourcent. Le chiffre d'affaires du site *cityweekend.com.cn*, lui, a triplé et celui de ses visiteurs a doublé.

Durant l'année, le magazine culinaire *Betty's Kitchen* a connu une croissance de 21 pourcent. Le chiffre d'affaires du site internet correspondant *bettyskitchen.com.cn* a triplé, celui de ses visiteurs a presque doublé et *Mother's Kitchen*, un magazine régional gratuit, a été lancé avec succès. En dépit d'un bon tirage et d'un nombre de lecteurs important, *Xinmin Bella*, l'hebdo féminin publié à Shanghai, a encore un peu de peine à s'imposer sur le marché des annonces. Il faut dire que les magazines féminins sont encore une nouveauté en Chine.

La baisse de la conjoncture au cours du deuxième semestre 2008 s'est aussi fait sentir sur le résultat des magazines professionnels, en particulier sur ceux qui vivent de l'industrie d'exportation chinoise, surtout l'industrie tant des machines que des matériaux. Le recul important de la production a obligé les annonceurs à réduire leur budget publicitaire. Ringier Trade Publishing Ltd. à Hong Kong, qui publie 37 magazines professionnels dont 29 en Chine, 4 en Asie et 4 dans la région du Golfe, a soutenu ses clients publicitaires dans leurs efforts pour se brancher sur de nouveaux marchés.

En Chine, Ringier a augmenté son chiffre d'affaires de 7 pourcent avec ses magazines professionnels; pour l'ensemble de l'Asie du Sud-Est, cette progression est de 22 pourcent. Deux nouveaux titres ont également été lancés et l'e-commerce a été renforcé. L'énorme inflation et l'appréciation du yuan face au dollar américain ont terriblement alourdi les frais d'exploitation en 2008.

En 2009, Ringier Chine va se concentrer sur le développement de ses parts de marché et sur celui de ses vecteurs d'annonces pour l'exportation et ce, particulièrement au Proche-Orient en lançant des magazines techniques qui seront publiés à Dubaï.

## Chiffre d'affaires Asie

	2008	2007	2006
	mio. CHF	mio. CHF	mio. CHF
Recettes de ventes	1.5	1.2	1.0
Recettes publicitaires	34.8	28.4	23.2
Recettes d'imprimerie	32.7	39.5	36.2
Divers	2.5	3.5	3.0
<b>TOTAL</b>	<b>71.5(1.4<sup>1</sup>)</b>	<b>72.6 (1.3<sup>1</sup>)</b>	<b>63.4 (1.2<sup>1</sup>)</b>

Chiffre d'affaires non-consolidés inclus<sup>1</sup>



## RINGIER ROUMANIE.

La Roumanie se trouve dans une situation économique difficile. Avec 8 pourcent chacun, la croissance économique et le taux d'inflation s'équilibrent à peu près, tandis que les réformes économiques déjà ralenties ont été interrompues. Dans ces circonstances, Ringier Roumanie se bat avec des recettes publicitaires en chute libre et de modestes augmentations de chiffres d'affaires dans le secteur print. De surcroît, la féroce concurrence qui règne dans le domaine des journaux de boulevard a des effets négatifs sur le résultat du quotidien *Libertatea* qui, avec 1,3 millions de lecteurs, reste le journal le plus vendu de Roumanie.

En 2008, Ringier Roumanie s'est donc concentrée sur la défense des positions de pointe de ce journal. Simultanément, l'entreprise a étoffé son portefeuille de magazines en lançant en octobre le premier hebdomadaire *people* sur papier glacé, *DIVA*. Elle a aussi entrepris le développement de ses affaires en ligne.

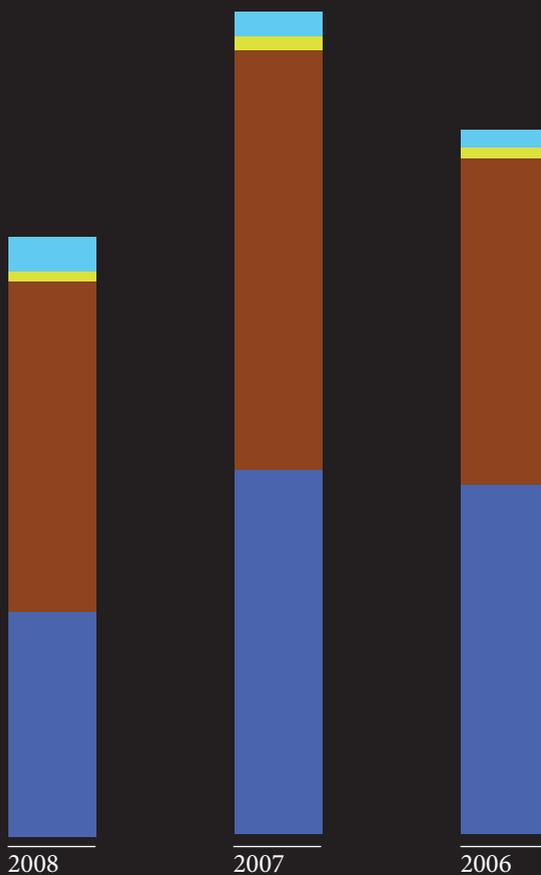
Les difficultés constantes d'infrastructure des deux secteurs impression et distribution ont occasionné, une nouvelle fois en 2008, des coûts de production plus élevés et une baisse des recettes. Ringier Roumanie a donc renforcé ses propres capacités de distribution et s'est attaquée à la construction de sa nouvelle imprimerie au nord de Bucarest. D'où, selon toute vraisemblance, le premier journal sortira au printemps de cette année.

La chaîne de divertissement *Kanal D*, dont Ringier Roumanie détient 25 pourcent, est devenue en une année le cinquième fournisseur du marché local, un sacré succès dans un pays qui compte plus de quarante chaînes de télévision. En mars, la Ringier Foundation a lancé son programme de bienfaisance. Pour cette première

année, elle a porté l'accent sur le soutien à un foyer ouvert aux sans-abri de Bucarest et sur la formation de jeunes écoliers socialement défavorisés.

## Chiffre d'affaires Roumanie

	2008	2007	2006
	mio. CHF	mio. CHF	mio. CHF
Recettes des ventes	23.1	37.3	35.8
Recettes publicitaires	33.9	43.1	33.5
Recettes d'imprimerie	1.0	1.4	1.1
Divers	3.5	2.5	1.8
<b>TOTAL</b>	<b>61.5</b>	<b>84.3</b>	<b>72.2</b>



## RINGIER SERBIE.

En 2008, Ringier Serbie a réussi une fois de plus à produire un résultat annuel très satisfaisant et à enchaîner sur les succès de l'année précédente. En avril, Blic Press d.o.o. est devenu Ringier d.o.o. Parallèlement à ce changement de nom, Ringier AG détient dorénavant 100 pourcent du capital de cette nouvelle société. Elle devient ainsi l'unique propriétaire de tous les produits de son portefeuille serbe. Et c'est grâce à leur qualité que Ringier a pu maintenir ses positions de pointe en Serbie. *Blic* reste, et de loin, le quotidien le plus vendu et le plus lu de Serbie.

Le quotidien de boulevard *ALO!* s'impose magnifiquement: en dépit d'une concurrence féroce, il a pu stabiliser ses ventes à plus de 100 000 exemplaires, dépassant ainsi deux de ses concurrents.

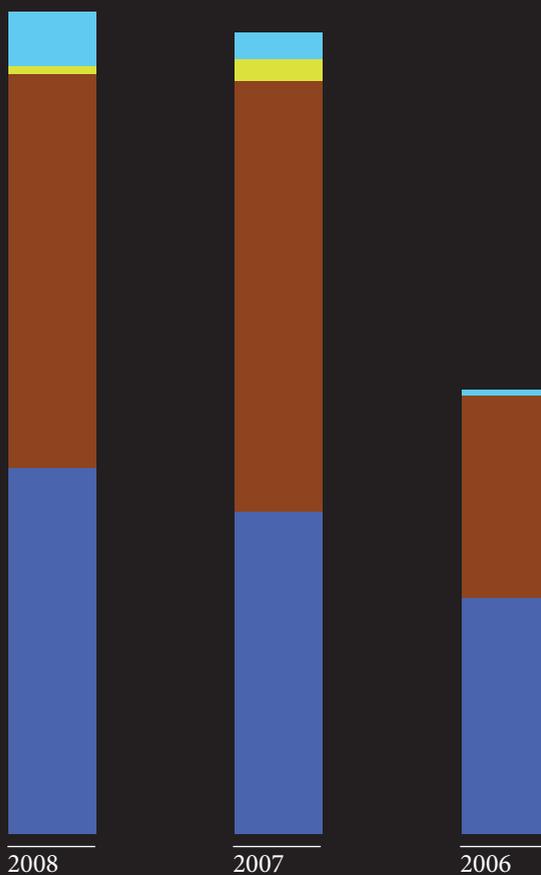
Autre point fort de l'année 2008, la croissance rapide du gratuit *24sata* dont le lectorat est à présent le troisième du pays. Deux ans après son lancement sur le marché, ce journal jouit d'une immense popularité surtout parmi les jeunes lecteurs.

*Blic Žena*, l'hebdomadaire féminin, caracole en tête de tous les périodiques imprimés du pays avec des ventes atteignant jusqu'à 300 000 exemplaires. Et cela depuis quatre ans.

*Blic Puls*, un hebdo people, s'est également propulsé en tête de son marché avec, en 2008, plus de 100 000 exemplaires vendus.

## Chiffre d'affaires Serbie

	2008	2007	2006
	mio. CHF	mio. CHF	mio. CHF
Recettes des ventes	28.2	24.8	18.2
Recettes publicitaires	30.3	33.2	15.6
Recettes d'imprimerie	0.6	1.7	0.0
Divers	4.2	2.0	0.4
<b>TOTAL</b>	<b>63.3</b>	<b>61.7</b>	<b>34.2</b>



## RINGIER SLOVAQUIE.

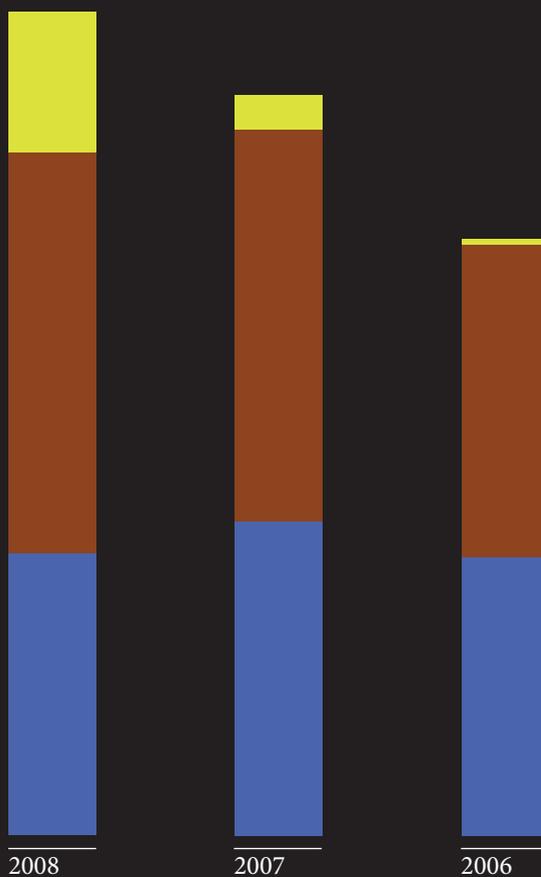
Dans l'ensemble, Ringier Slovaquie a bouclé sur un résultat favorable. Certes, le produit de la vente des médias imprimés a reculé et plusieurs titres ont dû cesser leur parution pour stabiliser l'ensemble du portefeuille (*Nový čas* udiá en septembre, *Čas pre mňa* en octobre). Mais le chiffre d'affaires publicitaire a été conforme aux objectifs qui avaient été fixés et la vente des DVD a même dépassé de presque 50 pourcent le volume de l'année précédente avec 9,3 millions d'exemplaires écoulés (5,2 millions en 2007).

Le département des magazines, de son côté, a connu une année florissante. Le mensuel féminin *Eva* est devenu le magazine féminin le plus lu du pays; l'hebdomadaire *Život* a simultanément enregistré une augmentation constante de ses lecteurs et une croissance de 36 pourcent de ses recettes publicitaires. Le second mensuel féminin, *Rebecca*, a bénéficié d'une relance. *Nový Čas Bývanie*, publication immobilière mensuelle, est leader dans son domaine depuis l'année précédente avec les plus forts chiffres de vente. Il continue d'avoir le vent en poupe.

Après avoir mis fin à sa collaboration avec le plus important fournisseur slovaque, Ringier Slovaquie a pris elle-même en main le développement et la vente de ses produits sur le marché en ligne. Depuis septembre, une nouvelle rubrique complète son offre avec des news sur des affaires criminelles en cours, des interventions d'équipes de secours et des enquêtes policières. En décembre, Ringier Slovaquie a lancé *lesk.sk*, le site internet destiné au public féminin.

## Chiffre d'affaires Slovaquie

	2008	2007	2006
	mio. CHF	mio. CHF	mio. CHF
Recettes des ventes	28.9	32.3	28.7
Recettes publicitaires	41.1	40.2	32.0
Divers	14.4	3.5	0.6
<b>TOTAL</b>	<b>84.4</b>	<b>76.0</b>	<b>61.3</b>



## RINGIER TCHÉQUIE.

Pour Ringier Tchéquie, l'année 2008 a été la plus réussie de toutes. Une nouvelle organisation du travail a permis d'augmenter la productivité et a aidé l'entreprise à augmenter nettement ses recettes publicitaires. La vente des DVD s'est aussi envolée. La poursuite du développement d'autres domaines commerciaux ainsi que les positions solides des titres Ringier sur le marché ont permis ce succès.

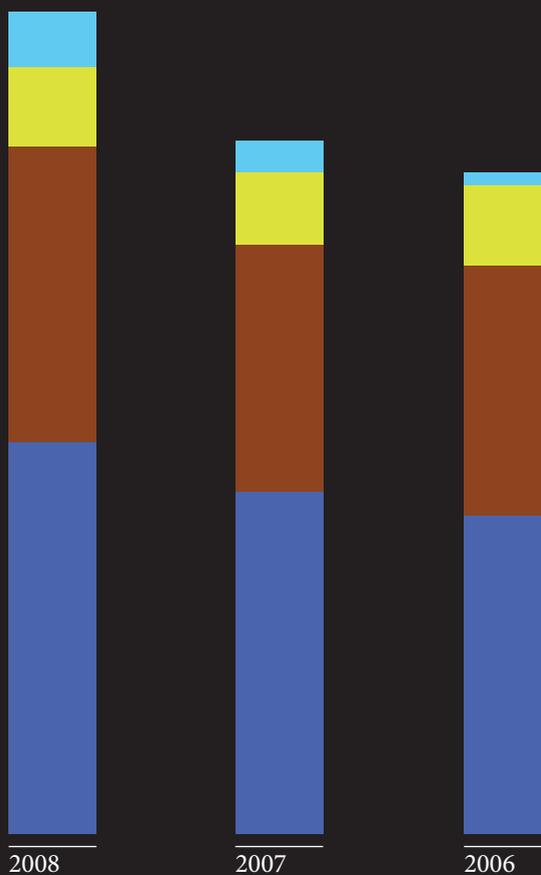
A la suite de la prise de contrôle, à la fin de 2007, de *Aha!*, Ringier Tchéquie a réussi à améliorer la teneur de ces deux titres pourtant concurrents, *Blesk* et *Aha!*, et à les présenter ainsi de façon plus évidente. Le supplément *Blesk magazine* reste encore et toujours le supplément le plus vendu du marché avec des chiffres de vente moyens de plus de 560 000 exemplaires.

Avec *Nedělní Blesk*, *Nedělní Aha!* et *Nedělní Sport*, tous les titres dominicaux tchèques appartiennent dorénavant à Ringier Tchéquie. En 2008, le site d'infos de boulevard [www.blesk.cz](http://www.blesk.cz) s'est aussi développé et renforcé. Quant au magazine *Reflex*, il a connu, au deuxième semestre, une croissance spectaculaire avec une augmentation de 15,3 pourcent d'exemplaires vendus.

Avec le lancement de «Blesk – A heart for Children», un projet d'aide aux enfants malades et handicapés, Ringier Tchéquie a prouvé son sens des responsabilités sociales en cette année placée sous le signe de la réussite commerciale. De plus, l'entreprise a accordé un soutien publicitaire à de nombreuses organisations sans but lucratif. Pour cet engagement, Ringier Tchéquie a reçu le titre de «Most socially responsible company of the year» 2008.

## Chiffre d'affaires Tchéquie

	2008	2007	2006
	mio. CHF	mio. CHF	mio. CHF
Recettes des ventes	86.5	75.5	70.5
Recettes publicitaires	65.2	54.7	55.0
Recettes d'imprimerie	17.7	15.9	17.8
Divers	12.1	7.0	2.7
<b>TOTAL</b>	<b>181.5</b>	<b>153.1</b>	<b>146.0</b>



## RINGIER HONGRIE.

Pour Ringier Hongrie, 2008 a été une année de changements. Toute l'entreprise a été réorganisée à différents niveaux. *Blikk* surtout, vaisseau amiral de l'entreprise et journal le plus lu de Hongrie, a fait l'objet d'un toilettage complet. En améliorant son contenu et son graphisme, ce leader du marché est devenu nettement plus moderne, donc encore plus accrocheur. Cet effort a payé: son tirage qui baissait s'est stabilisé, tandis que le nombre de ses lecteurs a considérablement augmenté. Par la grâce d'un lifting semblable et de divers changements, les parts de marché de son portefeuille de magazines se sont agrandies, et cela, il faut le noter, dans un domaine qui tend à se tasser.

Parallèlement à ces changements dans le secteur de l'imprimé, les produits en ligne de Ringier ont renforcé leur présence, par ailleurs déjà solide. Le développement constant de nos sites web, en association avec une gestion interactive des contenus et de nouveaux articles, a provoqué un doublement du nombre de visites. Cela dit, Ringier Hongrie occupe les premières places de l'info de boulevard et sportive en ligne.

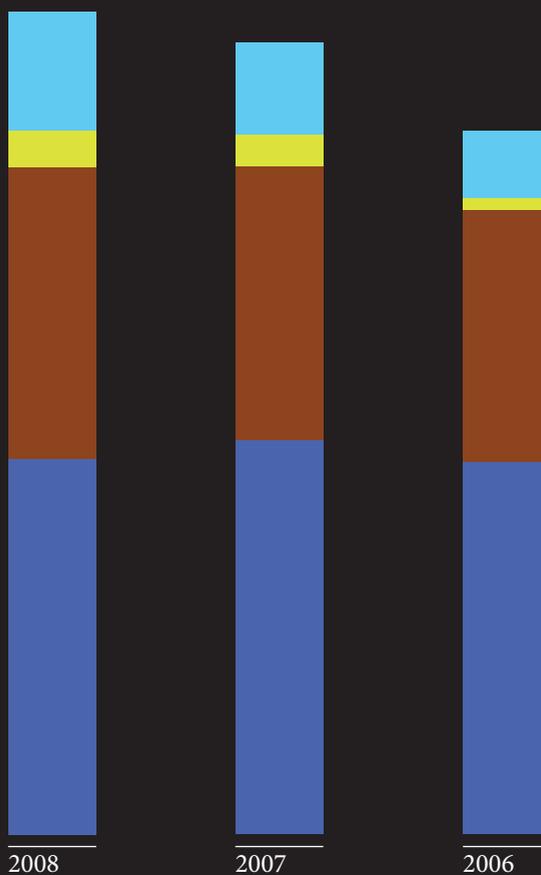
Le quotidien *Népszabadság* a brillamment résisté à l'érosion mondiale qui affecte les produits imprimés. Grâce au lancement de nouveaux suppléments et d'autres magazines, les recettes publicitaires sont restées stables, en dépit du recul des tirages. La version en ligne modernisée de *Népszabadság*, [www.nol.hu](http://www.nol.hu), a été couronnée «Site de l'année» en décembre.

Avec une nouvelle direction, une logistique professionnelle et un management attentif aux coûts, MédiaLOG a été remise sur les rails. Cette entreprise est spécialisée pour la distribution d'abonnés et se trouve partiellement en mains de Ringier.

Dans ces conditions, en dépit d'un marché qui rétrécit et d'une monnaie au cours défavorable, elle a même réussi à produire un chiffre d'affaires supérieur à l'année précédente.

## Chiffre d'affaires Hongrie

	2008	2007	2006
	mio. CHF	mio. CHF	Mio. CHF
Recettes des ventes	61.9	65.0	61.5
Recettes publicitaires	48.1	45.3	41.5
Recettes d'imprimerie	6.2	5.1	2.0
Divers	19.5	15.2	11.1
<b>TOTAL</b>	<b>135.7</b>	<b>130.6</b>	<b>116.1</b>



## RINGIER UKRAINE.

Fin 2007, décision a été prise de retirer Ringier d'Ukraine. Le 18 septembre, l'entreprise a été vendue à la holding roumaine Adevarul. Ainsi tous les postes de travail sont sauvés. De plus, le nouveau propriétaire est prêt à consentir d'autres investissements, de telle sorte que l'avenir de l'entreprise est assuré.

## RINGIER VIETNAM.

La décision de renforcer son engagement au Vietnam a ouvert une nouvelle ère. Début décembre 2008, Ringier Vietnam Co. Ltd a été fondé officiellement avec son siège principal à Ho Chi Minh-Ville, la plus grande place économique du pays. La création de cette société permet, entre autres, de conclure des partenariats avec des maisons d'édition locales. Simultanément, Ringier Vietnam devient ainsi un employeur intéressant pour les chercheurs d'emploi locaux.

Le chiffre d'affaires atteint avec le magazine de mode *Thòi Trang Trè* a dépassé de 15 pourcent celui de l'année précédente. La présentation plus moderne et d'un graphisme plus frais de ce magazine, devenu hebdomadaire en octobre 2008, a également séduit les annonceurs. L'objectif de passer en tête des hebdomadaires féminins destinés à un large public n'est plus très éloigné.

Dans le domaine humanitaire, Ringier Vietnam a également connu un certain succès. La fondation Dariu a reçu de la Citibank le CITI Micro Entrepreneur Award 2008. Avec cette distinction, Ringier Vietnam devient l'un des trois meilleurs garants de microcrédits au Vietnam, un important instrument de stimulation pour les petites entreprises.

# RINGIER PRINT.

## Swissprinters, Suisse

La demande toujours plus forte de produits imprimés ainsi qu'une bonne exploitation de ses capacités ont permis au groupe Swissprinters d'augmenter son chiffre d'affaires (imprimerie tiers).

Ringier Print Zofingen AG a fait d'évidents progrès opérationnels et son résultat d'exploitation s'en est ressenti. Les Imprimeries Réunies Lausanne SA se sont également bien maintenues. En revanche, NZZ Fretz AG Schlieren, spécialisée dans les publications financières, a ressenti très tôt les effets de la crise. Et Zollikofer AG Saint-Gall a dû confier plusieurs travaux à l'extérieur pendant qu'on installait les nouvelles rotatives offset, en raison surtout d'une forte demande. Son résultat en a souffert.

Après son changement de marque, le groupe Swissprinters se présente sous un nouveau jour depuis cet automne. Un pas supplémentaire a été franchi pour le fortifier en fusionnant les sites de production de Rotkreuz (Zürcher Druck + Verlag AG) et de Schlieren (NZZ Fretz AG). Cette année, le groupe s'apprête à introduire un nouveau logiciel et à remettre à jour la stratégie de l'entreprise. En se dotant d'une structure d'organisation efficace et en allant encore plus

précisément au-devant des besoins du marché et de ses clients, le groupe Swissprinters fourbit ses armes pour affronter à l'avenir une concurrence féroce.

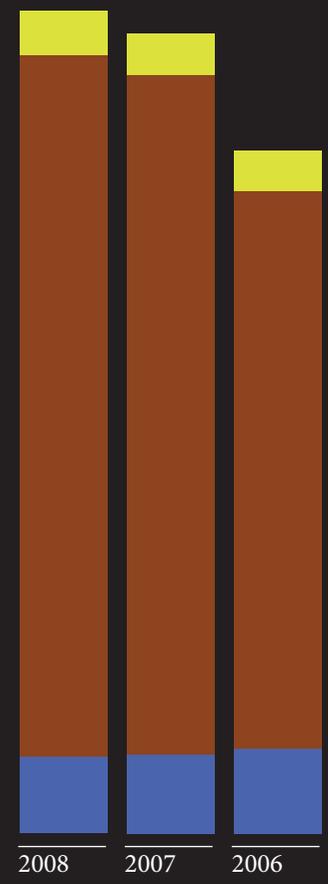
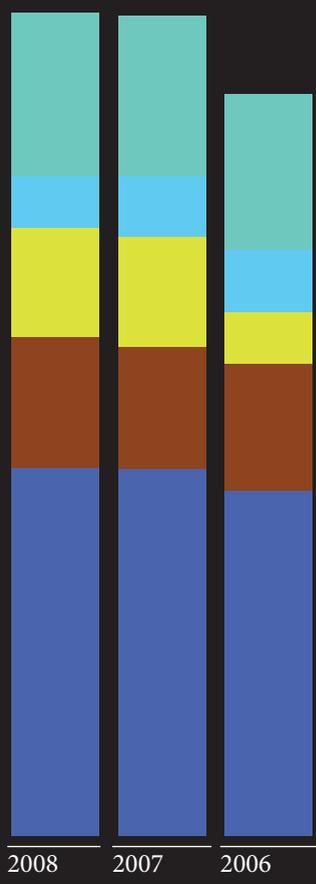
## Adligenswil, Suisse

Le projet «Rollenwechsel» a franchi une étape supplémentaire: une première section de la nouvelle rotative est en production depuis septembre 2008. Selon toute vraisemblance, les travaux seront terminés d'ici à juin 2009 et les effets de la rationalisation programmée se feront alors sentir. Adligenswil a aussi reçu une importante commande extérieure de la part de la «Handelszeitung».

PRODUCTION IMPRIMERIE PRINT SUISSE	2008	2007	2006	
	mio. CHF	mio. CHF	mio. CHF	Fluctuation en %
Chiffre d'affaires	442.0	440.4	398.5	0.4
– Trauvaux pour tiers	332.1	323.1	275.6	2.8
– Editions propres	109.9	117.3	122.9	-6.3
Plus-value	229.8	244.1	234.6	-5.9
Côuts du personnel	146.5	164.3	155.5	-10.9

CHIFFRES D'AFFAIRES PRINT SUISSE	2008	2007	2006
	mio. CHF	mio. CHF	mio. CHF
Swiss Printers AG			
- Ringier Print Zofingen	197.9	197.1	185.1
- Zollikofer	70.2	65.9	68.7
- Imprimeries Réunies Lausanne	58.6	58.8	27.8
- NZZ Fretz (incl. ZDV)	27.6	32.4	33.1
Ringier Print Adligenswil	87.7	86.2	83.7
<b>TOTAL</b>	<b>442.0</b>	<b>440.4</b>	<b>398.4</b>

CHIFFRES D'AFFAIRES IMPRIMERIES TIERS	2008	2007	2006
	mio. CHF	mio. CHF	mio. CHF
Impression export	31.1	31.8	34.5
Impression Suisse	283.3	274.6	225.0
Divers	17.8	16.7	16.1
<b>TOTAL</b>	<b>332.2</b>	<b>323.1</b>	<b>275.6</b>



# RINGIER PRINT.

## Belgrade, Serbie

En mai 2008, Ringier est devenu propriétaire unique de l'imprimerie APM Print, à Belgrade. Les limites de capacités rencontrées par les titres *Blic*, *ALO!* et *24sata* ont rendu nécessaire la planification d'un agrandissement de l'imprimerie. Un projet de l'ordre de 35,7 millions de francs a été approuvé en décembre 2008 par le conseil d'administration. Sa réalisation aura lieu cette année et l'année prochaine.

## Budapest, Hongrie

L'entreprise dispose de la plus grande capacité d'impression de journaux du pays. Il a été possible de renforcer sa position sur le marché grâce à l'augmentation des travaux pour des tiers. Elle boucle une nouvelle fois l'année avec des résultats commerciaux remarquables.

## Bucarest, Roumanie

Le point fort de l'année 2008 a été le démarrage de la construction de la nouvelle imprimerie de journaux. Le coût de cet investissement se montera à 25 millions de francs. Elle entrera en activité en avril 2009.

## Ostrava, Tchéquie

Au cours de sa première année d'activité, la nouvelle imprimerie de journaux et de travaux de ville s'est concentrée sur de petits investissements et sur l'optimisation des méthodes de travail. Grâce à la grande variété de la production, le résultat commercial est réjouissant et le volume d'impression pour les clients extérieurs a augmenté.

## Prague, Tchéquie

L'imprimerie de Prague a de nouveau porté ses efforts sur l'augmentation de son efficacité. L'optimisation du travail en équipe a permis de diminuer les heures supplémentaires. Grâce au développement stable des titres maison (*Blesk* et *Aha!*) et aux importantes économies faites en abaissant les coûts, les résultats commerciaux sont exceptionnellement bons.

## Hong Kong, Chine

En dépit de l'incroyable augmentation du prix du papier et d'autres matériaux de base, notre entreprise a bouclé l'année avec un bon résultat. Le deuxième semestre de l'année a été particulièrement dur: le marché des magazines a été progressivement touché par les effets de la crise financière globale sous forme de baisse des recettes publicitaires. En conséquence, l'entreprise a revu la structure interne de ses coûts pour affronter, bien armée, les futurs défis.

# PARTICIPATIONS IMPORTANTS.

Situation au 31 décembre 2008

## Suisse

L'objectif stratégique de renforcer et de multiplier les canaux numériques a été poursuivi en 2008.

C'est ainsi qu'en janvier a été repris media swiss ag qui chapeaute, entre autres, les marques *Scout24 Suisse*, *Gate24.ch* et *Xmedia*. Les activités radio-phoniques ont aussi été renforcées: l'acquisition de Radio Z AG avec Radio *Energy Zürich* l'année précédente a été suivie de Radig AG avec *Radio BE1* (80,7 pourcent). Un premier pas important vers l'e-commerce a été amorcé avec l'achat à 100 pourcent de *Geschenkidee.ch GmbH*.

---

SUISSE

---

Addictive Productions AG, Zürich	100%
Bolero Zeitschriftenverlag AG, Zürich	100%
Geschenkidee.ch GmbH, Opfikon	100%
Original SA, Lausanne	100%
Investhaus AG, Zürich	100%
Ringier Print Adligenswil AG, Adligenswil	100%
Ringier Print Holding AG, Zofingen	100%
Zana Media AG, Zürich	100%
Previon AG, Zofingen	85%
SMI Schule für Medienintegration AG, Zofingen	85%
Radig AG, Bern (Radio BE1)	80.7%
media swiss ag, Teufen (Gate24, Xmedia, Scout24-plateforme)	80%
JRP Ringier Kunstverlag AG, Zürich	80%
Swiss Printers AG, Zofingen	58.8%
– Ringier Print Zofingen AG, Zofingen	
– Zollikofer AG, St. Gallen	
– Imprimeries Réunies Lausanne SA, Renens	
– NZZ Fretz AG, Schlieren	
Radio Z AG, Zürich (Radio Energy Zürich)	51%
Betty Bossi Verlag AG, Zürich	50%
ER Publishing SA, Lausanne (Le Temps)	50%
Sat.1 (Schweiz) AG, Zürich	50%
Good News Productions AG, Zürich	48%
2R Media SA, Locarno (il caffè)	45%
GRUNDY Schweiz AG, Zürich	35%
Teleclub AG, Zürich	33.3%
SMD Schweizer Mediendatenbank AG, Zürich	33.3%
PresseTV AG, Zürich	30%
PrintOnline AG, Schlieren	25%
Schober Direct Media AG, Bachenbülach	20%

---

# PARTICIPATIONS IMPORTANTES.

Situation au 31 décembre 2008

## Europe centrale et de l'Est

A la suite du développement positif des marchés en Serbie et des bonnes perspectives d'avenir qui en a résulté, Ringier a décidé de racheter la part minoritaire (25,1 pourcent) de Vienna Capital Partners AG. Elle détient ainsi depuis l'automne 100 pourcent des sociétés serbes. A la suite de ce changement, l'ancien IP Blic Press d.o.o. à Belgrade a été rebaptisé Ringier d.o.o.

## Asie

La Ringier Vietnam Company Limited a été fondée à Ho Chi Minh-Ville. Cette participation de 100 pourcent offre la garantie de stimuler comme prévu les activités d'édition de Ringier au Vietnam.

---

### ASIE

---

#### RINGIER CHINE

Ringier Pacific Ltd., Hongkong	100%
Ringier Print (HK) Ltd., Hongkong	100%
Asia Inflight Ltd., Hongkong	100%
Ringier Trade Publishing Ltd., Hongkong	90%
Beijing Ringier International Advertising Co., Ltd., Beijing	70%

---

#### RINGIER VIETNAM

Ringier Vietnam Company Ltd., Ho Chi Minh City	100%
Adnet Co. Ltd., Hanoi	51%

---

---

EUROPE CENTRALE ET DE L'EST

---

RINGIER ALLEMAGNE

---

Ringier Publishing GmbH, Berlin 100%

Juno Kunstverlag GmbH, Berlin 100%

---

RINGIER FRANCE

---

Ringier France SA, Paris 100%

---

RINGIER ROUMANIE

---

S.C. Editura Sportrom s.r.l., Bukarest 100%

S.C. Ringier Romania s.r.l., Bukarest 99.9%

S.C. Ringier Print s.r.l., Bukarest 99%

Press Vitrina Com s.r.l., Bukarest 95%

S.C. Editura Bauer s.r.l., Bukarest 50%

Dogan Media International SA., Bukarest 25.1%

---

RINGIER SERBIE

---

Ringier d.o.o., Belgrad 100%

Euro Blic Press d.o.o., Banja Luka 100%

Blic Marketing d.o.o., Belgrad 100%

Blic Magazin d.o.o., Belgrad 100%

24sata d.o.o., Belgrad 100%

Trans Press d.o.o., Belgrad 100%

Alo Novine d.o.o., Belgrad 100%

APM Print d.o.o., Belgrad 100%

---

RINGIER SLOVAQUIE

---

Ringier Slovakia a.s., Bratislava 100%

---

RINGIER TCHÉQUIE

---

Ringier CR a.s., Prag 100%

Ringier Print CZ a.s., Prag 100%

Ringier Print s.r.o., Ostrava 100%

PNS a.s., Prag 27.02%

---

RINGIER HONGRIE

---

Ringier Kiadó Kft., Budapest 100%

Népszabadság Zrt., Budapest 67.6%

MédiaLOG Logisztikai Zrt., Budapest 58.9%

Euromedia Bt., Budapest 50%

Europress Kft., Budapest 50%

---

# RESSOURCES HUMAINES DU GROUPE.

Demandez à un journaliste suisse de Ringier où il travaille. Il vous répondra: «*Au Blick.*» De même, le cœur d'une journaliste du magazine féminin slovaque *Novi Čas pre ženy* bat pour le titre auquel elle collabore. L'identification à Ringier vient en second, toujours après le produit lui-même. C'est le principe de l'organisation décentralisée qui laisse s'exprimer des cultures d'influences diverses qui, finalement, jalonnent l'histoire de la réussite de Ringier.

Au-dessus de cet habit d'arlequin, multicolore et multinational, composé des différents caractères qui composent le groupe Ringier, l'entreprise a instauré une direction des ressources humaines qui permet de mettre en place des politiques du personnel décentralisées et spécifiques aux pays, tout en maintenant les besoins propres au groupe. En tenant compte de cet équilibre, la direction transfrontalière des RH s'est concentrée l'année dernière sur deux activités: un questionnaire aux collaborateurs du monde entier et sa collaboration au rapport sur le Corporate social responsibility.

L'enquête menée auprès des collaborateurs du groupe a connu un taux de participation exceptionnel de 69 pourcent. Elle a permis de mettre au jour une identification avancée à l'entreprise Ringier et a mis en évidence leurs liens étroits à notre société par-delà de considérables différences culturelles. Mais les résultats ont aussi révélé des faiblesses qu'il faudra corriger dans tous les pays et à tous les échelons par des ateliers de travail décentralisés au sein desquels seront abordées les propositions d'amélioration.

En travaillant sur le rapport de la Corporate social responsibility, nous avons analysé les questions qui se posent en rapport avec la politique du personnel et montré les besoins de la direction des RH.

STRUCTURE DES COLLABORATEURS	2008	2007	2006
<b>GROUPE RINGIER</b>			
Chine/Vietnam	625	595	576
Allemagne	40	54	10
Roumanie	679	734	747
Suisse	3410	3295	3392
Serbie	481	340	235
Slovaquie	313	301	303
Tchéquie	787	793	748
Ukraine	0	135	122
Hongrie	1794	2068	754
<b>TOTAL</b>	<b>8129</b>	<b>8315</b>	<b>6887</b>
<b>SUISSE</b>			
Ringier Suisse	1602	1539	1427
Ringier Print Adligenswil AG	339	364	415
Swiss Printers AG	8	4	0
– Ringier Print Zofingen AG	578	608	770
– Zollikofer AG	247	260	260
– Imprimeries Réunies Lausanne SA	225	235	222
– NZZ Fretz AG	114	92	91
– Zürcher Druck + Verlag AG <sup>1</sup>	0	62	70
– media swiss ag <sup>2</sup>	159	0	0
Betty Bossi Verlag AG	138	131	137
<b>TOTAL</b>	<b>3410</b>	<b>3295</b>	<b>3392</b>

<sup>1</sup> Complètement intégré à NZZ Fretz AG en 2008

<sup>2</sup> Acquis et intégré à Ringier Suisse en 2007

## SERVICES INFORMATIQUES.

Aujourd'hui, quasiment tout se fait via les canaux numériques. Seule la sortie (output) des informations se fait encore en partie par divers canaux, souvent analogiques. Sans informatique, le monde des médias ne serait plus du tout concevable.

La gigantesque toile formée par l'internet offre presque chaque jour d'autres options et de nouvelles voies de diffusion, que ce soit sous forme de plateforme web, de plateforme pour portable voire de chaîne TV ou de radio par l'internet. La dépendance aux technologies et au savoir-faire informatiques croît à toute vitesse. En sachant comment faire appel à l'informatique pour simplifier ou améliorer les méthodes de travail, on s'assure toujours un avantage sur le plan stratégique. En revanche, comme on recourt à des solutions standardisées et usuelles sur le marché, l'infrastructure informatique elle-même permet toujours moins de se différencier de ses concurrents.

En 2008, dans toutes les divisions informatiques de Ringier, la standardisation des systèmes rédactionnels s'est poursuivie. Ainsi, presque tous les titres de Suisse, de Hongrie, de Serbie et même de Chine travaillent maintenant avec le système de rédaction «woodwing». Le but est de produire toutes les cent vingt publications sur un système standard. A cette uniformisation succédera le «re-engineering» des méthodes de fabrication dans la newsroom; ce premier grand projet à appliquer le principe du «story centric workflow» sera réalisé en 2009 pour le groupe Blick. Les canaux de distribution seront ainsi mieux ciblés dans l'intérêt de nos lecteurs et les avantages spécifiques de chaque media seront utilisés.

Dans le domaine de la vente des annonces, de la distribution et du CRM, il a été décidé d'adopter SAP Media comme outil de travail standard au sein du groupe. Ce faisant, notre image de marque

en sera améliorée et simplifiée pour nos clients. En Suisse, ce projet avance à grands pas et devrait être achevé à la fin de 2009. Suivront d'autres projets dans les autres pays.

En 2008, également, le site my.ringier a stimulé la collaboration entre tous les départements de la maison. Ce qui permet, aujourd'hui, grâce à différents modules, l'échange simple et rapide de documents, et cela même par-delà les frontières. Pour économiser sur les charges et contribuer à des activités commerciales respectant le développement durable, nous allons continuer de développer des modules de vidéo-conférences et d'échanges.

Le but de tous ces projets et démarches informatiques est de s'assurer que la technologie non seulement fonctionne sans heurt mais aussi qu'elle soit employée avec succès. Ce n'est qu'en utilisant et en sécurisant les nouvelles possibilités technologiques employées que nous atteindrons nos buts communs.

# GROUP COMMUNICATIONS.

«Bienvenue en cette année anniversaire», disait l'éditorial de DOMO International, le magazine des collaborateurs, au début de l'année dernière. Puis les 175 ans de la maison Ringier ont jalonné toute l'année 2008 et ont dominé la plupart des activités de la communication du groupe. Mais cet anniversaire n'a pas été seulement prétexte à quelques nouveautés, il a aussi donné l'occasion de mettre en pratique la nouvelle stratégie de communication du groupe, d'en suivre le fil rouge et d'appliquer les mesures qui s'imposaient pour l'améliorer.

L'année dernière, c'est donc cet anniversaire, avec ses festivités et ses événements, et la publication du premier rapport CSR qui ont marqué le travail médiatique.

Désormais, eDOMO, le canal de communication interne électronique du groupe, complète la communication print faite aux collaborateurs de tous les pays d'Asie, d'Europe centrale et de l'Est, avec une priorité: «online first». Ainsi, eDOMO est devenu le canal d'information interne de huit pays en neuf langues et DOMO International – produit en six langues pour l'ensemble du groupe, et depuis 2009 également en chinois et en serbe – approfondit certains sujets avec l'aide des magazines locaux.

Septante-quatre photographes Ringier de neuf pays ont participé au Ringier Photo Award, dont la remise a eu lieu en juin 2008, à Zurich. Les trois meilleures photos de presse ont été sélectionnées par un jury international. Ce concours à l'échelle du groupe a démontré de belle façon le niveau atteint par nos collaborateurs.

Le concept, la structure et la présentation unitaire du nouveau site web du groupe Ringier ([www.ringier.com](http://www.ringier.com)) ont été repris l'année dernière par Ringier République tchèque ([www.ringier.cz](http://www.ringier.cz)) après sa mise en service en Suisse ([www.ringier.ch](http://www.ringier.ch)). En 2009, Ringier Serbie ([www.ringier.rs](http://www.ringier.rs)), Ringier

Slovaquie ([www.ringier.sk](http://www.ringier.sk)) et Ringier Chine suivront.

Le slogan Moving Minds (Au cœur des émotions) a donné une identité à cet anniversaire des 175 ans. D'ailleurs, ce slogan accompagnera Ringier dans ses futures communications.

Dorénavant, le département Communication fait partie du groupe au même titre que les Services, les Ressources humaines, Ringier Academy et le Secrétariat du département Corporate Center.

# CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY.

Ringier professe le développement durable et poursuit ses objectifs commerciaux en ayant des égards pour l'environnement et la société. En 2009, Ringier lancera à l'échelle du groupe un management de Corporate social responsibility (CSR) chargé d'appliquer cette stratégie.

En novembre 2008, Ringier a publié son premier rapport sur le développement durable englobant tous ses sites de production et toutes ses filiales pour autant que Ringier y détienne une participation d'au moins 50 pourcent. Ce rapport a été rédigé selon les directives internationalement reconnues de la Global reporting initiative. Il présente les prestations de Ringier dans les domaines essentiels de l'environnement, des collaborateurs, de la société, de sa responsabilité par rapport à ce qu'elle produit et aux droits de l'homme. Les résultats sont réjouissants car sur tous les sites, Ringier s'en tient aux prescriptions légales locales et les dépasse même à plusieurs endroits. En Suisse, par exemple, où l'on relève les données sur l'environnement depuis 1992, on a réussi à réduire la consommation d'énergie (édition: -23 pourcent, impression: -3,3 pourcent) et les émissions nocives pour le climat par rapport au rapport sur l'environnement 2003.

Membre actif de la société, Ringier octroie son soutien tant à l'art qu'aux nécessiteux, à la culture comme aux organisations d'utilité publique. En 2007, notre entreprise a dépensé plus de 4,7 millions de francs et leur a accordé des rabais pour la publication d'annonces pour plus de 2,1 millions de francs. En 2008, la Ringier Foundation de Roumanie a entamé ses travaux. Sa première action de soutien est allée au centre médical St. Luca, à Bucarest. La Ringier Foundation est la troisième du genre après la Fondation Hans Ringier et la Dariu Foundation.

Le rapport 2008 sur le développement durable met aussi en évidence la nécessité d'agir, encore et toujours. D'ici 2010, Ringier compte abaisser de 3 pourcent la consommation d'énergie de ses imprimeries et de 10 pourcent la masse de déchets spéciaux en introduisant de nouveaux composants matériels et de nouveaux processus de traitement. A part ça, pour protéger cette ressource essentielle qu'est le bois, l'entreprise s'est donnée pour but d'augmenter de 15 pourcent la part de fibres recyclables dans le papier pour l'offset et l'héliogravure. Elle va également favoriser l'usage durable des forêts en recourant davantage aux papiers dotés du certificat FSC ou PEFC.

Ringier est fermement décidée à assumer à l'avenir son rôle de membre actif de la société et de s'engager dans tous les domaines où elle exerce avec courage et clairvoyance. Comme le montre le rapport sur le développement durable, le niveau des prestations fournies n'est pas semblable sur tous les sites. Raison pour laquelle il faudra harmoniser les actions de développement durable ces prochaines années. Il faudra également systématiser et institutionnaliser le recueil des données pour le programme CSR à l'échelle du groupe, particulièrement dans les domaines de l'environnement et des RH. Des projets allant dans ce sens ont déjà été lancés.

A l'avenir, Ringier donnera des informations ouvertes et transparentes sur l'exercice de la Corporate social responsibility. Le prochain rapport sur le développement durable paraîtra en 2011. Il est possible de consulter le rapport actuel ainsi que des informations sur le programme actuel de développement durable de Ringier en tapant [www.ringier.com/csr](http://www.ringier.com/csr).

# ORGANISATION.

Situation au 1er avril 2009

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  
Martin Werfeli, Membre  
Christiane zu Salm, Membre

Ringier Direction du Groupe

Christian Unger, Président  
Marco Castellaneta, Corporate Center  
Samuel Hügli, Finances / IT Services  
Peter Mertus, Ringier Slovaquie / Tchèque  
Alexander Theobald, Ringier Hongrie / Roumanie  
Thomas Trüb, Ringier Pacific / Nouveaux médias  
Marc Walder, Ringier Suisse

Ringier Management du Groupe

Jelena Drakulic-Petrovic, Ringier Serbie  
Marius Hagger, Ringier Roumanie  
Mike Hay, Ringier Trade Publishing, Hong Kong  
Nguyen Thi Sen Hoa, Ringier Vietnam  
Radomir Klein, Ringier Print Europe  
Tibor Kovács, Népszabadság, Hongrie  
Peter Mertus, Ringier Slovaquie  
Attila Mihok, Ringier Hongrie  
Tim Murray, Ringier Chine  
Libuše Šmuclerová, Ringier Tchèque

Caterina Ammann, Juridique  
Urs Gerhard, IT Services  
Jean-Luc Mauron, Human Resources

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 Direction du Groupe

Rudolf Lisibach, Direction  
Bruno Hörler, Marketing  
Marcel Zinniker, Finances

Directeurs des entreprises Swissprinters

Rudolf Lisibach, Ringier Print et NZZ Fretz  
Gérald Lechault, IRL  
Alex Zahner, Zollikofer

Ringier Print Hong Kong Direction

Albert Lee

# PRODUITS ET TIRAGES.

## Situation au 31 décembre 2008

<b>CHINE</b>		<b>TIRAGE 2008</b>		
Betty's Kitchen	303 600		Gesundheit Sprechstunde	86 952
CAAC Inflight Magazine	320 000		GlücksPost	140 999
City Weekend	101 104		GOAL	<sup>2</sup> 280 000
Oriental Sky	120 000		il caffè (gratuit)	57 650
Xinmin Bella	120 000		Le Temps	48 833
Special Interests (37 titre)	à 8 000		L'Hebdo	44 979
<b>ALLEMAGNE</b>			L'illustré	91 481
Cicero	78 112		Montres Passion/Uhrenwelt	90 000/100 000
Monopol	34 900		Schweizer Illustrierte	209 121
<b>ROUMANIE</b>			SI Style	117 084
Bolero	40 403		SI GRUEN	<sup>2</sup> 209 121
Bravo	38 131		SonntagsBlick	262 188
Bravo Girl	37 543		SPORTmagazin	<sup>2</sup> 25 000
Capital	30 209		TV8	82 978
DIVA	14 275		TVtäglich	<sup>2</sup> 1 233 000
Evenimentul Zilei	48 675		REMP/SW certifié <sup>1</sup> , non certifié <sup>2</sup>	
Evenimentul Zilei TV Guide	82 940		<b>SERBIE</b>	
Evenimentul Zilei de duminica	25 796		24sata (gratuit)	143 174
Libertatea	228 177		ALO!	98 338
Libertatea de duminica	142 996		Blic	171 880
Libertatea pentru femei	120 545		Blic Ljubavni Roman	15 565
Libertatea weekend	343 704		Blic Puls	75 411
Lumea Femeilor	43 411		Blic TV Magazin	211 989
Unica	34 179		Blic Zena	245 687
<b>SUISSE</b>		<sup>1</sup> TIRAGE 2008	<b>SLOVAQUIE</b>	
Betty Bossi	<sup>2</sup> 850 000		Eva	72 758
Blick	231 235		In	27 616
Blick am Abend (gratuit)	210 692		Novy Cas	172 140
Bolero	32 055		Novy Cas Byvanie	63 318
cash (gratuit)	98 166		Novy Cas Krizovky	100 659
cash Livepaper	15 000		Novy Cas Nedela	63 337
edelweiss	25 312		Novy Cas pre Zeny	212 746
			Novy Cas Vikend	239 603

Rebecca	27 317	Vasarnapi Blikk	186 635
Zivot	129 491	VIETNAM	
<hr/> TCHÉQUIE		Bep Gia Dinh (Family Kitchen)	25 000
Aha!	106 724	Thòi Trang Trè (New Fashion)	60 000
Aha! supplements	123 828		
ABC	82163		
Blesk	460 159		
Blesk Hobby	63 433		
Blesk Krizovky	61 019		
Blesk Magazin	570 179		
Blesk pro zeny	184 078		
Blesk zdravi	42 626		
Nedelni Aha!	116 869		
Nedelni Blesk	244 456		
Nedelni Sport	33 799		
Reflex	53 951		
Sport	55 966		
Sport Magazin	60 575		
<hr/> HONGRIE			
Blikk	228 798		
Blikk Nök	137 785		
Blikk TV Magazin	234 893		
Bravo	38 311		
Bravo Girl	40 225		
Buci Maci	13 509		
hot!	94 656		
Im	41 619		
Nemzeti Sport	77 125		
Népszabadság	108 527		
Népszabadság TV Magazine	115 526		
Tina	45 474		
Tina Extra	60 991		

# ADRESSES.

Situation au 1er avril 2009

## Chine

### **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

Téléfax +86 10 6528 0154

services@ringierasia.com

www.ringierpacific.com

### **Asia Inflight Ltd.**

Room 401-5, 4F New Victory House

93-103 Wing Lok Street

Sheung Wan, Hong Kong, P.R.C

Téléphone +852 2524 1520

Téléfax +852 2869 7663

info@asiainflight.com

www.ringierpacific.com

### **Ringier Trade Publishing Ltd.**

Shanghai Representative Office

Room 1001, Tower 3

Donghai Plaza

No. 1486 West Nanjing Road

Shanghai, 200040, P.R.C.

Téléphone +86 21 6289 5533

Téléfax +86 21 6247 4860

www.industrysourcing.com

### **Ringier Print (HK) Ltd.**

11-13 Dai Kwai Street,

Tai Po, Industrial Estate

Tai Po, N.T. Hong Kong, P.R.C.

Téléphone +852 2660 2666

Téléfax +852 2664 1993

info@ringierprint.com.hk

www.ringierprint.com.hk

### **Ringier Pacific Ltd.**

Room 401-5, 4F New Victory House

93-103 Wing Lok Street

Sheung Wan, Hong Kong, P.R.C.

Téléphone +852 2369 8788

Téléfax +852 2869 5919

services@ringierasia.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

Téléfax +86 21 6360 5200

services@ringierasia.com

www.ringierpacific.com

### **ShenZhen Ringier Trade**

Advertising Ltd.

Room 201-08, 2F, Wing B,

Haisong Building

Tai Ran 9 Road, Futian District, ShenZhen

Guangdong 518040, P.R.C.

Téléphone +86 755 8835 0829

Téléfax +86 7755 8341 7292

www.industrysourcing.com

## Allemagne

### **Ringier Publishing GmbH**

Lennéstrasse  
DE-10785 Berlin

Téléphone +49 30 981 941 100

Téléfax +49 30 981 941 199

E-Mail [info@cicero.de](mailto:info@cicero.de)

[www.ringier.de](http://www.ringier.de)

### **Juno Kunstverlag GmbH**

Rosenthaler Stasse 49  
DE-10178 Berlin

Téléphone +49 30 440 134 40

Téléfax +49 30 440 134 43

[verlag@monopol-magazin.de](mailto:verlag@monopol-magazin.de)

[www.monopol-magazin.de](http://www.monopol-magazin.de)

## Croatie

### **Foto Nekretnine d.o.o.**

III Vrbik br. 9  
HR-10 000 Zagreb

Téléphone +385 1 619 82 36

Téléfax +385 1 619 89 05

[www.foto-nekretnine.hr](http://www.foto-nekretnine.hr)

## Roumanie

### **Ringier Romania s.r.l.**

Novo Parc  
6, Dimitrie Pompeiu Blv.

District 2

RO-020337 Bucuresti

Téléphone +40 21 20 30 800

Téléfax +40 21 20 30 801

[www.ringier.ro](http://www.ringier.ro)

### **Ringier Print s.r.l.**

Chitila Logistic Park

Rudeni Street

RO-077045 Chitila

## Suisse

### **Ringier AG**

Dufourstrasse 23

CH-8008 Zurich

Téléphone +41 44 259 61 11

Téléfax +41 44 259 43 79

[info@ringier.ch](mailto:info@ringier.ch)

[www.ringier.ch](http://www.ringier.ch)

[www.ringier.com](http://www.ringier.com)

### **Ringier AG**

RingierTV

Hagenholzstrasse 83b

CH-8050 Zurich

Téléphone +41 44 308 54 54

Téléfax +41 44 308 54 40

[info@ringier.tv](mailto:info@ringier.tv)

[www.ringier.tv](http://www.ringier.tv)

**Ringier SA**

Pont Bessières 3  
Case postale 7289  
CH-1002 Lausanne

Téléphone +41 21 331 70 00  
Téléfax +41 21 331 70 01  
info@ringier.ch  
www.ringier.ch

**Ringier Print Adligenswil AG**

Case postale 2469  
CH-6002 Lucerne

Téléphone +41 41 375 11 11  
Téléfax +41 41 375 16 68  
info.rpa@ringier.ch  
www.ringierprint.ch

**Swiss Printers AG**

Brühlstrasse 5  
CH-4800 Zofingue

Téléphone +41 62 746 49 49  
Téléfax +41 62 746 36 16  
info@swissprinters.ch  
www.swissprinters.ch

**Ringier Print Zofingen AG**

Brühlstrasse 5  
CH-4800 Zofingue

Téléphone +41 62 746 31 11  
Téléfax +41 62 746 31 92  
ringierprint@swissprinters.ch  
www.swissprinters.ch

**Zollikofer AG**

Fürstenlandstrasse 122  
Case postale 2362  
CH-9001 Saint-Gall

Téléphone +41 71 272 77 77  
Téléfax +41 71 272 74 72  
zollikofer@swissprinters.ch  
www.swissprinters.ch

**Imprimeries Réunies  
Lausanne S.A.**

Chemin du Closel 5  
Case postale 350  
CH-1020 Renens

Téléphone +41 21 349 53 49  
Téléfax +41 21 349 53 53  
irl@swissprinters.ch  
www.swissprinters.ch

**NZZ Fretz AG**

Zürcherstrasse 39  
Case postale 376  
CH-8952 Schlieren

Téléphone +41 44 258 14 44  
Téléfax +41 44 258 18 80  
nzz-fretz@swissprinters.ch  
www.swissprinters.ch

**Previon AG**

Bahnhofplatz  
CH-4800 Zofingue

Téléphone +41 848 840 180  
Téléfax +41 848 840 181  
info@previon.ch  
www.previon.ch

**SMI**  
**Schule für Medienintegration AG**

Bahnhofplatz  
CH-4800 Zofingen

Téléphone +41 848 840 182

Téléfax +41 848 840 183

info@smi.ch

www.smi.ch

**JRP|RINGIER Kunstverlag AG**

Letzigraben 134  
CH-8047 Zurich

Téléphon +41 43 311 27 50

Téléfax +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

Téléfax +41 31 340 50 55

kontakt@radiobe1.ch

www.radiobe1.ch

**Radio Energy**

Kreuzstrasse 26  
CH-8032 Zurich

Téléphone +41 44 250 90 00

Téléfax+41 44 250 90 01

redaktion@energyzueri.ch

www.energyzueri.ch

**Good News Productions AG**

Thurgauerstrasse 105  
CH-8152 Glattbrugg

Téléphone +41 44 809 66 66

Téléfax +41 44 809 66 00

www.goodnews.ch

info@goodnews.ch

**media swiss ag**

Sammelbüel 100  
CH-9053 Teufen

Téléphone +41 71 335 75 75

Téléfax +41 71 335 75 79

info@mediaswiss.ch

www.mediaswiss.ch

**Xmedia AG**

Industriestrasse 44  
CH-3175 Flamatt

Téléphone +41 31 744 11 11

Téléfax +41 31 744 11 10

info@xmedia.ch

www.xmedia.ch

**Scout24 Schweiz AG**

Industriestrasse 44  
CH-3175 Flamatt

Téléphone +41 31 744 21 21

Téléfax+41 31 744 21 22

info@scout24.ch

www.scout24.ch

### **Betty Bossi Verlag AG**

Bürglistrasse 29  
CH-8021 Zurich

Téléphone +41 44 209 19 19  
Téléfax +41 44 209 19 70  
bettybossi@bettybossi.ch  
www.bettybossi.ch

### **Geschenkidee.ch GmbH**

Europastrasse 19  
CH-8152 Glattbrugg

Téléphone +41 44 874 10 00  
Téléfax +41 44 874 10 01  
info@geschenkidee.ch  
www.geschenkidee.ch

## Serbie

### **Ringier d.o.o.**

Kraljice Marije 1 / IX Floor  
RS-11000 Beograd

Téléphone +381 11 333 4701  
Téléfax + 381 11 333 4703  
office@ringier.rs  
www.ringier.rs

### **Transpress d.o.o.**

Milutina Milankovica 29  
RS-11070 Novi Beograd

Téléphone +381 11 3376 994  
Téléfax +381 11 3376 996  
office@transpress.rs  
www.transpress.rs

### **APM Printing Plant d.o.o.**

Milutina Milankovica 29  
RS-11070 Novi Beograd

Téléphone +381 11 313 0438  
Téléfax +381 11 313 0439  
office@apmprint.rs  
www.apmprint.rs

## Slovaquie

### **Ringier Slovakia, a.s.**

Prievozská 14  
SK-821 09 Bratislava

Téléphone +421 258 227 111  
Téléfax +421 258 227 450  
www.ringier.sk

## Tchéquie

### **Ringier CR a.s.**

Komunardů 1584/42  
CZ-170 00 Praha 7

Téléphone +420 225 977 720  
Téléfax +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  
Téléfax +420 596 626 606  
www.ringierprint.cz

**Ringier Print CZ a.s.**

Černokostelecká 613/145  
CZ-100 00 Praha 10

Téléphone +420 225 283 111

Téléfax +420 225 283 288

[www.ringierprint.cz](http://www.ringierprint.cz)

## Hongrie

**Ringier Kiadó Kft.**

Szugló u. 81-85.  
HU-1141 Budapest

Téléphone +36 1 460 25 00

Téléfax +36 1 460 25 01

[kiado@ringier.hu](mailto:kiado@ringier.hu)

[www.ringier.hu](http://www.ringier.hu)

**Népszabadság Zrt.**

Bécsi u. 122-124  
HU-1034 Budapest

Téléphone +36 1 436 4444

Téléfax +36 1 436 4604

[www.nol.hu](http://www.nol.hu)

**MédiaLOG Zrt.**

Campona u. 1  
«K» Building, Ground Floor  
HU-1225 Budapest

Téléphone +36 1 501 8755

Téléfax +36 1 501 8100

[info@media-log.hu](mailto:info@media-log.hu)

[www.medialogfiege.eu](http://www.medialogfiege.eu)

**Ringier Print Budapest**

Campona u.1.  
Harbor Park, A3A Building  
HU-1225 Budapest

Téléphone +36 1 207 8130

Téléfax +36 1 207 8169

[ringierprint@ringier.hu](mailto:ringierprint@ringier.hu)

[www.ringier.hu](http://www.ringier.hu)

## Vietnam

**Ringier Vietnam Co. Ltd.**

25 Thanh Mien  
Dong Da District  
Hanoi – Vietnam

Téléphone +84 4 3 747 1648

Téléfax+84 4 3 747 1660

[ringier.sh@fpt.vn](mailto:ringier.sh@fpt.vn)

[www.ringier.vn](http://www.ringier.vn)

**Ho Chi Minh Office**

Ringier Vietnam Co. Ltd.  
128 Phan Dang Lu, Floor 4  
Phu Nhuan District  
Ho Chi Minh City – Vietnam

Téléphone +84 8 3 995 2646

Téléfax +84 8 3 995 2645

# EVÉNEMENTS.

- 01.01.2008 Suisse Ringier reprend Radio BE1
- 01.01.2008 Hongrie Miklós Cserfai est nommé Directeur financier de Ringier Hongrie/Membre de la direction générale
- 01.01.2008 Suisse Dominik Geisseler est nommé Rédacteur en chef de la Schweizer Illustrierte
- 01.01.2008 Roumanie Ringier vend le journal de sport ProSport
- 16.01.2008 Groupe Ringier inaugure l'année anniversaire (175 ans) avec le vernissage du livre «Ringier proche des gens»
- 01.02.2008 Serbie Lancement de site web alo.rs
- 01.02.2008 Chine Lancement de Salon Today China et de Metal Finishing
- 17.02.2008 Hongrie Remise du Ringier Népszabadság Awards
- 01.03.2008 Slovaquie Janka Tesáková est nommée Rédactrice en chef de Rebecca
- 01.03.2008 Roumanie Marius Hagger est nommé Directeur général Ringier Roumanie
- 03.03.2008 Groupe Ringier fête ses 175 ans – événements célébrés:  
– le 3/5 mars à Shanghai et à Beijing  
– le 7 mars à Hanoï  
– le 1er/2 avril à Bratislava  
– le 3/4 avril à Prague  
– le 8/9 avril à Belgrade  
– le 10/11 avril à Budapest  
– le 15/16 avril à Bucarest
- 05.03.2008 Suisse Relancement du quotidien Blick
- 17.03.2008 Tchéquie Lancement de la fondation Blesk Srdce pro děti (Blesk cœur des enfants)
- 18.03.2008 Suisse Le magazine pour perdre du poids FDH est intégré à Gesundheit Sprechstunde
- 27.03.2008 Groupe Fischli/Weiss ont illustré le rapport annuel 2007 de Ringier
- 27.03.2008 Tchéquie Tomáš Stránský est nommé Directeur financier de Ringier Rép. tchèque/Membre de la direction générale
- 01.04.2008 Hongrie Endre Sal est nommé Rédacteur en chef de Sport&Style
- 01.04.2008 Hongrie Éva Domán est nommée Directrice d'édition de Sport/Membre de la direction générale
- 01.04.2008 Hongrie József Buzgó est nommé Rédacteur en chef de Nemzeti Sport
- 04.04.2008 Serbie Blic Press devient Ringier d.o.o.
- 15.04.2008 Serbie Jelena Drakulic-Petrovic est nommée Directrice générale adjointe de Ringier Serbie
- 21.04.2008 Hongrie Gábor Papp devient Directeur du Groupe Blikk/Membre de la direction générale
- 24.04.2008 Slovaquie Lancement du magazine féminin Čas pre mňa
- 01.05.2008 Groupe Marco Castellaneta est nommé Chef du Corporate Center/Membre de la direction du groupe Ringier SA
- 01.05.2008 Tchéquie Petr Matoušek est nommé Directeur Online
- 02.05.2008 Roumanie Raluca Hagiú est nommée Rédactrice en chef des magazines féminins Bolero et Unica
- 05.05.2008 Chine Lancement du magazine gratuit Mother's Kitchen
- 15.05.2008 Groupe Ringier fonde MediaLAB, un centre de compétence pour les médias numériques à l'échelle du groupe
- 15.05.2008 Groupe Ringier fonde Ringier Academy, une plate-forme encourageant la formation et le perfectionnement des collaborateurs dans tous les pays Ringier et intensifiant le transfert des connaissances
- 16.05.2008 Groupe Ringier fête ses 175 ans:  
La fête consacrée aux partenaires, aux clients et aux personnalités a lieu au KKL de Lucerne.

17.05.2008	Groupe	Ringier fête ses 175 ans: La fête consacrée aux collaborateurs de Ringier Suisse a lieu au KKL de Lucerne.
01.06.2008	Roumanie	Dan Saros est nommé Directeur des ventes et production et membre de la direction
02.06.2008	Suisse	Lancement du quotidien gratuit Blick am Abend (qui remplace heute)
02.06.2008	Suisse	Peter Röthlisberger est nommé rédacteur en chef de Blick am Abend
24.06.2008	Suisse	Remise du 10e Prix des médias Ringier
24.06.2008	Groupe	Remise du 3e Ringier Photo Award
26.06.2008	Tchéquie	Lancement de l'école de journalistes Blesk
01.07.2008	Roumanie	Lacramioara Barbulescu est nommée Rédactrice en chef du magazine féminin Libertatea pentru femei
01.07.2008	Tchéquie	Pavel Šafr devient Rédacteur en chef du magazine d'information Reflex/Membre de la direction générale
01.07.2008	Suisse	Stefan Hackh est nommé Chef Communications Ringier Suisse
10.07.2008	Suisse	Lancement de la plate-forme de conseils pour l'électronique grand public E360
15.07.2008	Roumanie	Ciprian Rus devient Rédacteur en chef du quotidien gratuit Compact
15.07.2008	Hongrie	Szilárd Kovács est nommé Directeur financier de Ringier Hongrie/Membre de la direction générale
18.07.2008	Chine	Albert Lee est nommé CEO de Ringier Print Hongkong
22.07.2008	Serbie	Jelena Drakulic-Petrovic est nommée Directrice générale de Ringier Serbie
28.07.2008	Roumanie	Début des travaux de la nouvelle imprimerie Ringier Print Romania
01.08.2008	Slovaquie	Martin Pastierovic devient Rédacteur en chef de Online/Membre de la direction générale
09.08.2008	Suisse	La fondation Hans Ringier décerne le «Prix européen de la culture politique» au philosophe et sociologue Jürgen Habermas.
25.08.2008	Hongrie	Relancement du quotidien Blikk
01.09.2008	Suisse	Christoph Bauer est nommé Chef New Media/Membre de la direction générale
01.09.2008	Suisse	Hannes Britschgi est nommé Rédacteur en chef du SonntagsBlick
01.09.2008	Groupe	Marc Walder est nommé directeur de Ringier Suisse/Membre de la direction générale
01.09.2008	Suisse	Mathias Ruch prend la direction de RingierTV
01.09.2008	Suisse	Thomas Passen est nommé Chef du Groupe Blick/Membre de la direction générale
01.09.2008	Suisse	Urs Heller est nommé chef Magazines/Membre de la direction générale
12.09.2008	Slovaquie	Arrêt du magazine people Nový Čas Ludia
18.09.2008	Ukraine	Ringier vend le quotidien Blik
24.09.2008	Slovaquie	Julia Kovacova est nommée Rédactrice en chef du quotidien Nový Čas
03.10.2008	Roumanie	Vlad Macovei est nommé Rédacteur en chef du quotidien Evenimentul Zilei
07.10.2008	Serbie	Ringier rachète toutes les parts des activités en Serbie
13.10.2008	Slovaquie	Relancement du magazine féminin Blic Puls
20.10.2008	Roumanie	Lancement du magazine sur papier couché DIVA
24.10.2008	Slovaquie	Arrêt du magazine féminin Čas pre mňa
27.10.2008	Suisse	Lancement du magazine d'art de vivre écolo SI GRUEN
29.10.2008	Groupe	Communication: au 1er janvier 2009, le nouveau CEO de Ringier SA est Christian Unger. Martin Werfeli, CEO sortant, passe simultanément au conseil d'administration de Ringier SA.
31.10.2008	Suisse	Le DETEC décide de l'octroi des futures concessions de radios. Aucune concession n'est attribuée à Energy Zürich.
19.11.2008	Groupe	Publication du rapport de durabilité 2008 de Ringier
24.11.2008	Hongrie	Népszabadság crée un newsroom et intègre les travaux éditoriaux.
01.12.2008	Suisse	Nik Niethammer devient Rédacteur en chef de la Schweizer Illustrierte
01.12.2008	Suisse	Ringier reprend Geschenkidee.ch GmbH
19.12.2008	Tchéquie	Arrêt du quotidien gratuit 24 hodin

# EPILOGUE.

Frank A. Meyer, Journaliste

Quel journaliste, quel pro des médias a-t-il articulé ces trois phrases merveilleusement simples: «J'ai toujours été étonné quand les banques annonçaient les milliards qu'elles avaient engrangés. Moi non plus, je n'ai pas posé de question critique sur la façon dont elles avaient pu gagner autant d'argent. On le sait aujourd'hui».

Lequel d'entre nous, journalistes, exerce-t-il pareille autocritique? Lequel d'entre nous tient-il pour vraisemblable que les acteurs du monde des médias aient été complices de la crise financière qui frappe le monde?

Ces phrases ont été prononcées par le patron de Denner, Philippe Gaydoul, 37 ans, lors d'une interview. Un entrepreneur, donc, pas un journaliste, ni jeune ni vieux.

Nous les journalistes, nous ne nous excusons pas, nous pourchassons. La chasse aux responsables, aux managers, aux banquiers, aux brokers et aux spéculateurs est ouverte. Sous notre pression, ils sont contraints d'avouer leur culpabilité dans ce désastre économique, et même, oui, de s'en excuser. Serait-il toutefois possible que nous, journalistes, portions aussi une part de responsabilité?

Non que ce soit inconvenant de désigner les responsables de cette crise économique mondiale et de les clouer au pilori. Tous ceux qui ont une part de responsabilité devraient être connus.

Une question s'impose: les journalistes critiques d'aujourd'hui étaient-ils aussi les journalistes critiques d'hier, à l'époque où les arbres des banquiers semblaient vouloir toucher le ciel?

Avons-nous fait notre travail hier avec le même esprit critique qu'aujourd'hui en tirant à boulets rouges sur... oui, sur qui? Juste: sur nos héros d'hier!

Les journalistes économiques, surtout eux, ont développé le culte des stars à la Ospel, tristes

icônes de ce nouveau monde. Les journalistes people ont porté les «masters of the universe» sur le pavois, transformant ces nouveaux riches en nouveaux aristos. Les éditeurs ont lancé des magazines sur papier glacé dans lesquels scintillait la vie amoureuse des millionnaires du bonus. Télévisions et radios ont présenté les événements en cours sur les marchés mondiaux comme autant de nouvelles du temps qu'il fait, comme autant d'événements naturels imparables qu'aucun journaliste ne voulait et qu'aucun citoyen ne pouvait remettre en question.

Tout ce qui semblait grand devenait grandiose. Nous avons vécu une époque de gigantisme: celle des plus grands bénéfiques, des plus grandes fusions, des plus grands empires économiques, conquis par les plus grands capitaines de l'économie avec la plus grande audace, et sublimés avec une encore plus grande prétention, comme nous le savons aujourd'hui.

Ce fut aussi l'époque du plus grand luxe: des salaires les plus élevés, des plus grandes villas, des plus énormes 4x4, des yachts les plus somptueux, des fêtes les plus brillantes.

Ne nous sommes-nous pas, nous, journalistes, aussi repus de cette folie des grandeurs? Courtisés quand nous pouvions en être, quand nous avions le droit de humer le doux parfum du monde des riches et des belles gens en sirotant du champagne et en croquant des canapés au caviar?

Que la démesure du capitalisme financier global allait nous mener au désastre, parce qu'il déchirait la société, parce qu'il endommageait la démocratie, parce qu'il créait des espaces de non-droit pour les plus riches et pour les plus puissants, qui l'a écrit, qui l'a dit, qui l'a imprimé et qui l'a diffusé?

Quelques-uns, très rares, l'ont écrit et l'ont dit. Mais ils se sont heurtés à l'opposition résolue de leurs collègues et des courtisans de la profession. C'est ainsi que, dans un éditorial, le magazine économique suisse Bilanz a raillé en 1996 les critiques politico-culturelles du capitalisme débridé en les qualifiant de «visions à la Ballenberg», donc bonnes pour le musée, et pour cette raison ridicules.

Les journalistes se voyaient parties prenantes de la fête globale, bénéficiaires de cette manne. Entre-temps, ces fameux plus grands bénéficiés de tous les temps, si admirés, se sont transformés en plus grandes pertes de tous les temps.

Entendons-nous s'élever, de-ci de-là, une auto-critique? Une journaliste écrit-elle, un journaliste dit-il: «Moi aussi»?

Au Conseil de la presse, la commission éthique du journalisme suisse, un seul représentant a demandé en automne 2008 un débat pour déterminer à quel point les journalistes ont failli vis-à-vis de la crise financière. Et il a demandé: «Avons-nous regardé plus ou moins passivement – et sans le croire – comment les banquiers ont soumis leur branche mais aussi l'économie réelle à des dangers inconcevables? N'avons-nous pas assumé suffisamment notre rôle de gardiens et de critiques?»

L'initiative de cet individu isolé a succombé à la protestation de ses collègues. Pour eux, le Conseil de la presse n'était pas compétent.

Qu'attendons-nous vraiment des managers, des brokers, des banquiers et des spéculateurs?

# L'ARTISTE.

## Josh Smith, New York

Mon nom est Josh Smith. Les images qui accompagnent ce rapport annuel 2008 jaillissent de mes idées. Je suis un artiste qui travaille avec un répertoire de symboles variés. Pour la présente publication, je me suis entièrement concentré sur la conception d'un cadre créateur permettant l'expression claire et ouverte des différentes sections.

Peu importe ce que signifient ces nombreuses images colorées. Cette publication est d'une certaine importance, ce qui semble logique, vu les circonstances. Elle est bien proportionnée et agréable à tenir, à voir et à lire.

C'est le produit de la collaboration entre une entreprise et un artiste. Quel que soit le genre de publication que j'aurais faite, elle aurait revêtu la même forme et le même aspect que celle-ci. Ce n'est pas simple de saisir la motivation, les objectifs et de mesurer l'impact de cette expérience.

J'espère que ce rapport annuel, quand il sera imprimé, relié et distribué, exercera l'effet voulu. Tout ce projet a été une coopération fructueuse entre de nombreuses personnes différentes et une expérience formidable.

## Beatrix Ruf, conservatrice

L'œuvre de l'artiste américain Josh Smith (né en 1976) met à jour le médium de la peinture et de l'image «faite main» avec une sublime légèreté et un sérieux irritant. Josh Smith produit vite, en masse, et met intentionnellement en contraste les notions et les idées que nous avons de la toile authentique du «peintre» et de l'omniprésence des images médiumniques et des reproductions médiumniques ou mécaniques d'images. Par des collages, des peintures et des livres d'artistes, il

envoie les mythes de l'histoire de la peinture comme l'abstraction, la figuration, l'écriture de l'artiste, la composition et le hasard dans son processus de subjectivité et de production d'images. Dans ses mail paintings, il met son nom à égalité avec les motifs peints et paralyse l'antagonisme écriture et toile, signature et image, figuration et abstraction, une série qu'il poursuit depuis peu avec le sujet image du poisson, qui sert pour ainsi dire de «signature» par rapport à la peinture et à l'abstraction. Dans les toiles abstraites des palette paintings, il supprime la notion d'artiste en tant qu'auteur en désignant comme œuvre la composition fortuite de ses palettes; ses collages et ses annonces, ses affiches et celles qu'il a trouvées, ses extraits de journaux ou ses propres dessins et imprimés s'éclairant les uns les autres sont en même temps des affiches publicitaires pour des expositions et une façon de démonter leur fonctionnement en pointant des thèmes comme l'authenticité, la signature ou le «faire» artistique. Josh Smith joue la subjectivité face aux conventions tant usuelles qu'arbitraires aussi bien de l'image que de ce qu'on attend de son auteur. Ni prétentieux ni spectaculaire, il dégage ainsi la voie qui mène à une image.