



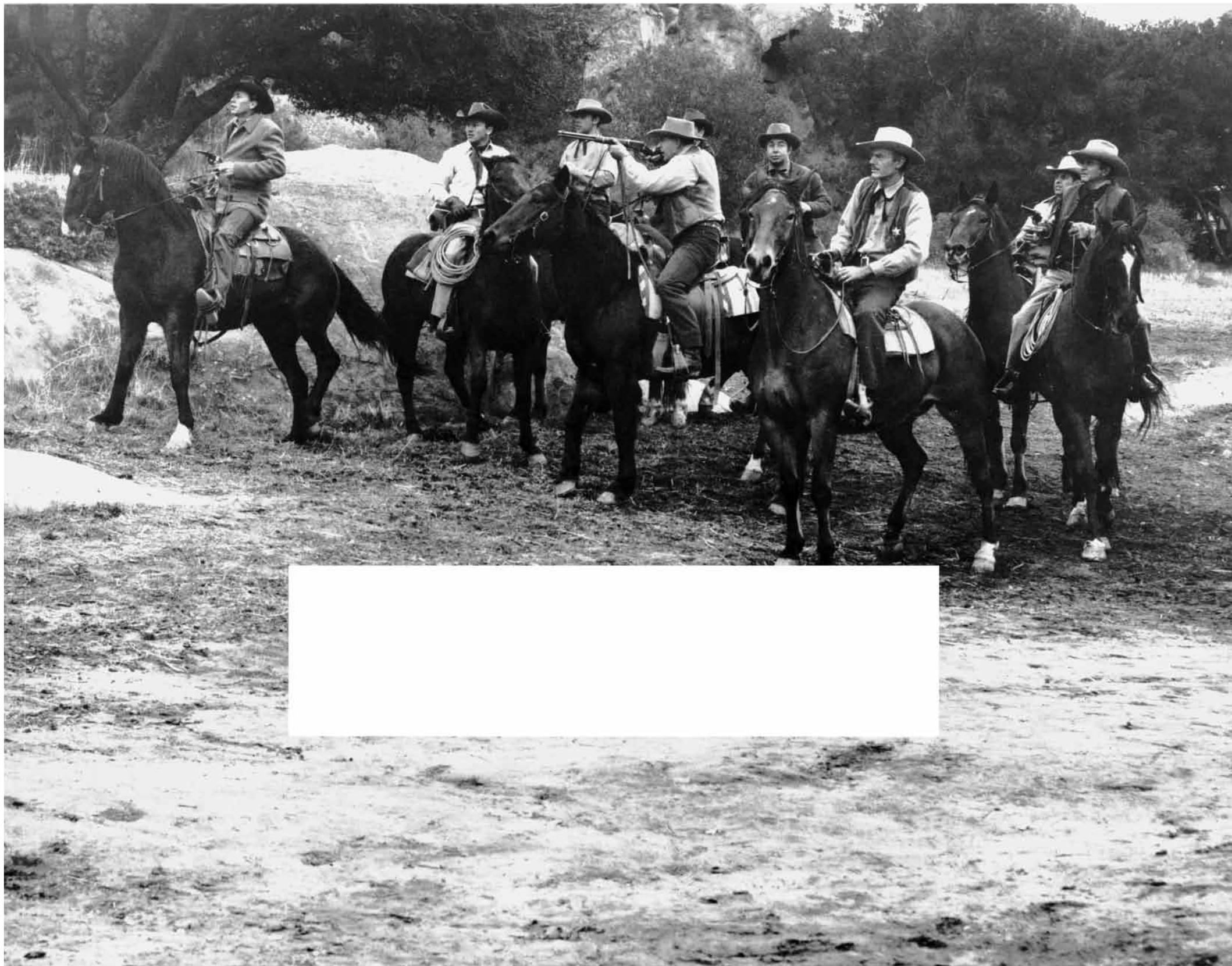
[Redacted]

BRUCE SHUSTEN  
#1286  
INT. BALLROOM  
CONVOLUTION  
DANCE



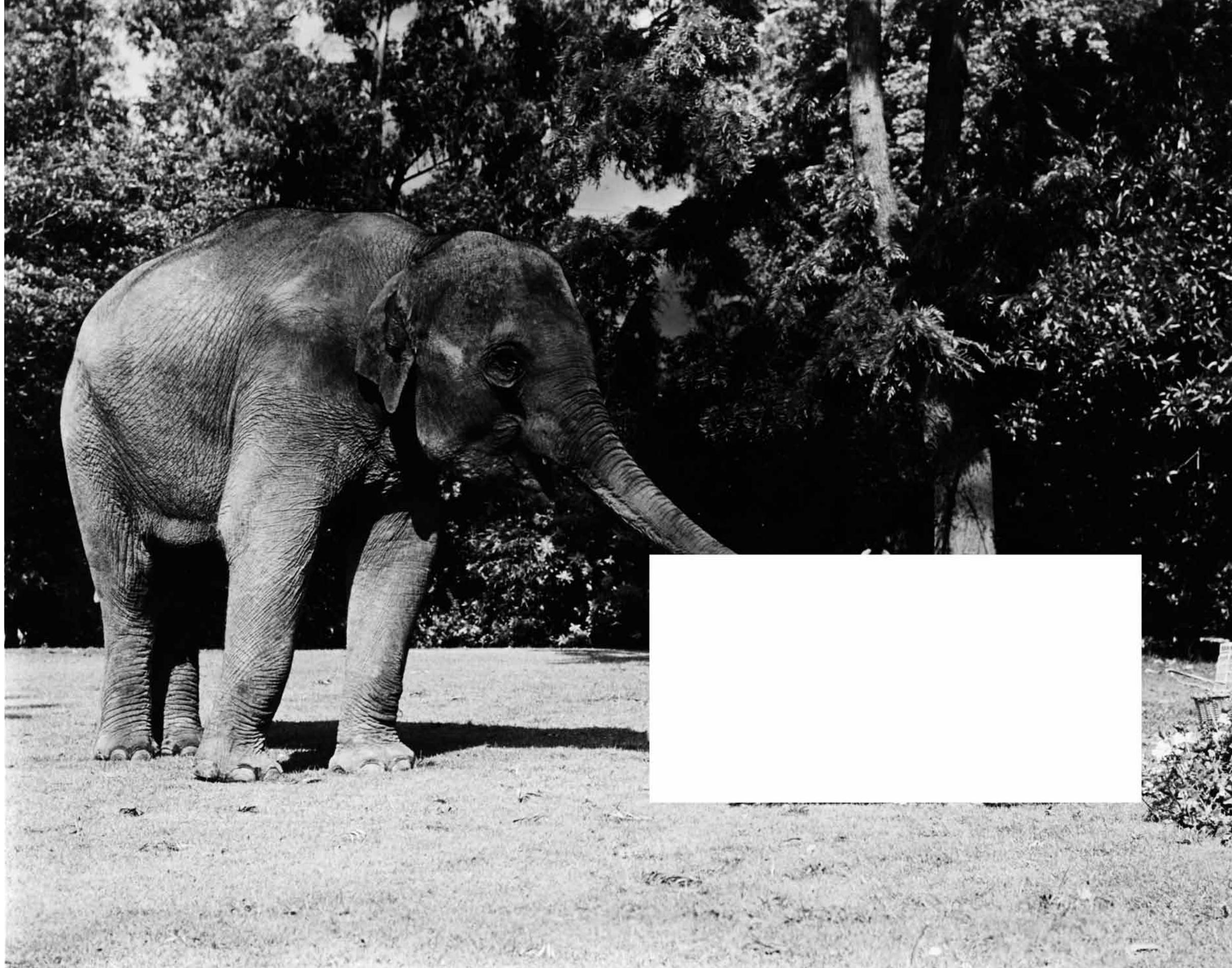


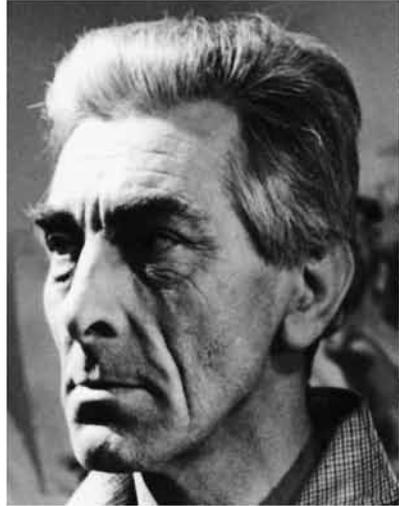










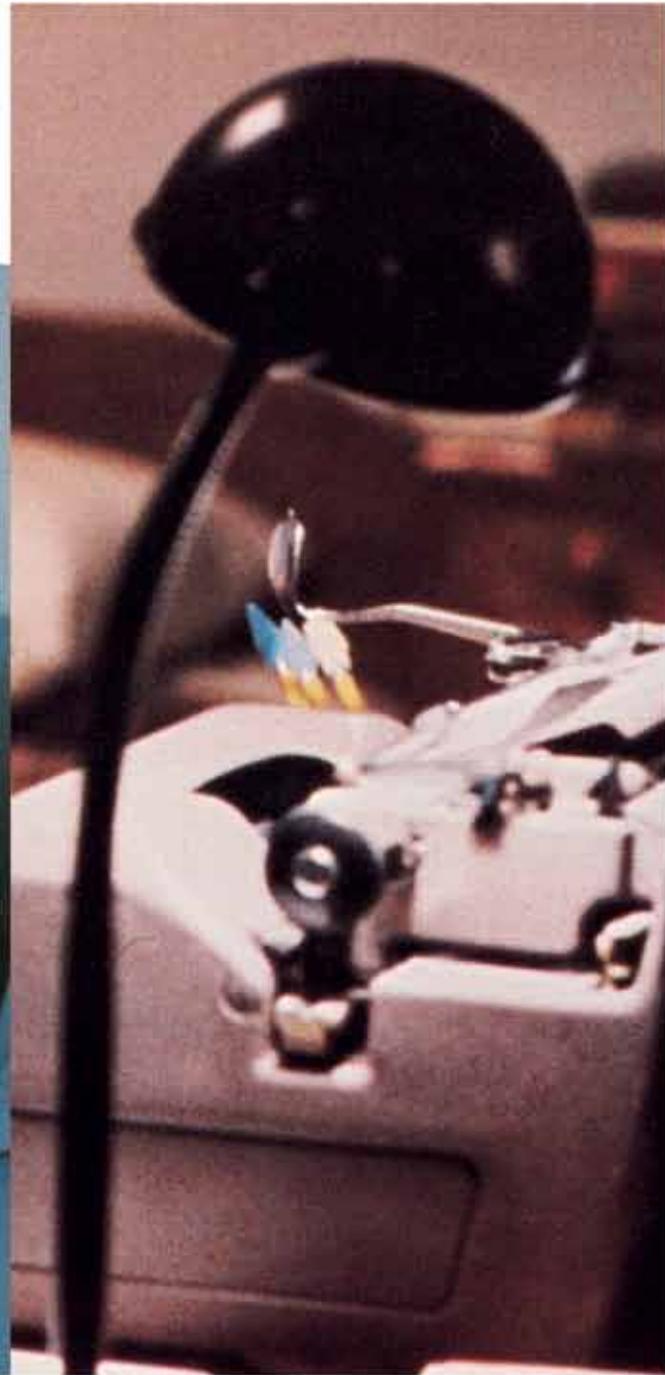
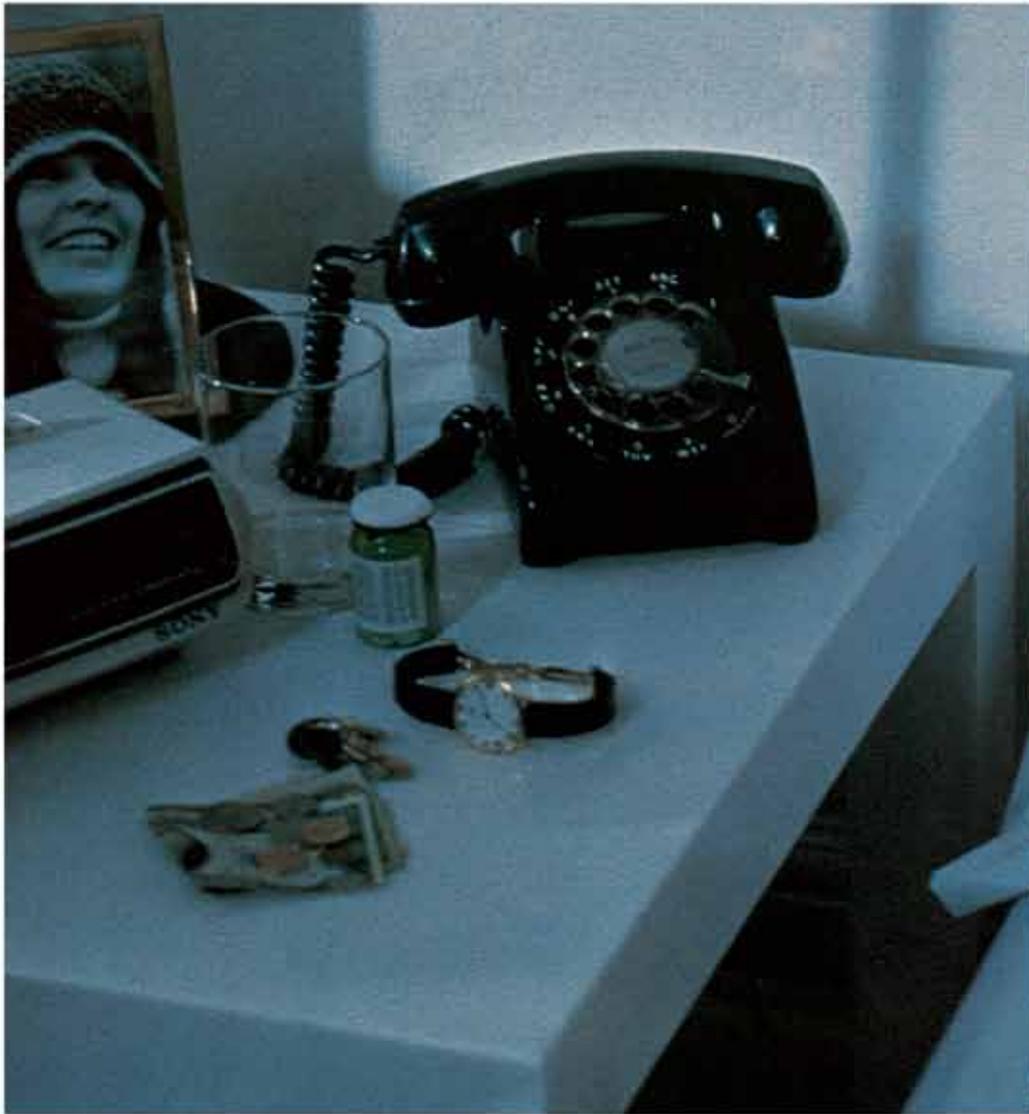














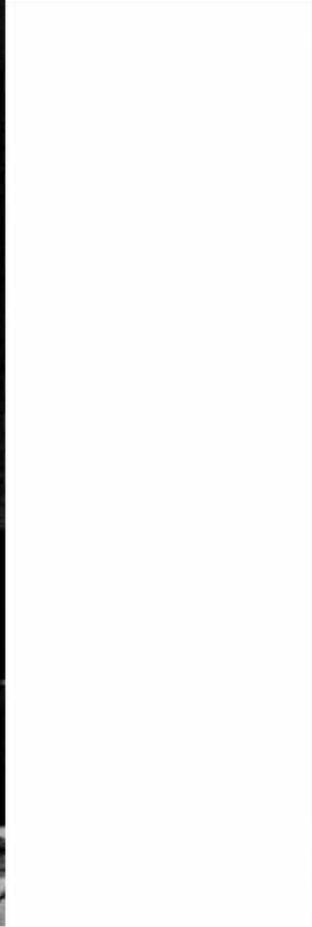






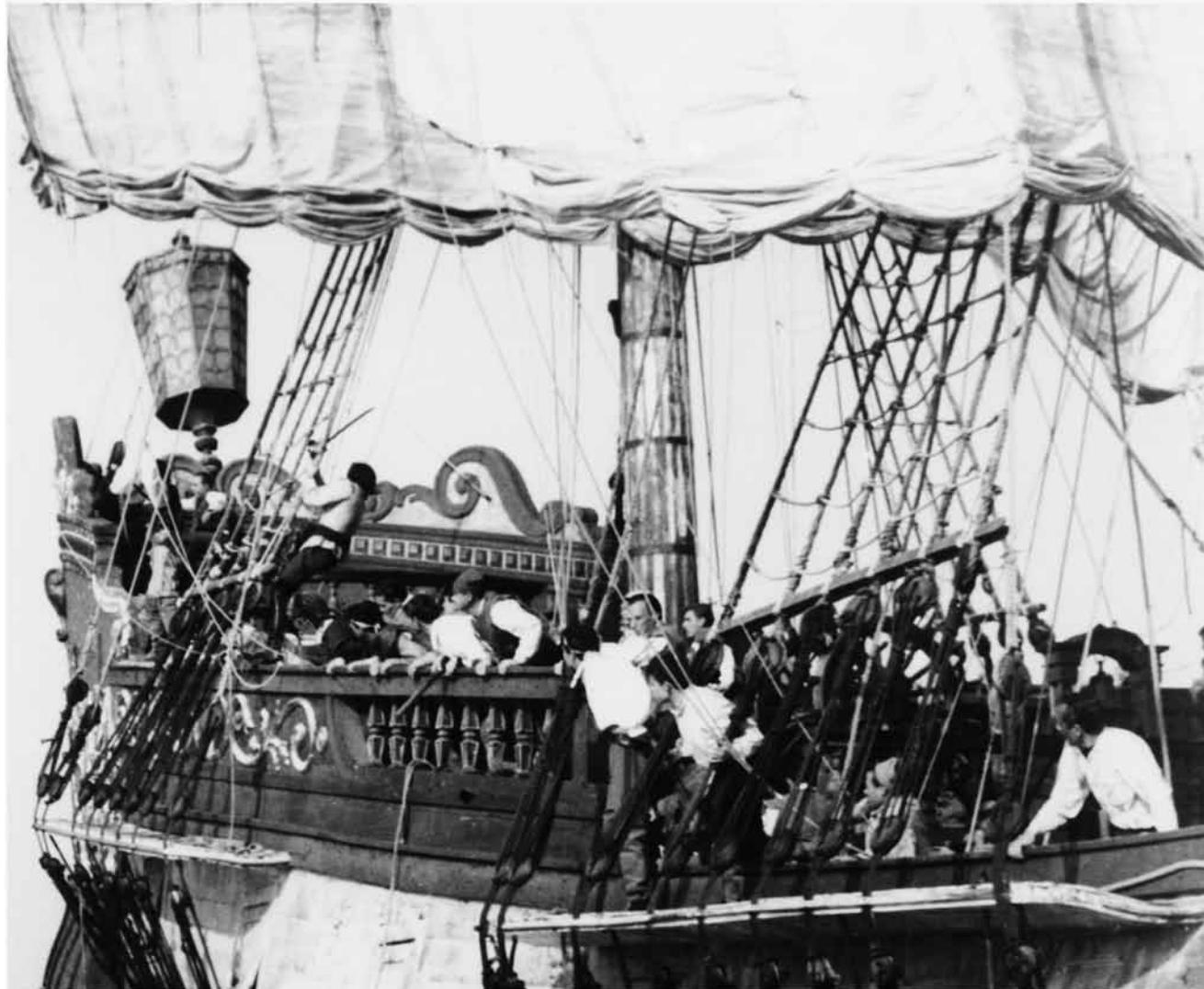














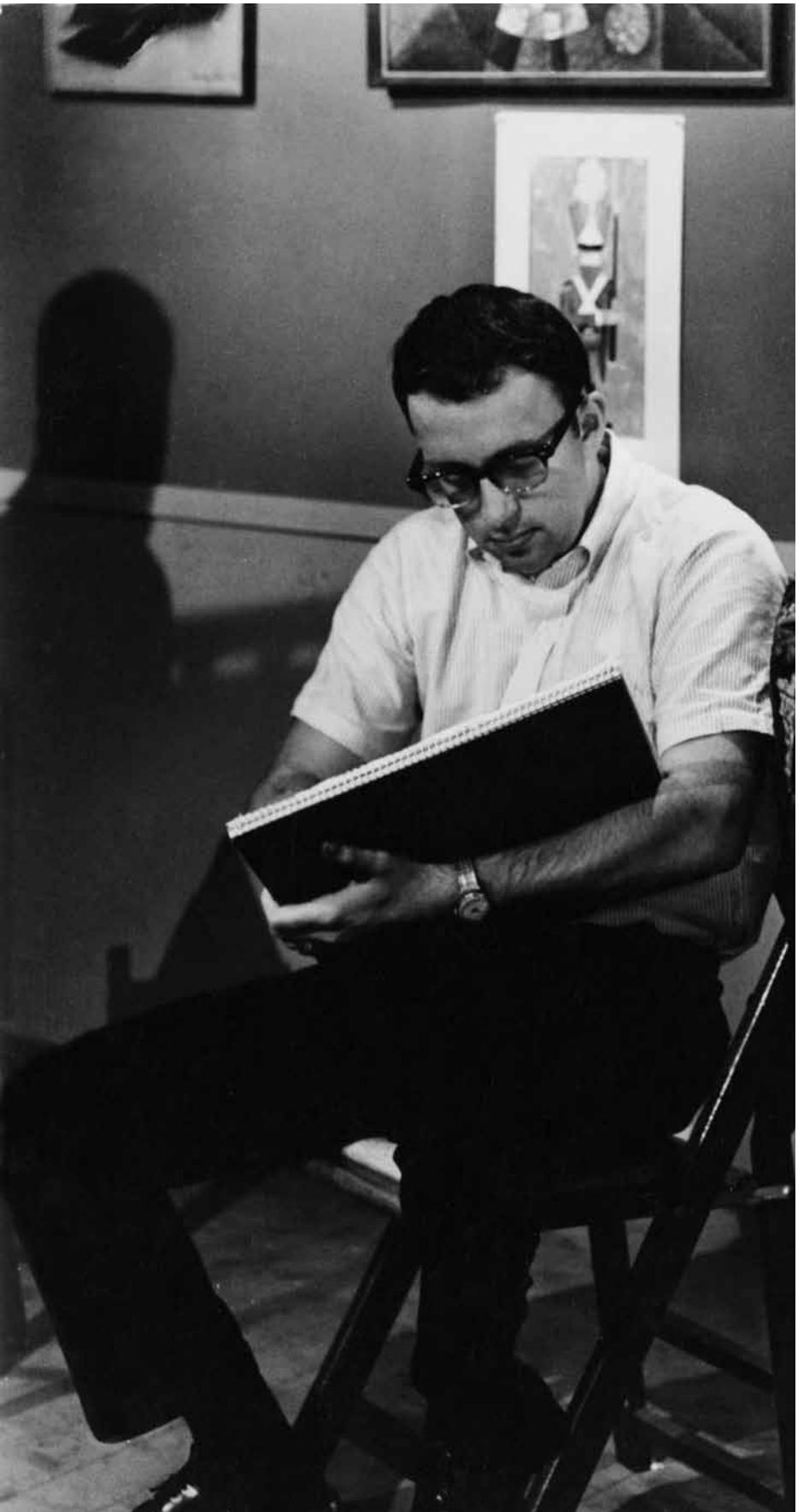






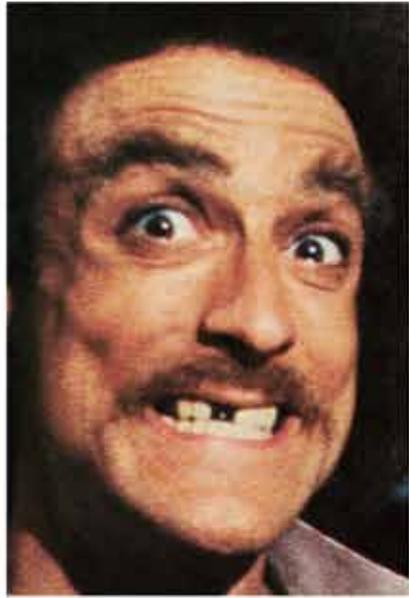




















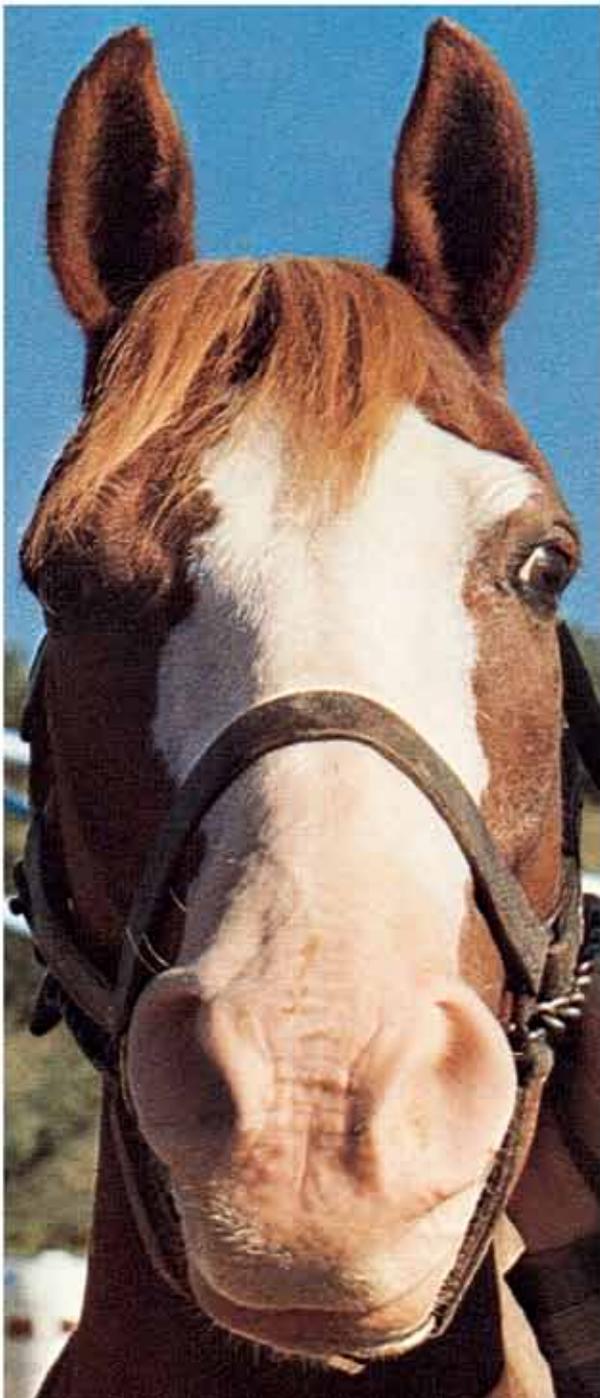


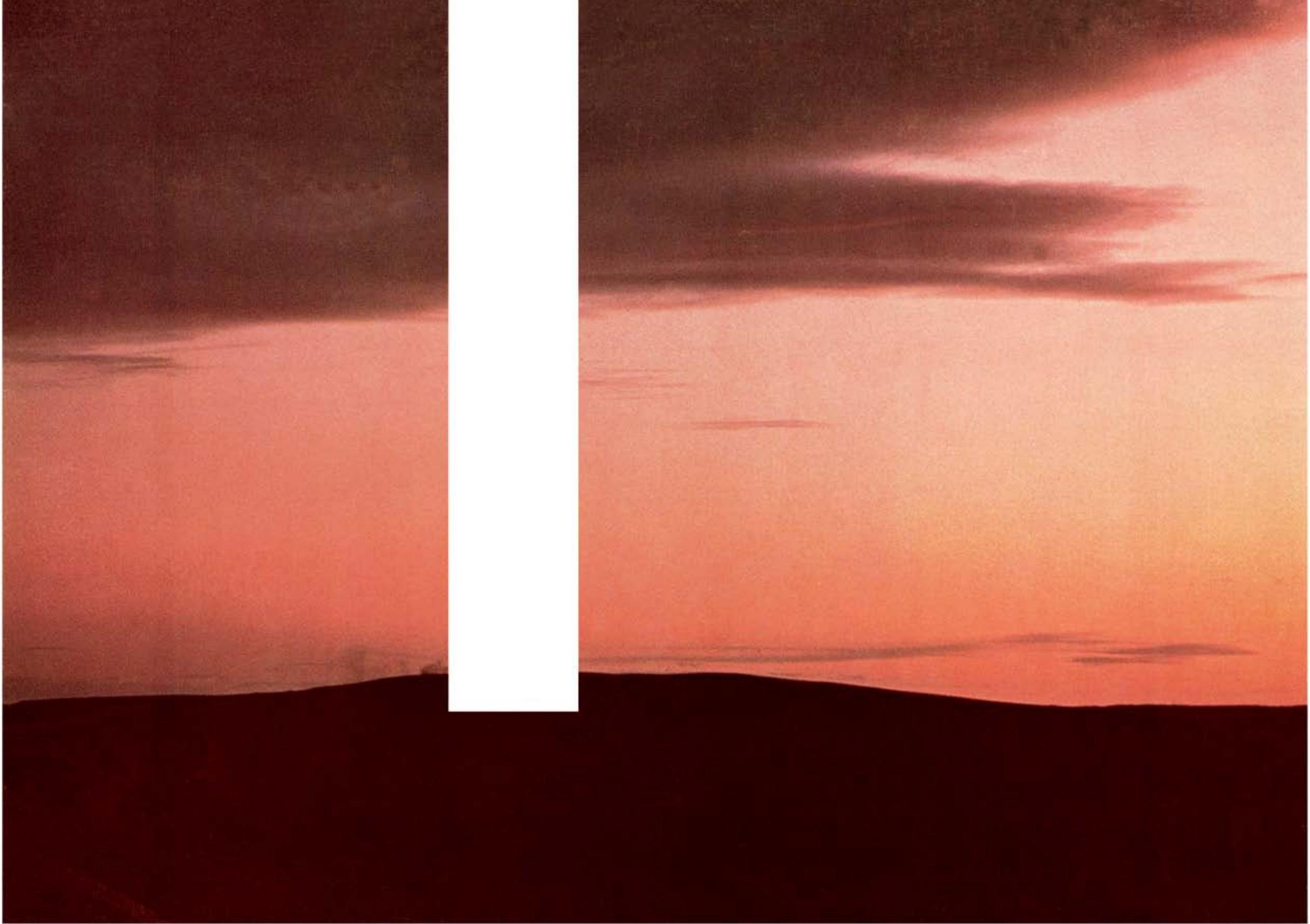
















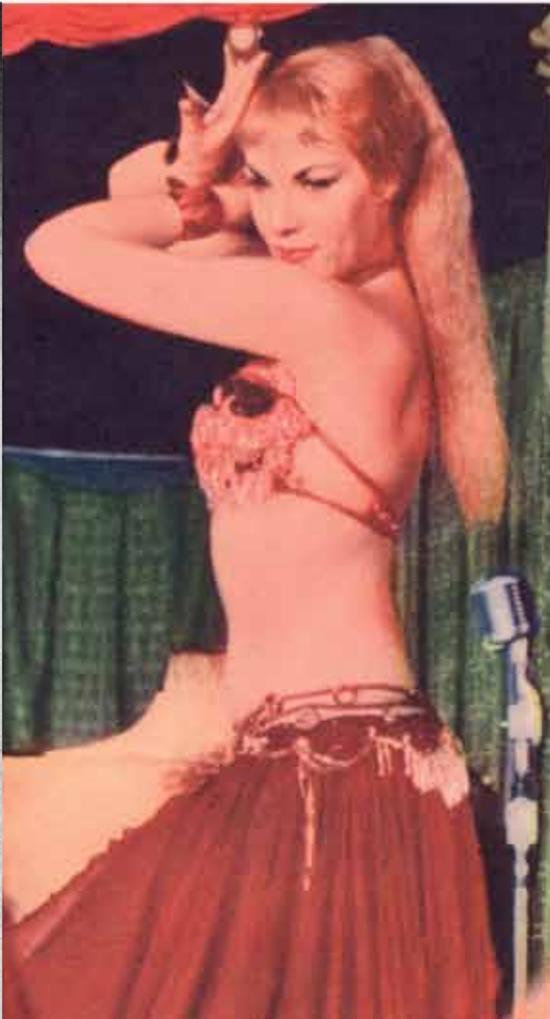
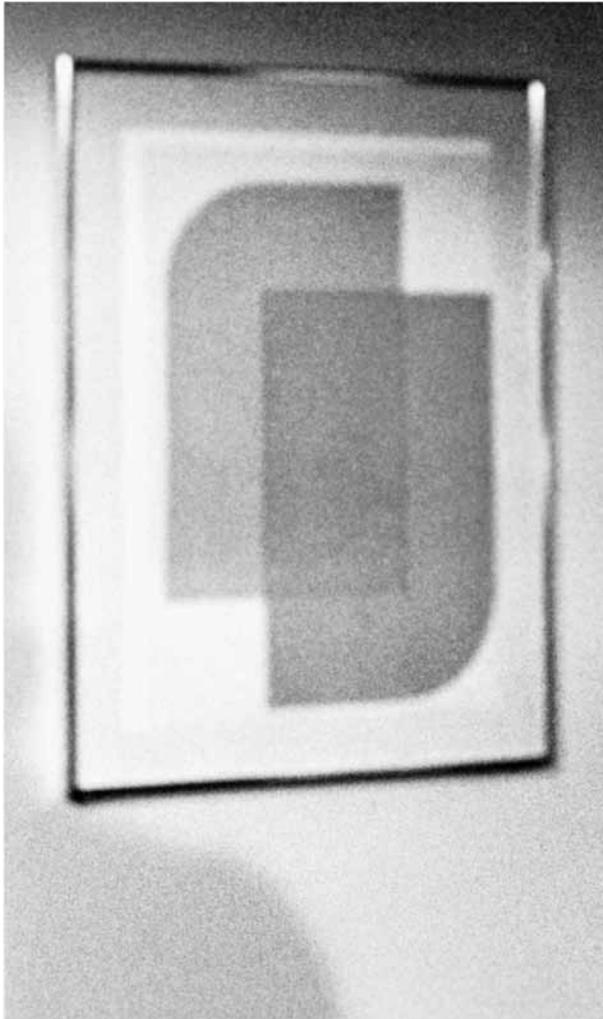




































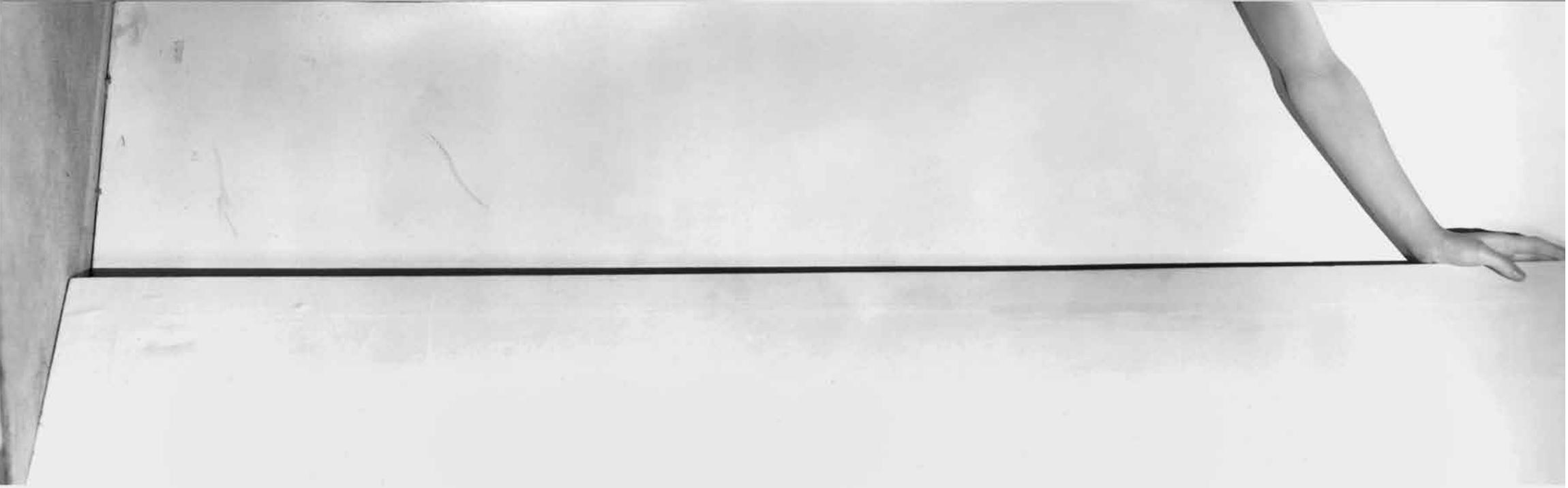














LADIES WARDROBE  
PIC. 789 DATE 1/24/57  
TITLE 3 Jacos of 302  
DIR. N. Johnston  
ACTOR A Murray  
PART OF See  
CHANGE # 1  
WORN  
SK-  
8  
DESIGNER Ranie  
8X10









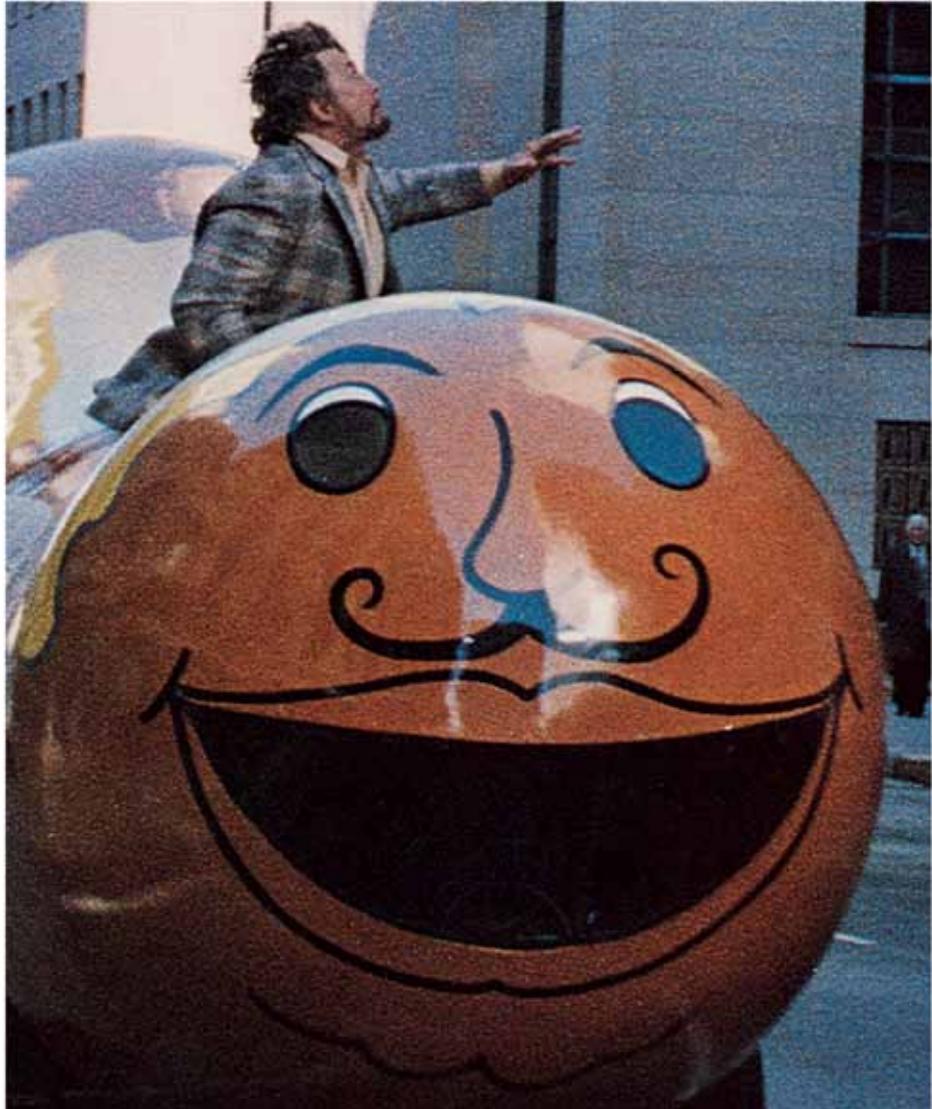


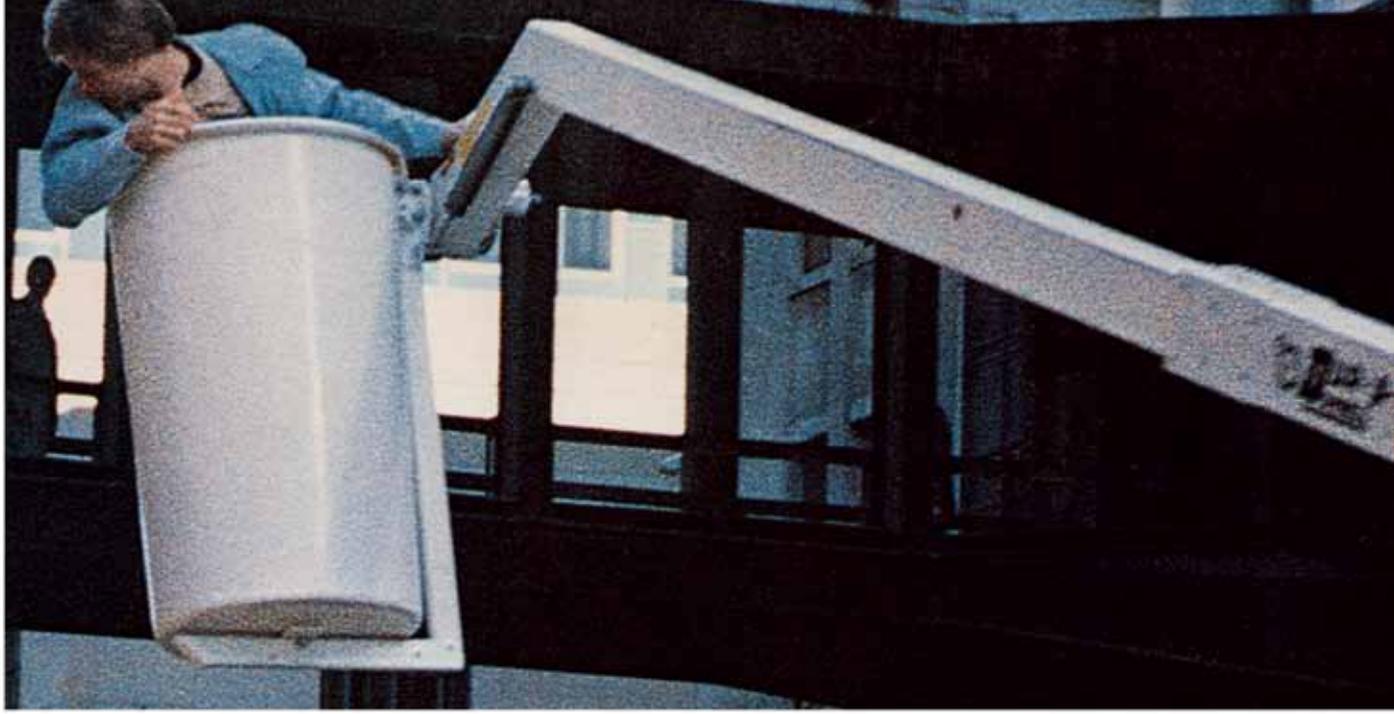




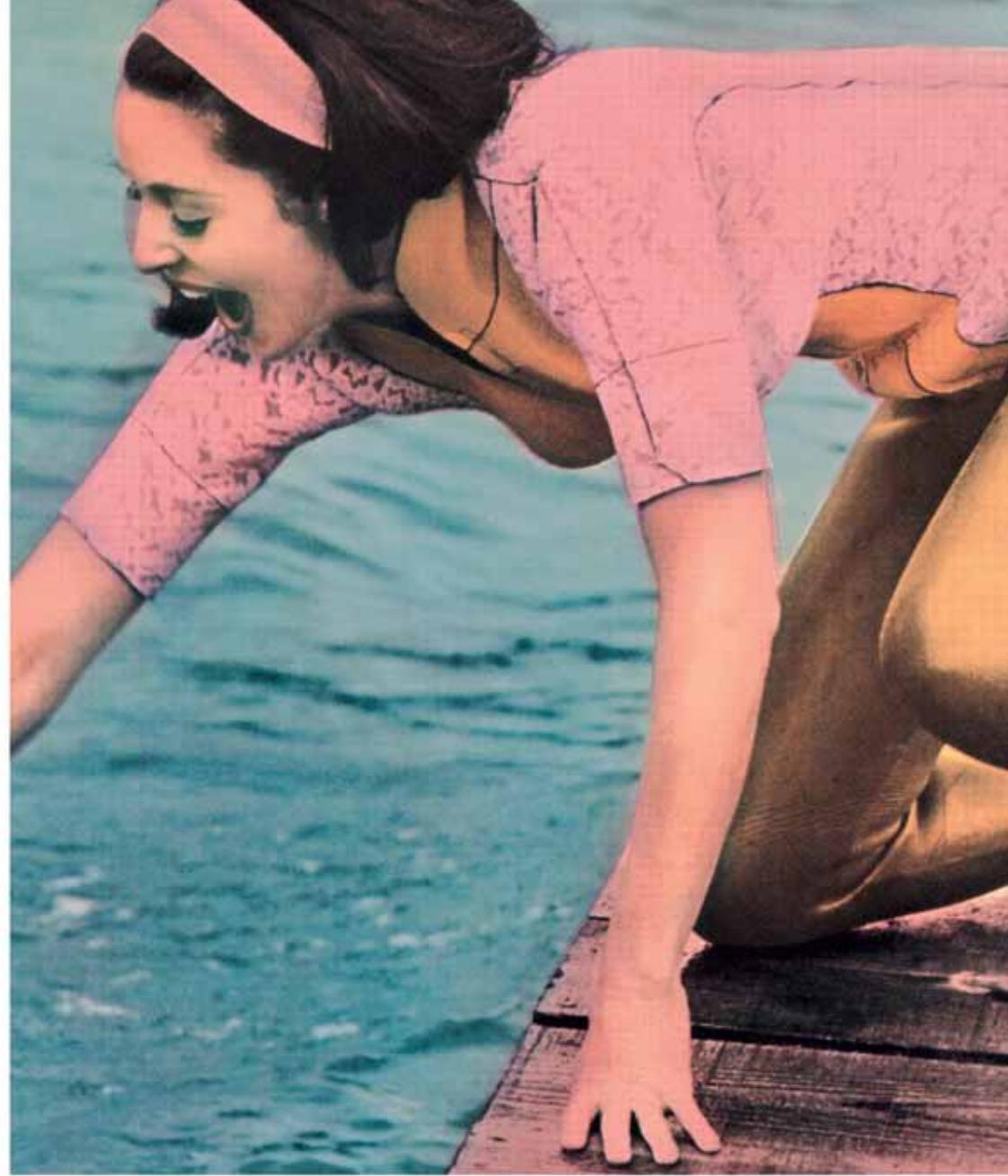




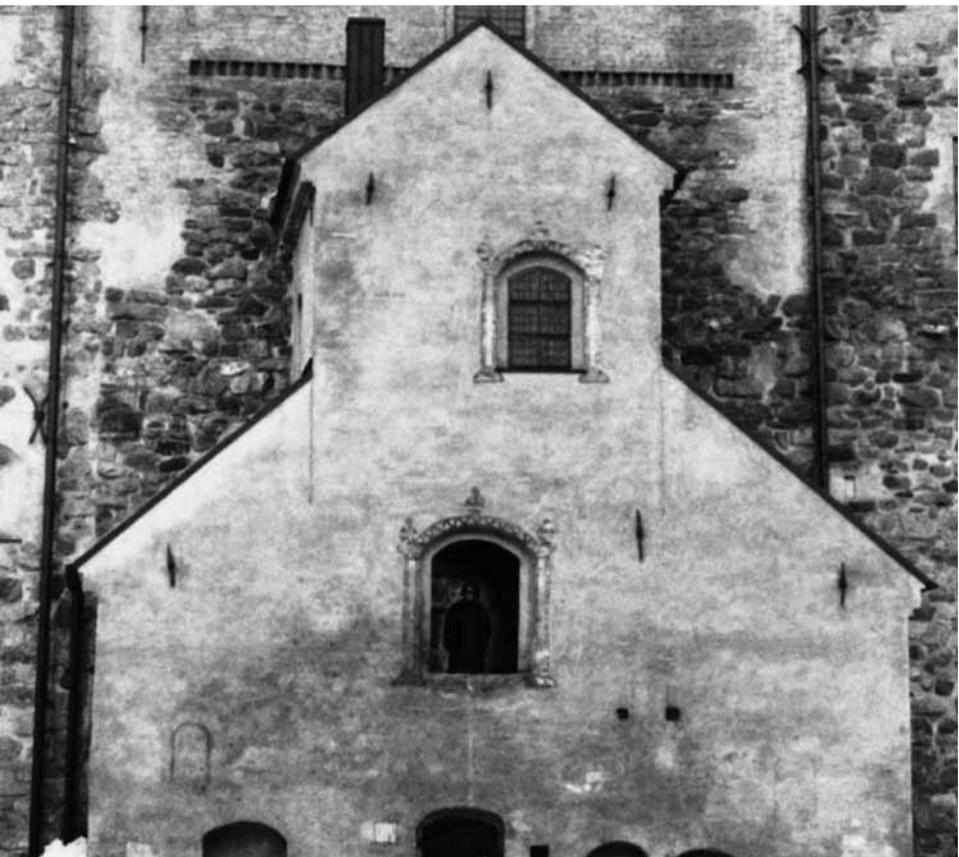


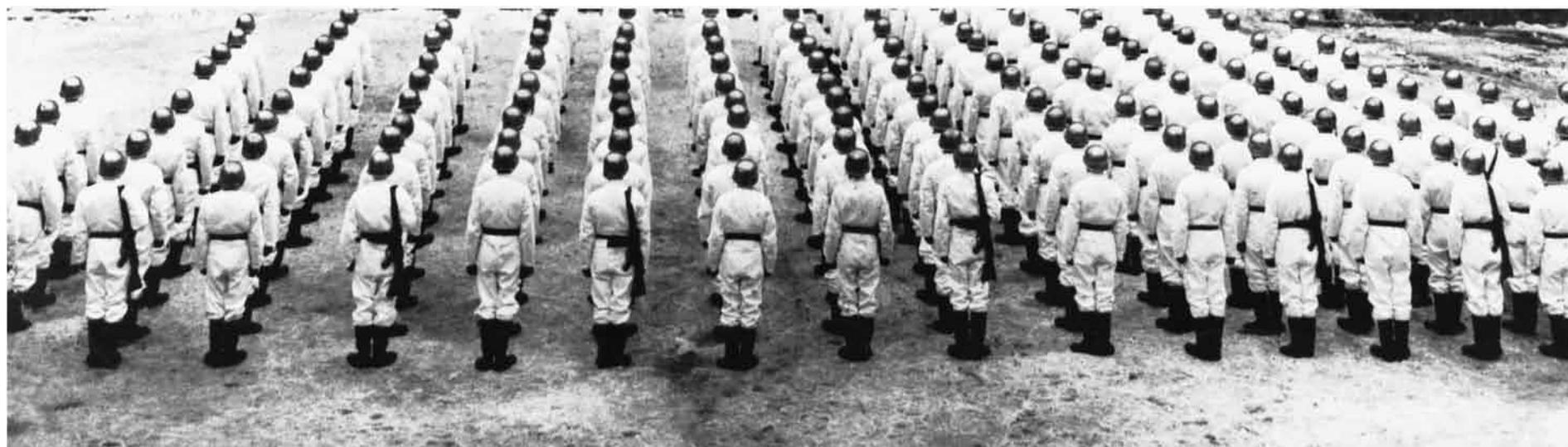






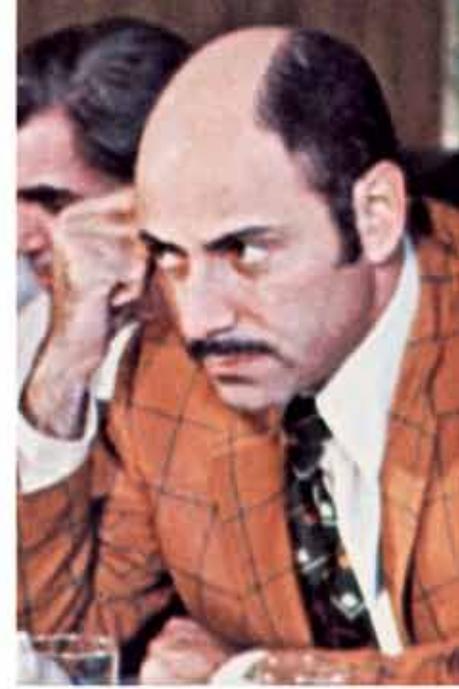






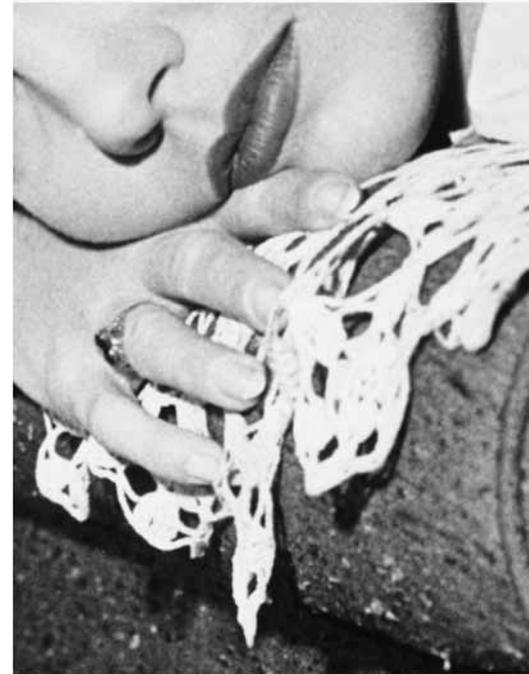






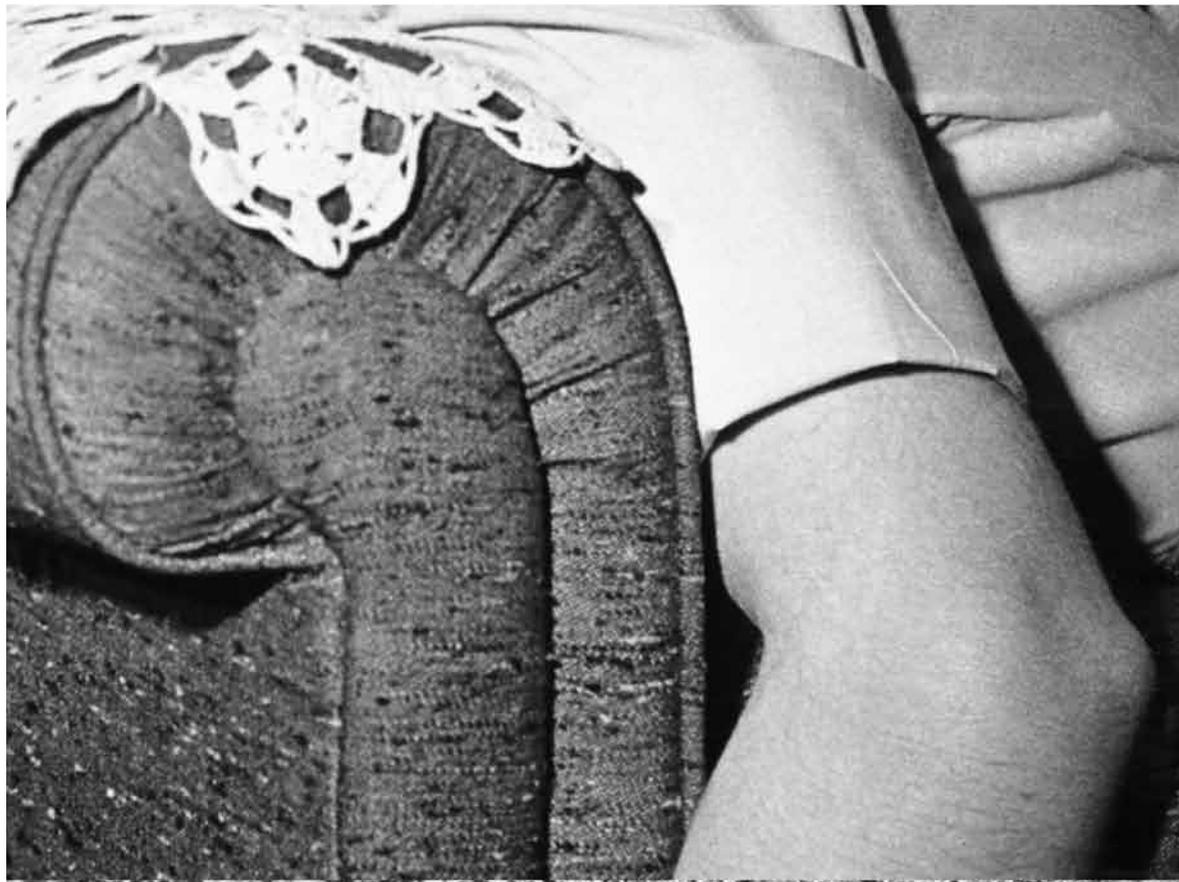








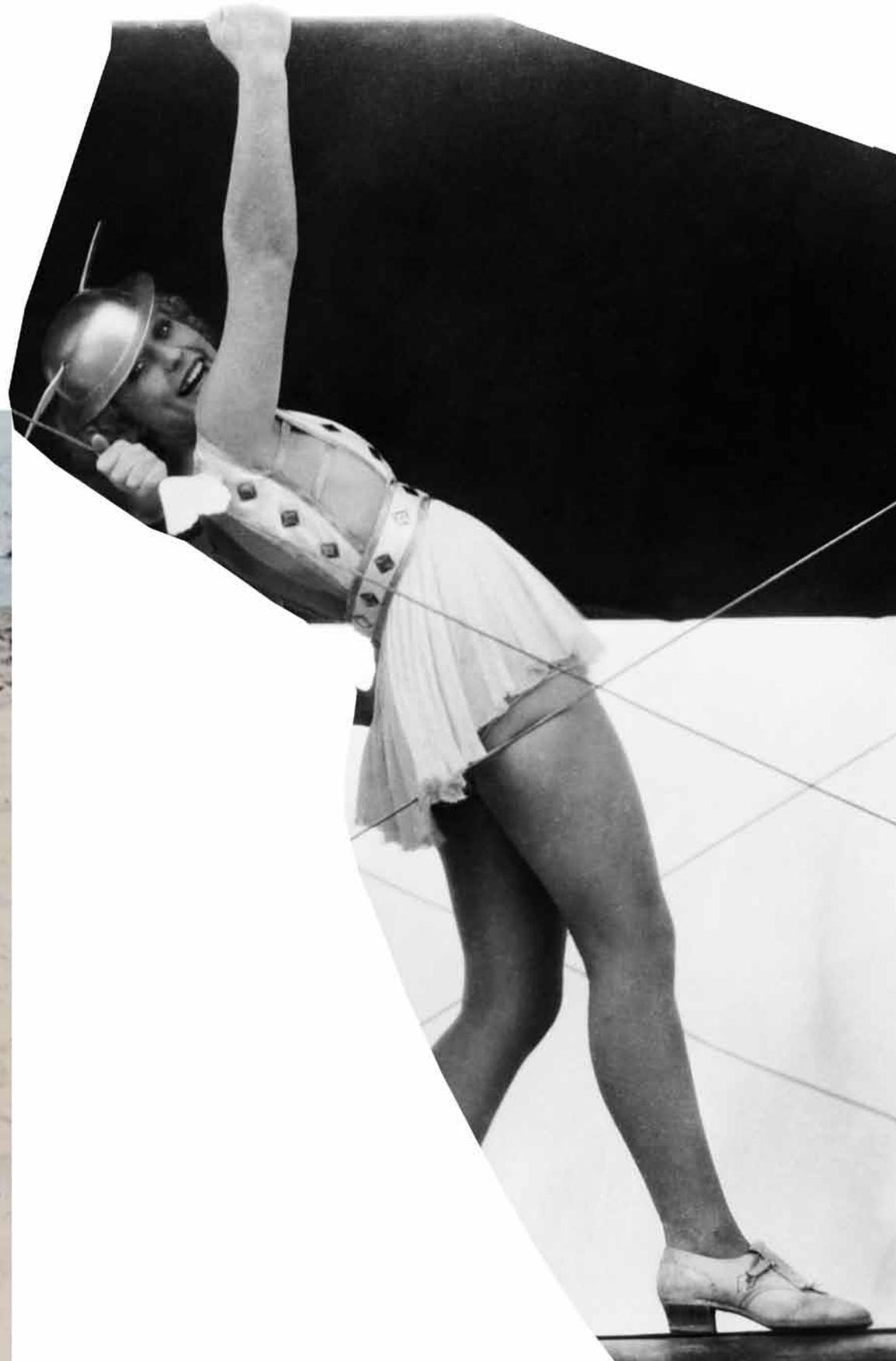










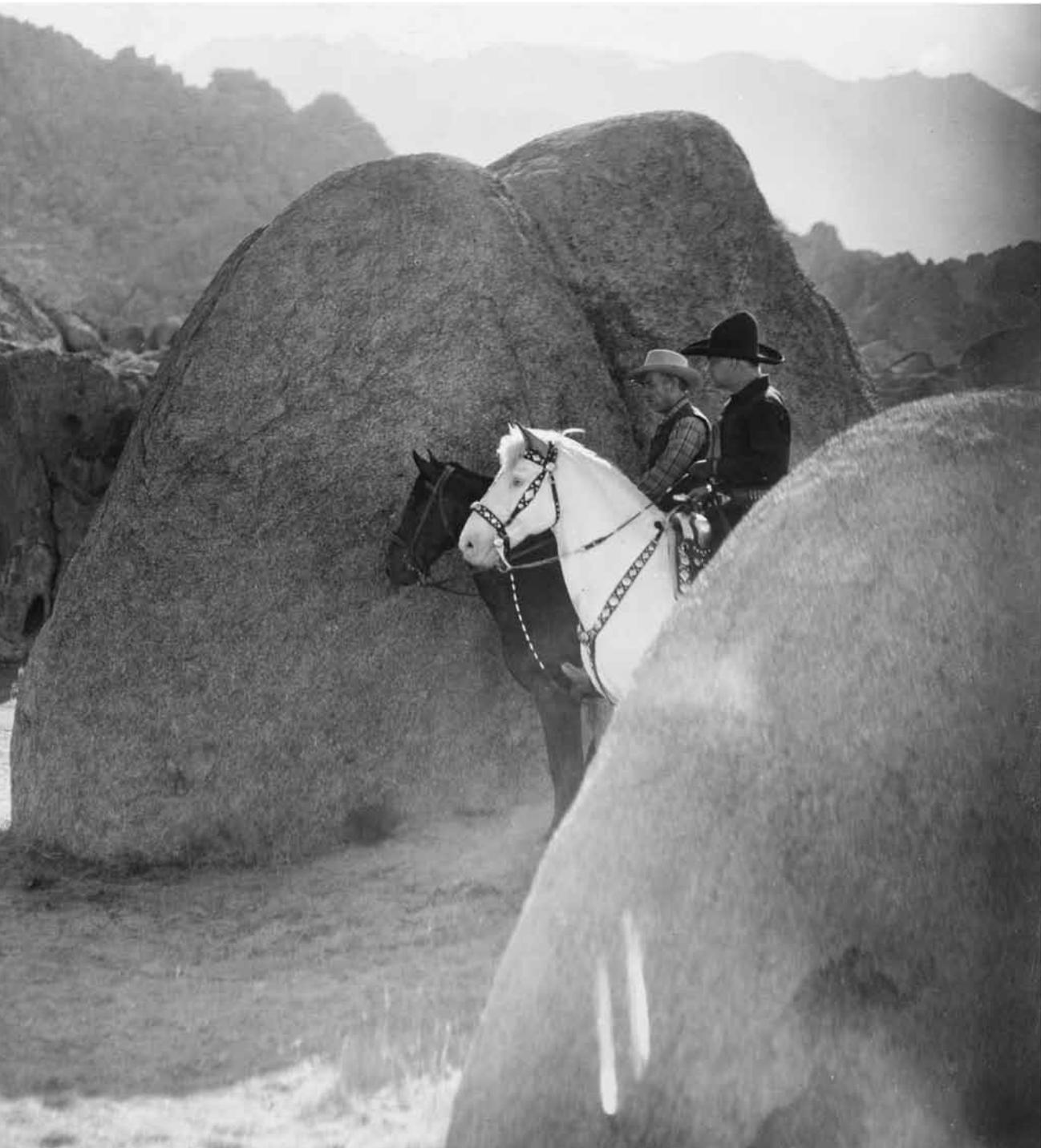




























# Ringier AG

## Rapport annuel 2009

Prologue, Michael Ringier	119
L'année Ringier, Christian Unger	121
Ringier en un coup d'œil	122
Ringier en chiffres	124
Compte de pertes et profits	125
Répartition du chiffre d'affaires	127
L'année en chiffres	128
Portefeuille Ringier	137
Ringier Suisse	158
Ringier Print (Suisse)	160
Ringier Allemagne	165
Ringier Tchéquie	166
Ringier Slovaquie	168
Ringier Hongrie	170
Ringier Roumanie	172
Ringier Serbie	174
Ringier Pacific	176
Participations importantes (Suisse)	180
Participations importantes (Europe/Pacific)	182
Corporate Center	202
Corporate Communications	203
Corporate Social Responsibility	204
Organisation	230
Événements	232
Adresses	234
Épilogue, Frank A. Meyer	236
A propos de l'artiste	239
Colophon	299



John Baldessari, qui a conçu ce rapport annuel, ressemble à un penseur grec. Pourtant, derrière sa barbe et ses cheveux blancs comme neige ne se cache pas seulement un sage, mais également un jusqu'au-boutiste. Souvenons-nous de son fameux *Cremation Project*, qui l'a vu brûler toutes les toiles qu'il avait peintes avant 1966. A-t-il fait volontairement, voilà quarante ans, ce qui arrivera bientôt aux éditeurs, bien malgré eux ?

Question intelligence et pensée visionnaire, nous pouvons tout à fait prendre exemple sur John Baldessari ; question extrémisme, plutôt pas. Bien qu'on nous prédise en permanence notre chute si nous continuons de croire au modèle imprimé, nous nous y tenons, pour notre part, avec une absolue conviction. Après son acte de violence symbolique, John Baldessari a, certes, vraiment réussi à mettre son art sur une nouvelle orbite en recourant à un mélange de trouvailles photographiques, de toiles retouchées et de jeu de langage. Mais il n'a pas abandonné la peinture pour autant : elle est plus présente que jamais dans son œuvre. Dans les rapports issus des différents pays où nous sommes présents, on relève deux constantes qui reviennent avec insistance. L'une fait, espérons-le, partie du passé : c'est le recul des recettes publicitaires dont l'intensité a été de plus en plus dramatique. Il nous faut donc être d'autant plus reconnaissants aux directions et à leurs collaborateurs d'avoir réagi avec une rapidité extraordinaire pour renverser le courant. Sans cette immense loyauté à l'entreprise, sans cette volonté de tourner ce handicap à notre avantage, nous ne serions aujourd'hui pas de nouveau aussi solidement campés sur nos jambes. Les actionnaires éprouvent le plus grand respect pour le travail et les efforts des collaborateurs de cette entreprise.

La deuxième constante indique l'avenir. C'est le changement, la volonté de façonner l'avenir sur de nouvelles bases et de manière novatrice, quelle que soit la technologie qui sans cesse nous contraint à modifier notre travail. Les mauvaises passes ont parfois aussi du bon, car la pression qui s'exerce pour répondre aux nouveaux défis n'a jamais été aussi forte qu'aujourd'hui. L'introduction des nouvelles technologies, la force d'innover pour les utiliser au profit de nos activités, ainsi que l'extension de nos opérations commerciales à de nouvelles activités avancent à grands pas. Si l'on aime le changement et la nouveauté, alors on vit à la bonne époque.

Une autre constante, peut-être la plus importante, est évoquée dans l'épilogue de ce rapport. C'est le journalisme, la tâche essentielle de notre entreprise de médias. Quoi que nous changions, quelle que soit la nouvelle voie que nous emprunterons, quelles que soient nos nouvelles activités, l'enquête, le commentaire, l'analyse, la photographie demeureront au centre de notre travail. C'est là notre spécialité, ce sont là nos atouts, c'est donc là que nous voulons et allons investir. Pas seulement de l'argent, mais surtout un certain esprit. Car une chose est évidente : l'incommensurable pluralité des médias qui nous submergent est aussi porteuse d'une incroyable confusion et d'une absence de vue d'ensemble. C'est là la grande chance et la force de nos marques ancrées dans le journalisme. Les journalistes peuvent prendre pour modèle John Baldessari, et cela sans hésitation. Car l'une de ses œuvres les plus connues s'intitule *I will not make any more boring art* : ce qui est valable pour l'art de Baldessari devrait aussi être un devoir pour nos journalistes.



# L'année Ringier

## Christian Unger, CEO du groupe Ringier

121

2009 : quelle année ! Du point de vue économique, elle entrera certainement dans l'histoire en tant qu'année de crise. Mais sous d'autres aspects, elle s'inscrit peut-être aussi comme le millésime des grands changements, voire comme celui des grandes occasions et réorientations. Ringier, tout comme l'ensemble de l'industrie des médias, a été touché de plein fouet par une situation qui a affecté toute l'économie, et nous avons souffert tant du terrible recul des chiffres d'affaires publicitaires que de la dévaluation des devises est-européennes.

Pour la première fois en 176 ans d'existence de notre entreprise, tous les marchés sur lesquels nous travaillons ont reculé d'un pourcentage à deux chiffres. Sur certains d'entre eux, comme la Roumanie, le volume publicitaire a même reculé de plus de 60 pourcent. Nous avons dû réagir à cette situation en mettant sur pied des programmes radicaux de compression des coûts, réduisant de plus de 10 pourcent l'ensemble de nos frais, à l'échelle de nos différents sites de par le monde. Et, en 2010, nous devons continuer dans cette voie, en menant à bien nos programmes d'amélioration des rendements.

A part ces questions économiques et conjoncturelles, la modification structurelle de l'accès aux informations et au divertissement reste pour nous le défi majeur de l'avenir. Le constat est sans équivoque : les utilisateurs des médias, surtout les jeunes, recourent aujourd'hui de plus en plus aux outils numériques pour s'informer et pour communiquer. Les journaux et les magazines vont bien sûr continuer d'exister, mais notre volonté est de les coordonner de manière toujours plus efficace avec les nouvelles technologies, tant au niveau de leur contenu que techniquement. Dans cette

optique, il est patent que la croissance passera désormais par l'exploitation et l'utilisation des formats numériques.

La stratégie que nous avons élaborée en 2009, et qui sera appliquée ces prochaines années, s'appuie sur les piliers suivants : « activité centrale » (journaux, magazines, portails de contenus et imprimeries), « commerce transactionnel par Internet » (e-commerce, petites annonces, plateformes marchandes) et « activités de divertissement » (TV, radios, events, billetterie). Notre objectif est de faire de Ringier SA une société diversifiée, très développée à l'international et une entreprise de médias capable d'agir sur une échelle globale. Voilà pourquoi nous allons appliquer cette stratégie dans les dix pays où nous sommes actifs, aussi bien sur notre marché intérieur, la Suisse, que sur nos marchés extérieurs, asiatiques et est-européens. Car, si 2010, comme l'a été 2009, sera certainement une année difficile, nous sommes persuadés que les marchés finiront par retrouver leur dynamisme et que les pays est-européens et asiatiques, tout particulièrement, deviendront à long terme des moteurs de croissance pour Ringier.

En Suisse, plusieurs développements nous ont déjà permis d'avancer dans notre nouvelle stratégie : le repositionnement du *Blick* ; l'élargissement de nos activités sur Internet autour des plateformes Scout24 ; le lancement des activités de divertissement ; et la mise en place, à Zurich, de la newsroom intégrée. Nous avons également mené une rude bataille pour le maintien de la radio *Energy Zürich* et sommes aujourd'hui ravis, au terme d'interminables négociations, de pouvoir continuer d'émettre. Sans oublier la joint venture réalisée avec CTS Eventim, grâce à laquelle nous pouvons désormais étendre nos activités de billetterie.

Tout cela nous mène finalement à considérer les turbulences actuelles plus comme une chance que comme une crise. Certes, la situation n'est simple pour personne, pas plus pour nous que pour vous, collaborateurs, clients et partenaires commerciaux, ou pour vous qui vous intéressez aux médias. Elle n'est pas simple, non, mais passionnante, car elle fait de nous tous les témoins et les acteurs d'un renouvellement majeur des médias et de leur utilisation. Et, dans ce nouveau monde des médias, Ringier SA sera encore et toujours un partenaire sur lequel on pourra compter. Je me réjouis de continuer à collaborer avec vous.

## PROFIL

---

Lorsque, en 1833, Johann Rudolf Ringier, fils de pasteur, achète à Zofingue une imprimerie spécialisée dans le livre, il n'imagine sans doute pas que, 177 ans et cinq générations plus tard, sa modeste échoppe deviendra la première entreprise suisse de médias, présente dans de nombreux pays. A l'époque, il imprime des décrets officiels, des règlements, mais aussi *Roggwiler Chronik*. Ces premières activités journalistiques et les ateliers graphiques permettant leur mise en œuvre font rapidement de Johann Rudolf Ringier un éditeur local – puis suisse – de journaux. Aujourd'hui, toujours en mains familiales, le groupe est non seulement spécialiste en produits imprimés, mais également l'éditeur réputé de plateformes multimédias.

Il faut dire que, des origines à nos jours, Ringier a toujours cultivé son acuité: dans toutes ses activités, l'entreprise a su repérer les changements technologiques et sociaux, et les assimiler en visionnaire.

Aujourd'hui, Ringier est une entreprise multinationale de médias ayant des activités en Europe et en Asie. Avec ses quelque 7500 collaborateurs, elle publie des journaux et des magazines, produit et commercialise des émissions TV, détient d'importantes participations dans des stations de télévision et de radio, gère des plateformes web et pour appareils portables, et exploite des imprimeries.

La caractéristique principale du portefeuille du groupe Ringier est d'être largement diversifié. Les succès de la maison Ringier sont dus au savoir-faire et à l'engagement de ses collaborateurs, mais aussi à l'esprit novateur qui,

de tout temps, a marqué l'entreprise. Il va donc de soi que les innovations technologiques, ainsi que les nouvelles façons de procéder, sont le plus naturellement du monde développées et perfectionnées par et chez Ringier.

Le groupe et ses collaborateurs appliquent des principes éthiques et entrepreneuriaux clairement définis. Ringier oriente son action et son travail en suivant sa propre stratégie, sa vision et sa culture interne. Ce «Code of Conduct» s'applique globalement à tous les champs d'activité, dans toutes les régions.

## STRATÉGIE ET TRANSFORMATION

---

La crise économique et le changement structurel qui touchent les médias sont des défis importants pour Ringier. Les jeunes s'informent de plus en plus par le biais des canaux numériques, c'est un fait désormais aussi incontournable que la baisse du volume publicitaire. Et, une fois de plus, Ringier relève le défi.

La nouvelle stratégie du groupe s'articule sur deux axes: d'une part, le renforcement de l'activité principale, constituée par les journaux, les magazines et les imprimeries; d'autre part, l'augmentation des activités d'e-commerce et de petites annonces numériques. Cela avec une intensification de l'interaction entre les plateformes commerciales et les sites d'infos des titres les plus solides. Au final, Ringier a pour volonté d'intensifier sa diversification, ce qui implique des investissements réfléchis, et dans de nouveaux domaines. C'est notamment le cas, en Suisse, dans celui du divertissement. Désormais, la maîtrise des coûts est un garant inéluctable de pérennité, tant pour le groupe que pour ses collaborateurs. C'est ainsi que Ringier veut sortir vainqueur de la crise et continuer, 177 ans après l'acte fondateur de Johann Rudolf Ringier, à connaître le succès.

## NOUVEAUX MÉDIAS

---

La nouvelle stratégie de Ringier prévoit que, d'ici à 2014, 20 pourcent du chiffre d'affaires sera généré par des activités dans le secteur des nouveaux médias. C'est le double de ce qui avait été établi jusqu'à présent.

Cet ambitieux dessein doit être appréhendé avec comme arrière-plan les difficultés que doivent affronter actuellement les maisons d'édition classiques. C'est au centre de compétences New Media qu'il incombe de trouver de nouveaux canaux de revenus, lesquels doivent compléter ceux, classiques, générés par les annonces et les ventes en kiosque, et même les soutenir un jour. L'année écoulée a déjà donné un avant-goût de ce bel avenir : en 2009 Ringier a réussi à augmenter globalement et durablement le nombre d'utilisateurs de ses plateformes numériques, a donné naissance à davantage d'échanges commerciaux et ancré sur Internet ses titres du monde de l'imprimé. Voilà pourquoi il est réjouissant que les actifs numériques de la maison aient gagné en valeur, et que parmi les entreprises de médias, Ringier soit déjà la plus importante sur Internet en Suisse, son marché d'origine.

Si, pour New Media, 2009 a été une année de consolidation au cours de laquelle elle a dû mieux se définir, 2010 sera l'année de l'expansion. L'axe des investissements est fixé. On escompte non seulement une croissance organique au sein des secteurs existants, mais également des acquisitions. Ringier va se concentrer sur le commerce en ligne. Cela touchera tous les pays du portefeuille actuel, et le « portefeuille online » de l'entreprise ne connaîtra dorénavant plus aucune frontière.

L'année dernière, la filiale de Ringier media swiss group, avec ses marques Scout24, s'est implantée dans trois pays : en janvier, la plateforme immobilière croate *Foto-Nekretnine* a été acquise ; en juin, media swiss group a acheté, au Vietnam, le groupe Nhat Viet, qui gère un marché immobilier et développe des logiciels ; en octobre et en décembre, ce fut au tour de la Serbie et de la plateforme immobilière *nekretnine.rs* qui, par-dessus le marché, prépare un supplément hebdomadaire immobilier pour *Blic*, par ailleurs intégré à *blic.rs* ainsi qu'à *trazim.rs*, un moteur de recherche de petites annonces. Les plateformes *scout24* ont été relookées en août. D'ici à la fin 2010, trois autres pays s'y ajouteront. La plateforme d'e-commerce *ideecadeau.ch* se développe bien. Elle a récemment été étendue à l'Allemagne.

	2009	2009	2008	Fluctuation
	Mio. CHF	Mio. €	Mio. CHF	en %
CHIFFRES D'AFFAIRES SUISSE ET ALLEMAGNE	548.9	363.5	606.5	-9.5
CHIFFRES D'AFFAIRES EUROPE	418.8	277.4	526.7	-20.5
CHIFFRES D'AFFAIRES PACIFIC	52.0	34.4	70.1	-25.9
CHIFFRES D'AFFAIRES PRINT (SUISSE)	276.4	183.1	332.2	-16.8
<b>TOTAL</b>	<b>1 296.1</b>	<b>858.4</b>	<b>1 535.5</b>	<b>-15.6</b>
CASH-FLOW	93.8	62.1	146.9	-36.2
en % du chiffre d'affaires	7.2%		9.6%	
RÉSULTAT NET APRÈS IMPÔTS	17.2	11.4	62.2	-72.4
en % du chiffre d'affaires	1.3%		4.0%	
INVESTISSEMENTS	96.8	64.1	321.9	-69.9
PERSONNEL	7 448		8 129	-8.4

	2009	2008	2007
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
BÉNÉFICE NET APRÈS IMPÔTS	17.2	62.2	102.7
AMORTISSEMENTS	76.6	84.7	105.6
CASH-FLOW	93.8	146.9	208.3

# Compte de pertes et profits

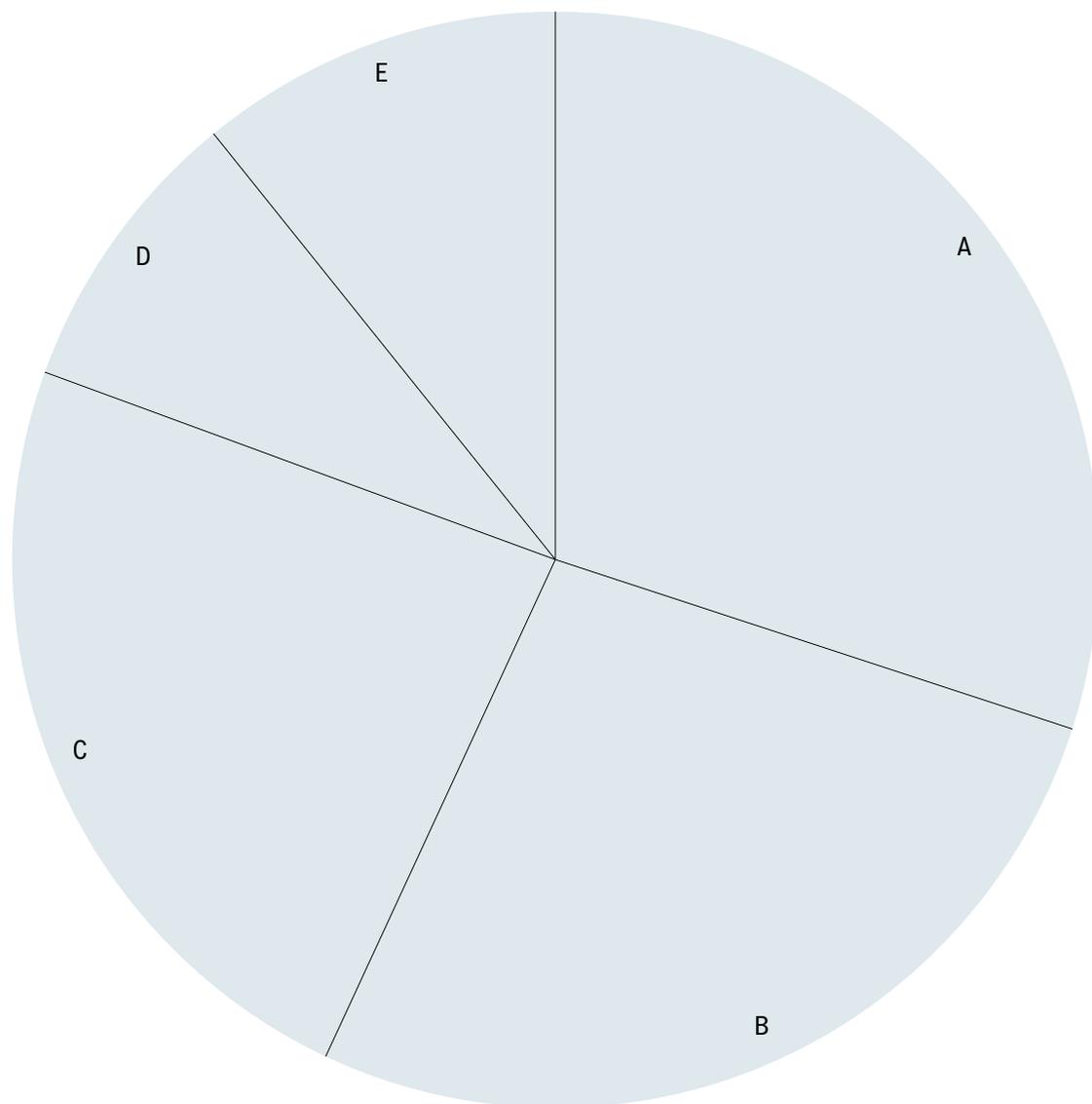
125

	2009	2009	2008	Fluctuation
	Mio. CHF	Mio. €	Mio. CHF	en %
<b>CHIFFRES D'AFFAIRES TOTAL</b>	<b>1 296.1</b>	<b>858.4</b>	<b>1 535.5</b>	<b>-15.6</b>
Recettes des ventes	390.8	258.8	422.2	-7.4
Recettes publicitaires	347.0	229.8	482.5	-28.1
Travaux d'impression	306.1	202.7	372.7	-17.9
Recettes numériques	112.3	74.4	130.5	-14.0
Divers	139.9	92.7	127.7	9.6
<b>CHARGES D'EXPLOITATION</b>	<b>1 202.3</b>	<b>796.3</b>	<b>1 388.5</b>	<b>-13.4</b>
Personnel	458.6	303.8	502.3	-8.7
Salaires	362.6	240.2	391.3	-7.3
Charges sociales	72.1	47.8	78.5	-8.1
Frais annexes	23.9	15.8	32.5	-26.5
Matériel et prestations externes	374.3	247.9	443.7	-15.6
Papier	189.5	125.5	222.8	-14.9
Encres d'imprimerie	18.8	12.6	22.8	-17.2
Matériel divers	42.0	27.7	47.1	-10.8
Prestations externes	118.0	78.1	144.8	-18.5
Dépenses diverses	6.0	4.0	6.3	-4.9
Rédaction, édition, transport, publicité	259.8	172.0	305.4	-14.9
Honoraires de rédaction	43.2	28.6	52.7	-17.9
Frais de transport	97.1	64.3	113.5	-14.5
Publicité	91.5	60.6	107.0	-14.5
Dépenses d'édition diverses	28.0	18.5	32.2	-13.0
Dépenses générales	109.6	72.6	137.2	-20.1
Loyers, énergie, réparations, entretien	63.9	42.3	69.2	-7.6
Administration générale et divers	45.7	30.3	68.1	-32.8
<b>CASH-FLOW</b>	<b>93.8</b>	<b>62.1</b>	<b>146.9</b>	<b>-36.2</b>
<b>AMORTISSEMENTS</b>	<b>76.6</b>	<b>50.7</b>	<b>84.7</b>	<b>-9.6</b>
<b>BÉNÉFICE NET APRÈS IMPÔTS</b>	<b>17.2</b>	<b>11.4</b>	<b>62.2</b>	<b>-72.4</b>



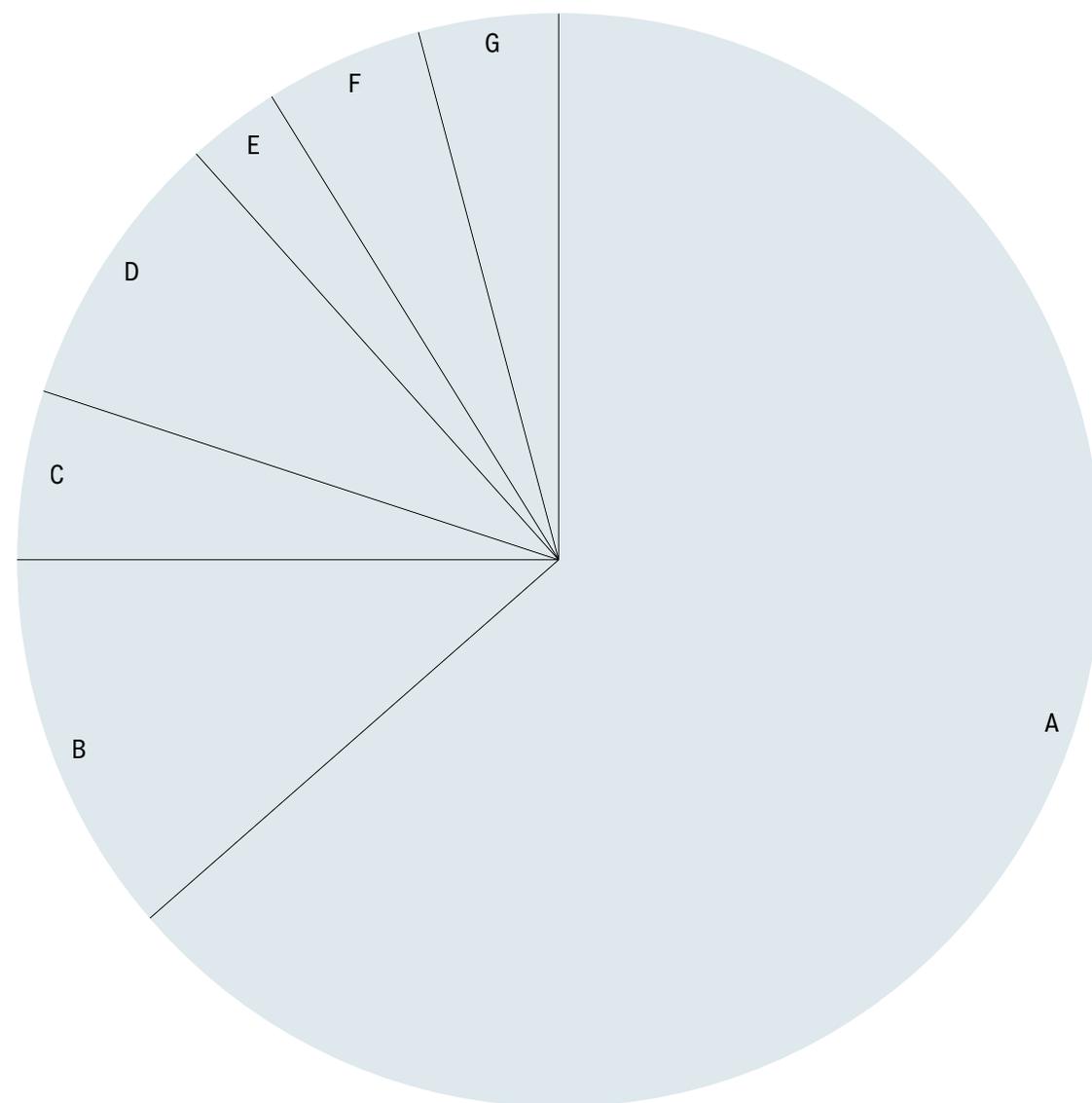
## Répartition du chiffre d'affaires par recettes

A	RECETTES DES VENTES	30.2%
B	RECETTES PUBLICITAIRES	26.8%
C	TRAVAUX D'IMPRESSION	23.6%
D	RECETTES NUMÉRIQUES	8.7%
E	DIVERS	10.7%



## Répartition du chiffre d'affaires par pays

A	SUISSE ET ALLEMAGNE	63.7%
B	TCHÉQUIE	11.4%
C	SLOVAQUIE	5.1%
D	HONGRIE	8.3%
E	ROUMANIE	2.7%
F	SERBIE	4.8%
G	PACIFIC	4.0%



L'année de la crise financière et économique laisse aussi des traces évidentes dans le groupe Ringier, tant au niveau du chiffre d'affaires que du bénéfice. En l'occurrence, le chiffre d'affaires se monte à 1,3 milliard de francs (-15,6 pourcent) et le bénéfice annuel après impôts est de 17,2 millions de francs (-72,4 pourcent). Toutefois, notre repositionnement rapide sur des marchés numériques en pleine croissance et nos programmes d'économie réalisés avec détermination ont permis d'inverser la tendance, dès la fin de l'année 2009 déjà. Ringier sortira ainsi en vainqueur de cette crise, grâce à l'augmentation de ses parts de marché.

Le groupe Ringier a réalisé un chiffre d'affaires global de 1,3 milliard de francs, ce qui représente 239 millions de moins que l'année précédente, soit une baisse de 15,6 pourcent. Le recul de 9,5 pourcent du chiffre d'affaires sur le marché suisse est relativement modeste par rapport à l'effondrement parfois dramatique des marchés d'Europe de l'Est, où les recettes publicitaires ont parfois chuté de moitié, un résultat encore aggravé par des devises faibles.

Chez nous, cette baisse du chiffre d'affaires a eu pour cause première le recul des recettes publicitaires. A l'échelle du groupe, cette perte se monte en moyenne à 28,1 pourcent; en revanche, dans tous les pays où nous travaillons nous avons pu augmenter nos parts de marché. Nous avons également dû enregistrer une baisse de chiffre d'affaires sur le marché lecteurs, mais de seulement 7,4 pourcent, et cela grâce à de nombreux titres qui se sont montrés plus accrocheurs que leurs concurrents.

Nous sommes particulièrement satisfaits du comportement de différents magazines, journaux et plateformes web grâce auxquels nous avons pu obtenir des rendements remarquables. Ce fut le cas, par exemple, de la *Schweizer Illustrierte*, du magazine de bord *Asia Inflight*, de *Blick*, *Nový Čas* ou *Blesk*, de plateformes comme *Betty Bossi* ou de nos sites de petites annonces comme *scout24.ch*. Cette année, nous nous réjouissons tout spécialement de l'augmentation des recettes de la *GlücksPost*, aussi bien sur le marché lecteurs que sur le marché annonceurs. En revanche, nous déplorons le recul massif des rentrées publicitaires sur le marché roumain.

Comme de nombreux acteurs du marché, nous partons de l'idée que, dans le domaine de la presse, le chiffre d'affaires des annonces ne retrouvera pas le niveau de l'année précédente. En revanche, nous pensons que les pays de la CEE récupéreront nettement mieux que ceux de l'Europe de l'Ouest. Voilà pourquoi nous poursuivons le développement de notre secteur numérique. Avec 112,3 millions de francs, les recettes de ce domaine sont inférieures à celles de l'année précédente (130,5 millions de francs), mais leur apport au chiffre d'affaires du groupe a augmenté, pour atteindre 8,7 pourcent, en raison de la baisse générale des recettes. Radio et télévision ont reculé, notamment en raison des remous autour de la concession de radio *Energy Zürich*. Par contre, les sites dits de contenu ont progressé, aussi bien en Suisse qu'en Europe de l'Est. Il convient, à ce sujet, de rappeler que dès 2009, le chiffre d'affaires d'*ideecadeau.ch* a été pris en compte. Par « numérique », Ringier entend l'exploitation de sites comme *scout24.ch*, *gate24.ch* et des plateformes d'e-commerce comme *ideecadeau.ch*, les activités radiophoniques d'*Energy Zürich* et *Radio BE1*, ou télévisuelles de *Sat.1 Suisse* ou *Kanal D* en Roumanie. Nous entamons l'année 2010 avec confiance, et partons de l'idée que nous atteindrons ces prochaines années notre objectif, « 20 pourcent des recettes par les activités numériques », grâce à une croissance organique, bien sûr, mais aussi en procédant à d'autres acquisitions.

Nous avons pu contrebalancer le recul de 239 millions de francs en appliquant de strictes mesures d'économies. Ce qui fait qu'à la fin de l'année, nous avons pu malgré tout réaliser un bénéfice net de 17,2 millions de francs, ce qui représente 45 millions de francs ou 72,4 pourcent de moins qu'en 2008. Il faut toutefois signaler que le développement de nouveaux projets, pour 29,6 millions, a été, comme les années précédentes, complètement imputé au compte de pertes et profits.

Les charges se retrouvent nettement au-dessous du niveau de l'année précédente (186 millions soit 13,4 pourcent de moins), mais ici aussi on a tenu compte des frais unitaires dépendant des volumes. Le cash-flow se monte à 93,8 millions de francs, soit 53 millions ou 36,2 pourcent

de moins que l'année précédente, et cela d'abord en raison du résultat opérationnel qui a été mis sous pression. Un résultat néanmoins amélioré par une diminution des amortissements en Europe de l'Est (l'année précédente, il y avait eu quelques déductions extraordinaires comme la cessation de nos activités en Ukraine). Le rendement du chiffre d'affaires se monte à 1,3 pourcent, celui du cash-flow à 7,2 pourcent.

Les investissements se montent à 96,8 millions de francs. Ils tiennent compte de l'achat de droits sur des titres et de participations. Parmi les investissements les plus importants de 2009, il faut citer la construction de la newsroom posant les bases du journalisme de demain. Elle alimentera en contenus tous les médias, tous les canaux et toutes les plateformes en tenant compte des caractéristiques spécifiques de chaque canal. Ces investissements comprennent également la reprise des parts de Bauer Verlag, partenaire de nos magazines en Hongrie, dans le but de renforcer notre position sur le marché en adaptant notre portefeuille; ils comprennent également l'achat du magazine politique de Serbie *NIN*. De surcroît, nous investissons aussi dans le domaine de l'impression, en Suisse ou en Europe de l'Est, afin d'améliorer la production grâce à des machines plus efficaces.

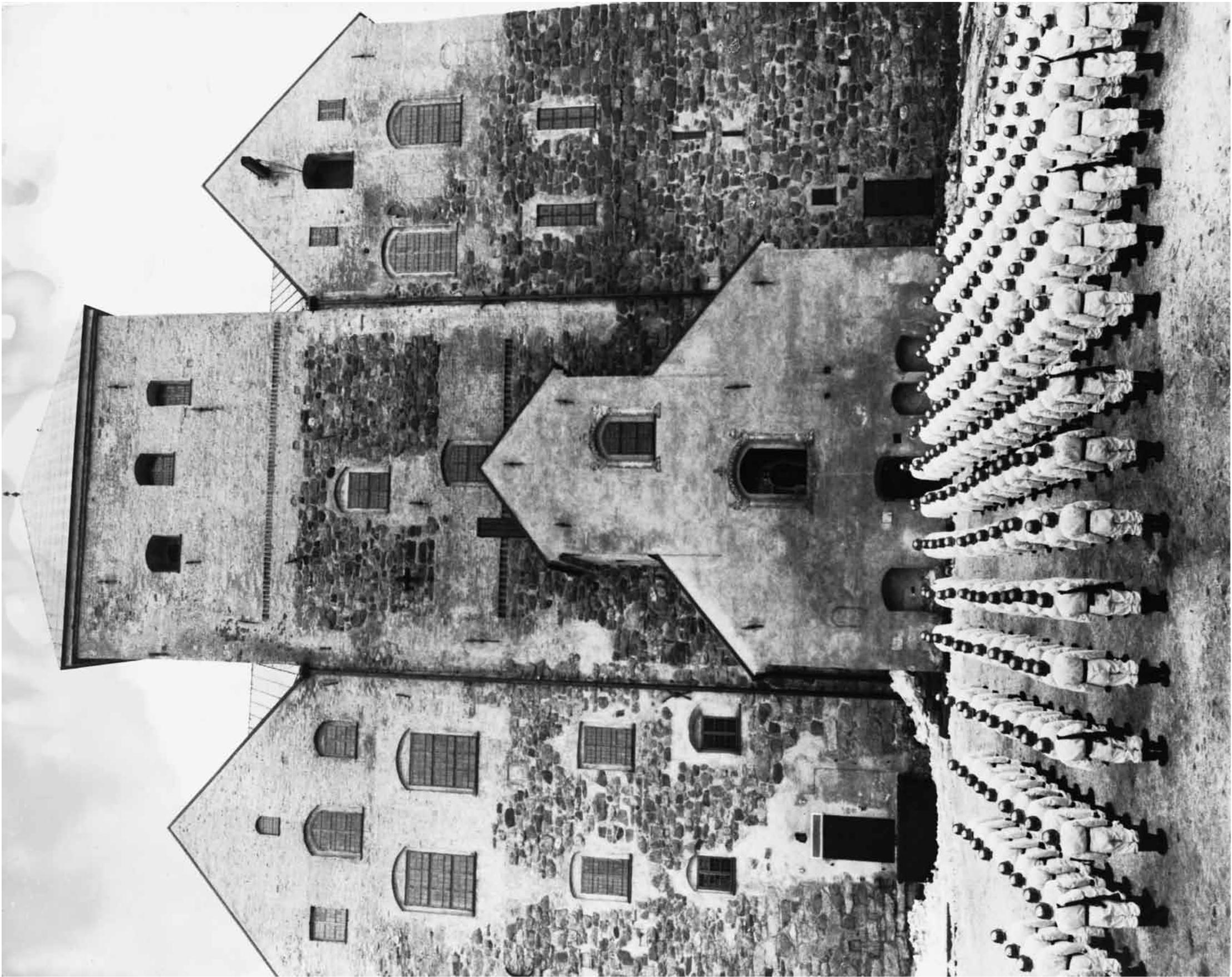
Les comptes sont présentés, comme les années précédentes, selon les principes de Swiss GAAP FER. Toutes les sociétés suisses et étrangères dans lesquelles Ringier détient une participation directe ou indirecte de plus de 50 pourcent sont saisies selon la méthode de la consolidation intégrale. Nos participations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



E. VALLEY YAF  
BANTAMS  
1971















# Portefeuille Ringier

Ringier informe et divertit chaque jour des millions de personnes à travers ses médias. Solidement positionnée sur le marché des journaux et des magazines, et bien placée sur le marché de l'impression, l'entreprise se développe fortement sur les nouveaux marchés numériques et consolide sa position dans le domaine du divertissement.

CHINE		TIRAGE 2009
Betty's Kitchen	Magazine de cuisine	395 000
CAAC	Magazine de bord	320 000
City Weekend	Magazine de loisirs	107 200
Shanghai Family	Magazine pour les étrangers à Shanghai	32 000
Magazines professionnels, 34 titres	Magazines professionnels	34 à 8 000

ALLEMAGNE		TIRAGE 2009
Cicero	Magazine de politique et de culture	82 093
Monopol	Magazine d'art	35 000

ROUMANIE		TIRAGE 2009
Bolero	Magazine féminin	30 490
Bravo	Magazine pour les jeunes	29 395
Bravo Girl	Magazine pour les jeunes	33 456
Capital*	Magazine économique	19 714
DIVA*	Magazine people luxe	15 709
Evenimentul Zilei*	Quotidien de qualité	34 282
Evenimentul Zilei TV Guide*	Supplément TV	56 865
Evenimentul Zilei de duminica*	Journal dominical	19 278
Libertatea	Quotidien de boulevard	185 529
Libertatea de duminica	Journal dominical	110 067
Libertatea pentru femei	Magazine féminin	100 853
Libertatea weekend	Supplément TV	282 273
Lumea Femeilor	Magazine féminin	31 060
Unica	Magazine féminin	28 021

\* Titres supprimés ou vendus en février 2010

# Médias imprimés

Situation au 31 décembre 2009

SUISSE		<sup>1</sup> TIRAGE 2009
Betty Bossi	Magazine de cuisine	<sup>2</sup> 825 000
Blick	Quotidien de boulevard	214 555
Blick am Abend	Journal gratuit du soir	<sup>2</sup> 339 000
Bolero	Magazine féminin haut de gamme	20 119
edelweiss	Magazine féminin haut de gamme	24 185
GlücksPost	Magazine féminin	146 325
GOAL	Magazine de sport	204 856
il caffè	Journal dominical gratuit	59 733
Le Temps	Quotidien de qualité	45 506
L'Hebdo	Newsmagazine	46 010
L'illustré	Magazine grand public	90 635
Montres Passion / Uhrenwelt	Magazine horloger	90 000/100 000
Schweizer Illustrierte	Magazine people	204 856
SI GRUEN	Magazine d'art de vivre vert	204 856
SI Style	Magazine de mode	109 983
SonntagsBlick	Journal dominical	247 449
SPORTmagazin	Magazine de sport	<sup>2</sup> 180 000
TV8	Magazine TV	84 087
TVtäglich	Supplément TV	1 233 000

1 Contrôlé REMP/SW 2 Non contrôlé

SERBIE		TIRAGE 2009
24sata	Journal gratuit	155 000
ALO!	Quotidien de boulevard	78 952
BLIC	Quotidien de boulevard	152 199
BLIC Ljubavni Roman	Romans d'amour	15 297
BLIC TV Magazin	Supplément TV	184 857
BLIC Zena	Magazine féminin	201 463
BLIC Zena Kuhinja	Magazine de cuisine	44 956
NIN <sup>1</sup>	Magazine d'information	16 412
Puls	Magazine people	68 406

1 Prise de participation majoritaire en mars 2009

SLOVAQUIE		TIRAGE 2009
Eva	Magazine féminin	66 998
In	Magazine pour les jeunes	21 863
Nový Čas	Quotidien de boulevard	150 263
Nový Čas Bývanie	Magazine d'habitat	54 388
Nový Čas Križovky	Cahier de mots croisés	99 262
Nový Čas Nedela	Journal dominical	55 418
Nový Čas pre Ženy	Magazine féminin	195 870
Nový Čas Vikend	Supplément TV	219 523

# Portefeuille Ringier

# Sites Internet

Situation au 1er avril 2010

Rebecca	Magazine féminin	27 016
Život	Magazine people	113 367

## TCHÉQUIE TIRAGE 2009

Aha!	Quotidien de boulevard	107 807
Aha! TV	Supplément TV	130 218
ABC	Magazine pour les jeunes	49 568
Blesk	Quotidien de boulevard	412 238
Blesk Hobby	Magazine de bricolage	58 110
Blesk Krizovky	Cahier de mots croisés	51 147
Blesk Magazin	Supplément TV	541 328
Blesk pro Zeny	Magazine féminin	196 277
Blesk Zdravi	Supplément TV	32 646
Nedelni Aha!	Journal dominical	104 048
Nedelni Blesk	Journal dominical	243 824
Nedelni Sport	Journal de sport dominical	38 529
Reflex	Magazine de société	61 765
Sport	Journal de sport dominical	60 175
Sport Magazin	Hebdomadaire de sport	65 720

## HONGRIE TIRAGE 2009

Blikk	Quotidien de boulevard	206 245
Blikk Nök	Magazine féminin	130 020
Blikk Nök Konyha	Supplément de cuisine	44 460
Blikk TV Magazine	Supplément TV	216 246
Bravo	Magazine de jeunes	27 602
Bravo Girl	Magazine de jeunes	28 194
hot!	Magazine people	85 343
Im	Magazine de jeunes	35 245
Nemzeti Sport	Journal sportif	71 215
Népszabadság	Quotidien de qualité	90 978
Népszabadság TV Magazine	Supplément TV	96 999
Vasarnapi Blikk	Journal dominical	164 843

## VIETNAM TIRAGE 2009

Bep Gia Dinh	Magazine de cuisine	45 000
Thoi Trang Tre	Magazine de mode	80 000

CHINE	<a href="http://www.beitaichufang.com">www.beitaichufang.com</a>
	<a href="http://www.cityweekend.com.cn">www.cityweekend.com.cn</a>
	<a href="http://www.foodpacific.com">www.foodpacific.com</a>
	<a href="http://www.icmedicalproducts.com">www.icmedicalproducts.com</a>
	<a href="http://www.industrysourcing.com">www.industrysourcing.com</a>
	<a href="http://www.restaurateur.cn">www.restaurateur.cn</a>
	<a href="http://www.ringier.cn">www.ringier.cn</a>
	<a href="http://www.ringierpacific.com">www.ringierpacific.com</a>
	<a href="http://www.sensorschina.net">www.sensorschina.net</a>
ALLEMAGNE	<a href="http://www.cicero.de">www.cicero.de</a>
	<a href="http://www.monopol-magazin.com">www.monopol-magazin.com</a>
	<a href="http://www.ringier.de">www.ringier.de</a>
INDONÉSIE	<a href="http://www.kontan-online.com">www.kontan-online.com</a>
CROATIE	<a href="http://www.foto-nekretnine.hr">www.foto-nekretnine.hr</a>
ROUMANIE	<a href="http://www.bolero.ro">www.bolero.ro</a>
	<a href="http://www.bravonet.ro">www.bravonet.ro</a>
	<a href="http://www.libertatea.ro">www.libertatea.ro</a>
	<a href="http://www.libertateaerotica.ro">www.libertateaerotica.ro</a>
	<a href="http://www.lumeafemeilor.ro">www.lumeafemeilor.ro</a>
	<a href="http://www.ringier.ro">www.ringier.ro</a>
	<a href="http://www.unica.ro">www.unica.ro</a>
SUISSE	<a href="http://www.billetnet.ch">www.billetnet.ch</a>
	<a href="http://www.blick.ch">www.blick.ch</a>
	<a href="http://www.boleroweb.ch">www.boleroweb.ch</a>
	<a href="http://www.bonresto.ch">www.bonresto.ch</a>
	<a href="http://www.cash.ch">www.cash.ch</a>
	<a href="http://www.cineromandie.ch">www.cineromandie.ch</a>
	<a href="http://www.citypass.ch">www.citypass.ch</a>
	<a href="http://www.edelweissmag.ch">www.edelweissmag.ch</a>
	<a href="http://www.geschenkidee.ch">www.geschenkidee.ch</a>
	<a href="http://www.gesundheit-sprechstunde.ch">www.gesundheit-sprechstunde.ch</a>
	<a href="http://www.glückspost.ch">www.glückspost.ch</a>
	<a href="http://www.hebdo.ch">www.hebdo.ch</a>
	<a href="http://www.illustre.ch">www.illustre.ch</a>
	<a href="http://www.jobgate24.ch">www.jobgate24.ch</a>
	<a href="http://www.jobscout24.ch">www.jobscout24.ch</a>
	<a href="http://www.market.scout24.ch">www.market.scout24.ch</a>
	<a href="http://www.montrespasion.ch">www.montrespasion.ch</a>
	<a href="http://www.motorshow.ch">www.motorshow.ch</a>
	<a href="http://www.quicklinks.ch">www.quicklinks.ch</a>
	<a href="http://www.ringier.tv">www.ringier.tv</a>
	<a href="http://www.ringier-specter.ch">www.ringier-specter.ch</a>
	<a href="http://www.schweizer-illustrierte.ch">www.schweizer-illustrierte.ch</a>

	<a href="http://www.shopgate24.ch">www.shopgate24.ch</a>		<a href="http://www.e24.24sata.rs">www.e24.24sata.rs</a>
	<a href="http://www.sicher-ist-sicher.ch">www.sicher-ist-sicher.ch</a>		<a href="http://www.nin.co.rs">www.nin.co.rs</a>
	<a href="http://www.sistyle.ch">www.sistyle.ch</a>		<a href="http://www.zena.blic.rs">www.zena.blic.rs</a>
	<a href="http://www.sistyle-blog.ch">www.sistyle-blog.ch</a>	SLOVAQUIE	<a href="http://www.adam.sk">www.adam.sk</a>
	<a href="http://www.tempslibre.ch">www.tempslibre.ch</a>		<a href="http://www.cas.sk">www.cas.sk</a>
	<a href="http://www.trouvez.ch">www.trouvez.ch</a>		<a href="http://www.ktoskym.info">www.ktoskym.info</a>
	<a href="http://www.tv8.ch">www.tv8.ch</a>		<a href="http://www.lesk.sk">www.lesk.sk</a>
	<a href="http://www.webdo.ch">www.webdo.ch</a>		<a href="http://www.ringier.sk">www.ringier.sk</a>
	<a href="http://www.webdocine.ch">www.webdocine.ch</a>		<a href="http://www.zivot.sk">www.zivot.sk</a>
CORPORATE SITES RINGIER	<a href="http://www.go4media.ch">www.go4media.ch</a>	TCHÉQUIE	<a href="http://www.ahaonline.cz">www.ahaonline.cz</a>
	<a href="http://www.online-kiosk.ch">www.online-kiosk.ch</a>		<a href="http://www.blesk.cz">www.blesk.cz</a>
	<a href="http://www.ringier.ch">www.ringier.ch</a>		<a href="http://www.deniksport.cz">www.deniksport.cz</a>
	<a href="http://www.ringier.com">www.ringier.com</a>		<a href="http://www.iabc.cz">www.iabc.cz</a>
	<a href="http://www.ringier.tv">www.ringier.tv</a>		<a href="http://www.reflex.cz">www.reflex.cz</a>
	<a href="http://www.ringier-online.ch">www.ringier-online.ch</a>		<a href="http://www.ringier.cz">www.ringier.cz</a>
	<a href="http://www.ringierprint.ch">www.ringierprint.ch</a>	HONGRIE	<a href="http://www.aprohirdetes-ingyen.hu">www.aprohirdetes-ingyen.hu</a>
PARTICIPATIONS RINGIER	<a href="http://www.baugate24.ch">www.baugate24.ch</a>		<a href="http://www.belepo.hu">www.belepo.hu</a>
	<a href="http://www.bettybossi.ch">www.bettybossi.ch</a>		<a href="http://www.blikk.hu">www.blikk.hu</a>
	<a href="http://www.bola.ch">www.bola.ch</a>		<a href="http://www.blogzona.hu">www.blogzona.hu</a>
	<a href="http://www.energyzueri.ch">www.energyzueri.ch</a>		<a href="http://www.cityweekend.hu">www.cityweekend.hu</a>
	<a href="http://www.gate24.ch">www.gate24.ch</a>		<a href="http://www.lapcentrum.hu">www.lapcentrum.hu</a>
	<a href="http://www.goodnews.ch">www.goodnews.ch</a>		<a href="http://www.nemzetisport.hu">www.nemzetisport.hu</a>
	<a href="http://www.grundyag.ch">www.grundyag.ch</a>		<a href="http://www.neon.hu">www.neon.hu</a>
	<a href="http://www.ilcaffe.ch">www.ilcaffe.ch</a>		<a href="http://www.nepszabadsag.hu">www.nepszabadsag.hu</a>
	<a href="http://www.jrp-ringier.com">www.jrp-ringier.com</a>		<a href="http://www.pink.hu">www.pink.hu</a>
	<a href="http://www.letemps.ch">www.letemps.ch</a>		<a href="http://www.pixter.hu">www.pixter.hu</a>
	<a href="http://www.mapgate24.ch">www.mapgate24.ch</a>		<a href="http://www.pokermania.hu">www.pokermania.hu</a>
	<a href="http://www.myhotcar.ch">www.myhotcar.ch</a>		<a href="http://www.ringier.hu">www.ringier.hu</a>
	<a href="http://www.radiobe1.ch">www.radiobe1.ch</a>		<a href="http://www.tvmusor.hu">www.tvmusor.hu</a>
	<a href="http://www.sat1.ch">www.sat1.ch</a>	VIETNAM	<a href="http://www.bepgiadinh.com.vn">www.bepgiadinh.com.vn</a>
	<a href="http://www.scout24.ch">www.scout24.ch</a>		<a href="http://www.ringier.com.vn">www.ringier.com.vn</a>
	<a href="http://www.smd.ch">www.smd.ch</a>		<a href="http://www.tapchithoitrangtre.com.vn">www.tapchithoitrangtre.com.vn</a>
	<a href="http://www.smex.ch">www.smex.ch</a>		
	<a href="http://www.swissgeo.ch">www.swissgeo.ch</a>		
	<a href="http://www.teleclub.ch">www.teleclub.ch</a>		
	<a href="http://www.topjobs.ch">www.topjobs.ch</a>		
	<a href="http://www.tvtaeglich.ch">www.tvtaeglich.ch</a>		
	<a href="http://www.vitagate.ch">www.vitagate.ch</a>		
SERBIE	<a href="http://www.24sata.rs">www.24sata.rs</a>		
	<a href="http://www.alo.rs">www.alo.rs</a>		
	<a href="http://www.blic.rs">www.blic.rs</a>		
	<a href="http://www.blicpuls.com">www.blicpuls.com</a>		
	<a href="http://www.blicsport.rs">www.blicsport.rs</a>		

# Portefeuille Ringier

# Entertainment

## SUISSE

RADIO Radio Energy Zürich, Radio BE1

TÉLÉVISION EMISSIONS RINGIER TV  
al dente/Betty Bossi – émission de cuisine, bimensuelle  
cash TV – magazine économique, hebdomadaire (PresseTV)  
Gesundheit Sprechstunde – émission médicale et de santé, hebdomadaire (PresseTV)  
Motorshow tcs – émission automobile, hebdomadaire (PresseTV)  
SonntagsBlick Standpunkte – émission de débat, dix fois par an (PresseTV)  
Sicher ist sicher – émission sur la sécurité, six émissions par année

EMISSIONS TV POUR SF 1  
5 gegen 5 – jeu de connaissances, tous les jours du lundi au vendredi

TELECLUB (PAY-TV)

EVENTS Good News, EVENTIM CH, The Classical Company, Rose d'Or Festival

## ROUMANIE

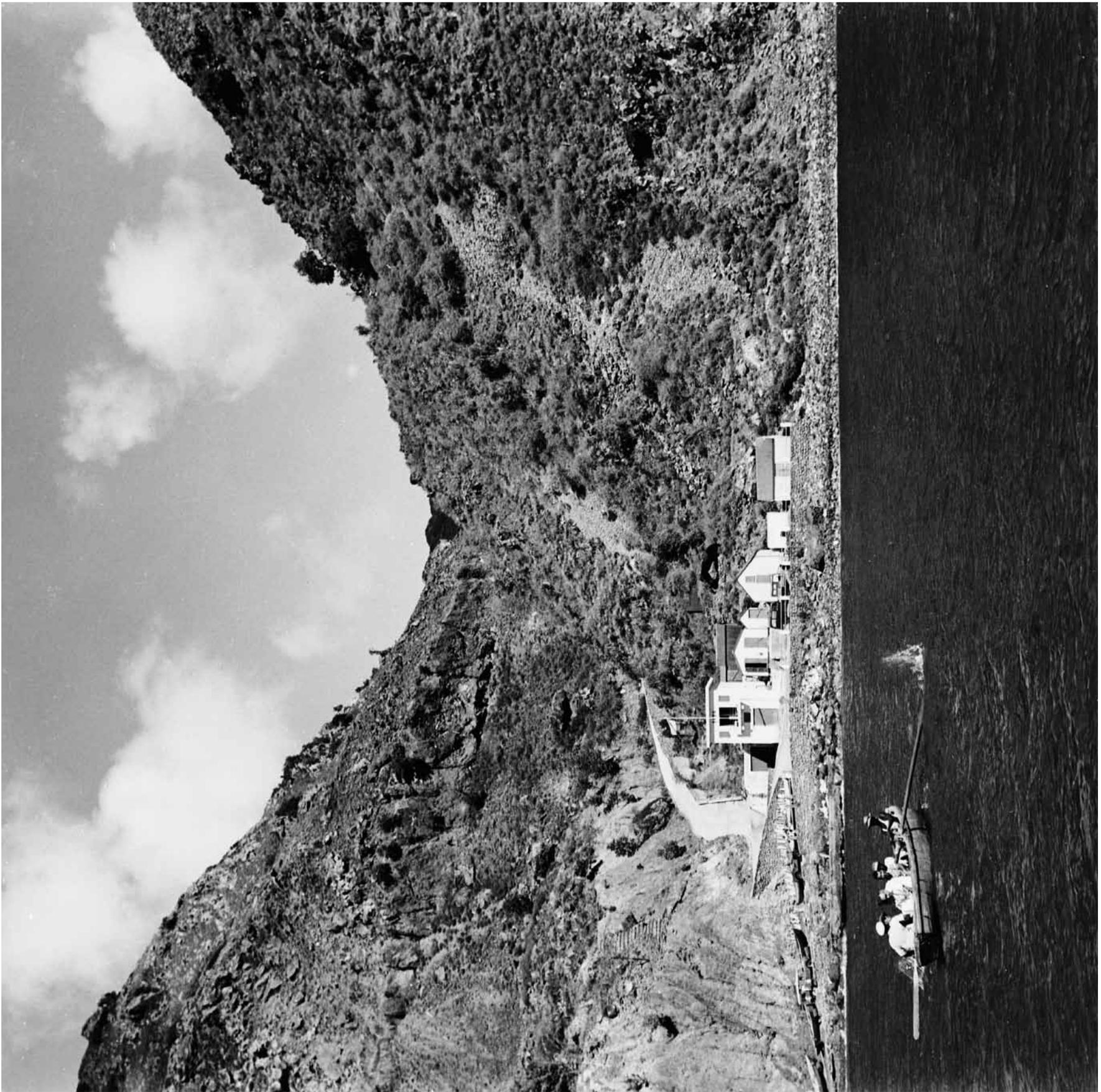
TÉLÉVISION Kanal D (participation)

































49

2:29

35

2:15

WHITE ROSE  
5:49

39

FANCY YAMS

5

3:39

WHITE ONIONS  
19

2:29

2:20

SPANISH ONIONS  
2:29

2

WUSSET  
4:5

Ringier Suisse  
Ringier Print (Suisse)  
Ringier Allemagne  
Ringier Tchéquie  
Ringier Slovaquie  
Ringier Hongrie  
Ringier Roumanie  
Ringier Serbie  
Ringier Pacific

# Ringier Suisse

Au cœur de l'une des périodes les plus difficiles qu'ait vécues l'industrie des médias, Ringier Suisse se transforme de société d'édition en entreprise multimédia. L'année dernière, le marché des annonces a reculé de presque 20 pourcent et Ringier Suisse affronte cette mutation structurelle et les nouvelles habitudes de consommation, avec une nouvelle stratégie décidée l'automne dernier. Le but de cette stratégie est que l'activité de base traditionnelle que sont les journaux, les magazines et leur prolongement « on line » se renforce, de même que le e-commerce. Mis à part ça, Ringier mise dorénavant également sur le divertissement.

Dans son activité de base, la version imprimée de *cash* et le magazine *Gesundheit Sprechstunde* ont cessé de paraître l'an dernier. Mais, simultanément, Ringier a réalisé dans le même domaine son plus important investissement de l'année écoulée en créant une newsroom intégrée pour le groupe *Blick*. C'est là que seront à l'avenir réunies les rédactions de *Blick*, *SonntagsBlick*, *Blick am Abend* et *blick.ch*, aujourd'hui géographiquement et organisationnellement séparées. L'objectif est de mettre à la disposition de l'utilisateur de médias, en permanence et sur le canal le plus approprié, des informations et du divertissement issus de ladite newsroom. Avec la newsroom intégrée, le groupe *Blick* dispose désormais de la plus grande et de la plus moderne rédaction du pays. Cette nouvelle construction qui, au siège principal de Ringier à Zurich, relie tel un pont deux pans de bâtiment, est le berceau visible qui atteste la nouvelle organisation et le nouveau mode de pensée de Ringier dans un monde en pleine mutation. Cette démonstration était urgente après les événements de 2009. Elle est le signe concret que l'on sort d'une situation conjoncturelle négative.

L'an dernier, en dépit de la crise économique, Ringier a pu fêter de nombreux événements positifs. Parmi eux, la relance réussie du *Blick* qui, en octobre, a fêté ses cinquante ans d'existence. Le journal le plus acheté de Suisse a revu son contenu de fond en comble et, avec un format plus généreux et une interprétation moderne du journalisme de boulevard, est revenu avec succès à ce qui a fait la force de cette marque par ailleurs solide.

C'est un succès identique qu'a connu le gratuit *Blick am Abend*. Après Berne, Bâle et Zurich, ce quotidien est également distribué, depuis le mois d'août, en Suisse centrale et orientale, augmentant ainsi nettement son lectorat. Grande satisfaction, également, avec *blick.ch* qui est devenu le site d'infos le plus visité de Suisse. Rien qu'en décembre 2009, il a reçu plus de 17,5 millions de visiteurs. Cela correspond à une augmentation de 37 pourcent par rapport à l'année précédente.

Le secteur des magazines n'a pas été épargné par le recul de la publicité, mais moins fortement que les journaux. La *Schweizer Illustrierte* reste, et de loin, le magazine people le plus lu de Suisse. De son côté, contrairement à la tendance qui règne dans cette branche, la *GlücksPost* a réussi à gagner 7 pourcent de lecteurs supplémentaires par rapport à 2008.

Dans l'ensemble, les titres de Ringier Romandie ont relativement bien résisté à la crise. *L'Hebdo*, *TV8* et *edelweiss* affichent même un résultat supérieur à celui de 2008, alors que *L'illustré* subit un léger recul. L'externalisation du call center et le transfert du service abonnements à Zofingue ont, notamment, permis de réduire les charges

POPULATION	7.6 MILLIONS
PÉNÉTRATION INTERNET	75.5%
PÉNÉTRATION LARGE BANDE	31.1%
5 TITRES IMPRIMÉS – TIRAGE VENDU EN 2009	
SONNTAGSBlick	247 449
BLICK AM ABEND	339 000
BLICK	214 555
SCHWEIZER ILLUSTRIERTE	204 856
GLÜCKSPoST	146 325
3 TITRES EN LIGNE AVEC CLIENTS UNIQUES PAR MOIS	
BLICK.CH	1 812 941
CASH.CH	314 750
SCHWEIZER-ILLUSTRIERTE.CH	98 833
COLLABORATEURS	3 082

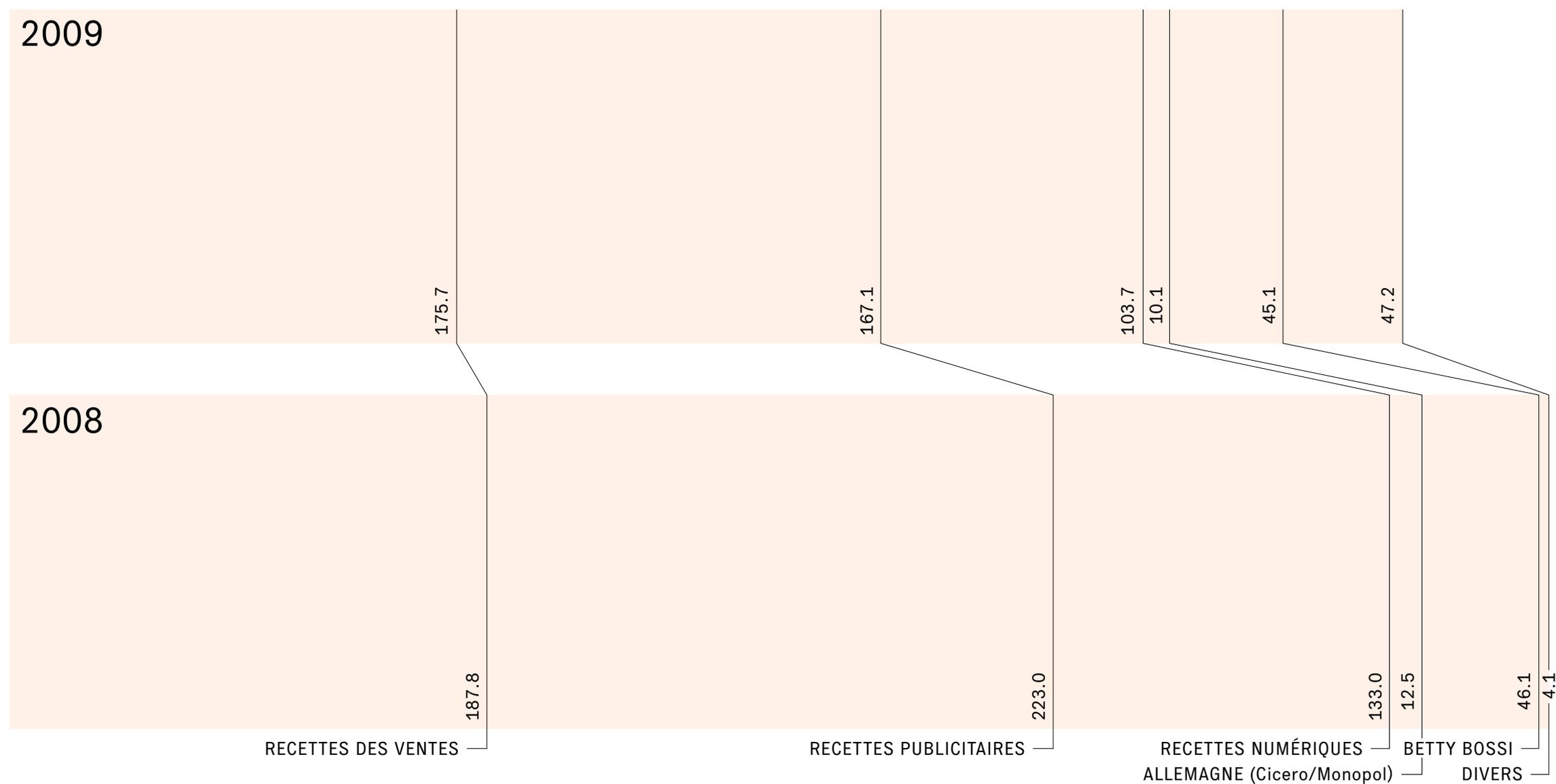
d'infrastructure. A relever que dans un marché en chute libre, *L'Hebdo* est parvenu à augmenter ses ventes au kiosque de +12 pourcent en mettant en œuvre un concept très créatif de régionalisation des couvertures. *TV8* a également vu ses ventes au numéro progresser de +15 pourcent. *L'illustré* n'est pas en reste avec +8 pourcent de ventes au kiosque.

En juillet, Ringier a ouvert un nouveau département, «Entertainment, Médias électroniques & Events» dans lequel sont regroupées les activités déjà existantes d'organisation de concerts, de télévision et de radio. La radio *Energy Zürich* en fait également partie, au terme d'une longue incertitude juridique. En achetant et en reprenant la concession FM de Music First Network, *Energy Zürich* peut continuer d'émettre. Grâce à son secteur divertissement, Ringier compte jouer un rôle prépondérant dans ce domaine en Suisse, et développe en permanence son offre. C'est ainsi que l'année dernière, Ringier a repris les droits de la Rose d'Or, l'un des festivals mondiaux les plus importants de l'industrie TV qui, par ailleurs, fêtera son cinquantième anniversaire cette année. De surcroît, Ringier a fondé, avec Deutsche Entertainment AG (DEAG), une société d'organisation de concerts, The Classical Company, et, avec le plus important vendeur de billets d'Europe, CTS Eventim, une coentreprise de billetterie, EVENTIM CH.

Les activités des nouveaux médias, y compris la marche des affaires de media swiss ag, sont commentées en un chapitre à part, page 123.

CHIFFRES D'AFFAIRES SUISSE ET ALLEMAGNE	2009	2008	Fluctuation
	Mio. CHF	Mio. CHF	en %
RECETTES DES VENTES	175.7	187.8	-6.5
RECETTES PUBLICITAIRES	167.1	223.0	-25.1
RECETTES NUMÉRIQUES	103.7	133.0	-22.1
ALLEMAGNE (Cicero/Monopol)	10.1	12.5	-18.8
BETTY BOSSI	45.1	46.1	-2.0
DIVERS	47.2	4.1	1 049.0
<b>TOTAL</b>	<b>548.9</b>	<b>606.5</b>	<b>-9.5%</b>

\* Reclassement des recettes en regard de l'année précédente



CHIFFRES D'AFFAIRES	2009	2008	2007
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
<b>SWISSPRINTERS</b>			
Ringier Print Zofingen	176.8	197.9	197.1
Zollikofer	55.8	70.2	65.9
Imprimeries Réunies Lausanne	41.3	58.6	58.8
NZZ Fretz	21.2	27.6	32.4
<b>RINGIER PRINT ADLIGENSWIL</b>	<b>75.4</b>	<b>87.7</b>	<b>86.2</b>
<b>TOTAL</b>	<b>370.5</b>	<b>442.0</b>	<b>440.4</b>

## SWISSPRINTERS

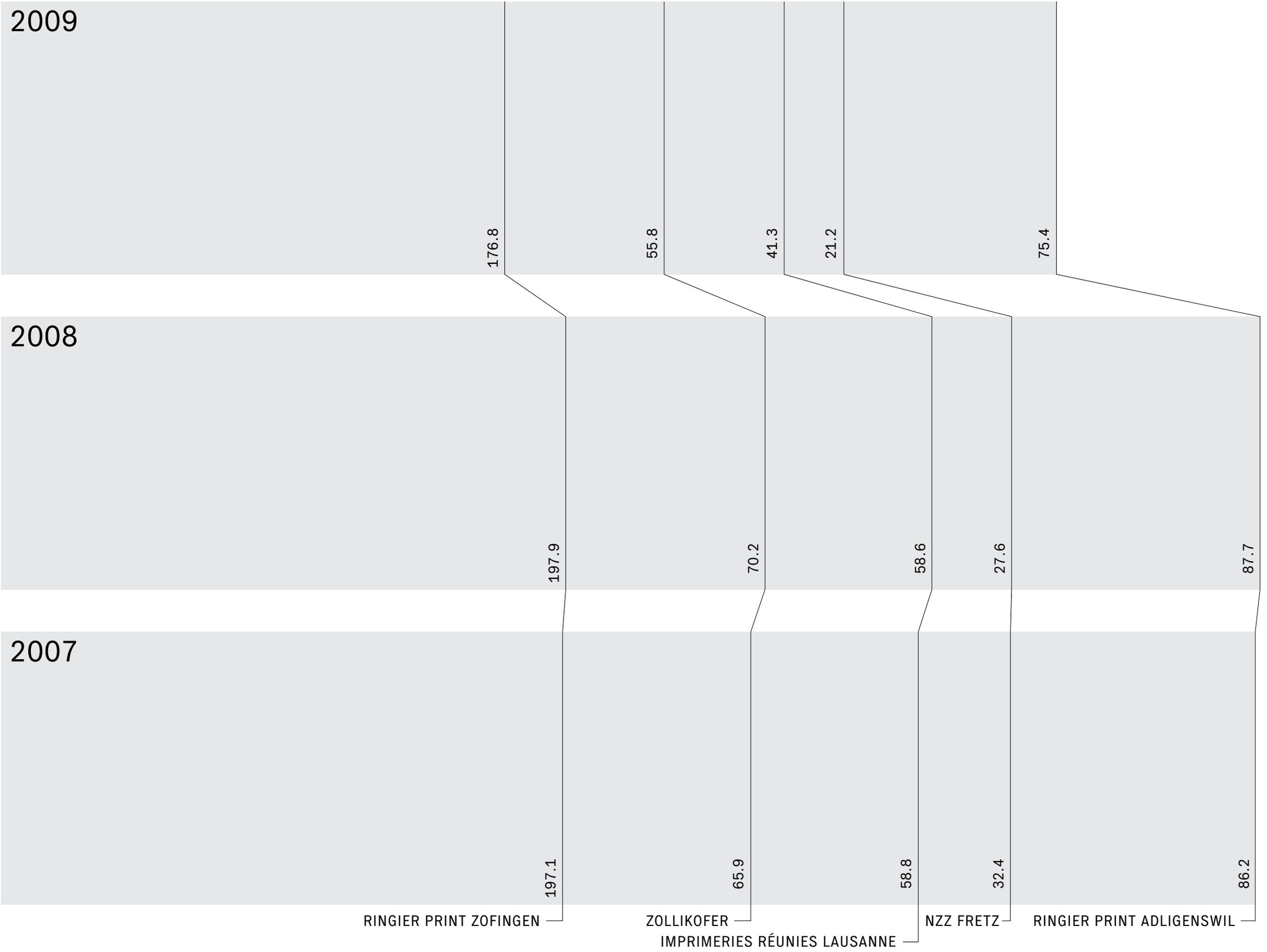
Sur le marché suisse de l'impression, la surcapacité est d'environ 35 pourcent. Des assainissements sont donc inévitables et ils ont lieu année après année. Mais, plus lourdement que ces ajustements, c'est la baisse de sa marge, corolaire de la surcapacité, qui touche surtout le groupe Swissprinters dans lequel Ringier détient une participation de 58,8 pourcent. Pour réagir à cette situation, les imprimeries renforcent la numérisation de leurs installations, augmentant ainsi leur productivité et la souplesse de leur offre.

C'est dans ce cadre-là qu'il faut appréhender la décision historique qu'a prise Ringier l'année dernière en abandonnant l'impression héliographique qu'elle avait contribué à développer et qui a été sa marque de fabrique pendant des décennies. En lieu et place, Ringier Print Zofingen produira d'autant plus en offset. Fin 2010, une nouvelle rotative offset 72 pages sera mise en fonction, en remplacement de deux installations héliographiques de 64 pages. De surcroît, chez NZZ Fretz, à Schlieren, une machine à feuilles offset et deux autres cinq couleurs seront remplacées par une nouvelle machine à feuilles offset dix couleurs.

Collaboration des imprimeries de Ringier, d'Edipresse et du groupe NZZ, Swissprinters a un bel avenir devant lui, grâce à l'extension du service après-vente et à sa capacité à offrir des solutions générales.

## RINGIER PRINT ADLIGENSWIL

L'imprimerie journaux d'Adligenswil a mis en fonction sa nouvelle installation de production. Lancé il y a deux ans, le projet « rollenwechsel » a ainsi abouti avec succès. Cette nouvelle installation est l'une des plus modernes du monde quant à la production de journaux. Ringier Adligenswil est ainsi en mesure d'imprimer et de préparer en un seul jour trois millions de journaux de différents formats.



2009

2008

2007

176.8

55.8

41.3

21.2

75.4

197.9

70.2

58.6

27.6

87.7

197.1

65.9

58.8

32.4

86.2

RINGIER PRINT ZOFINGEN

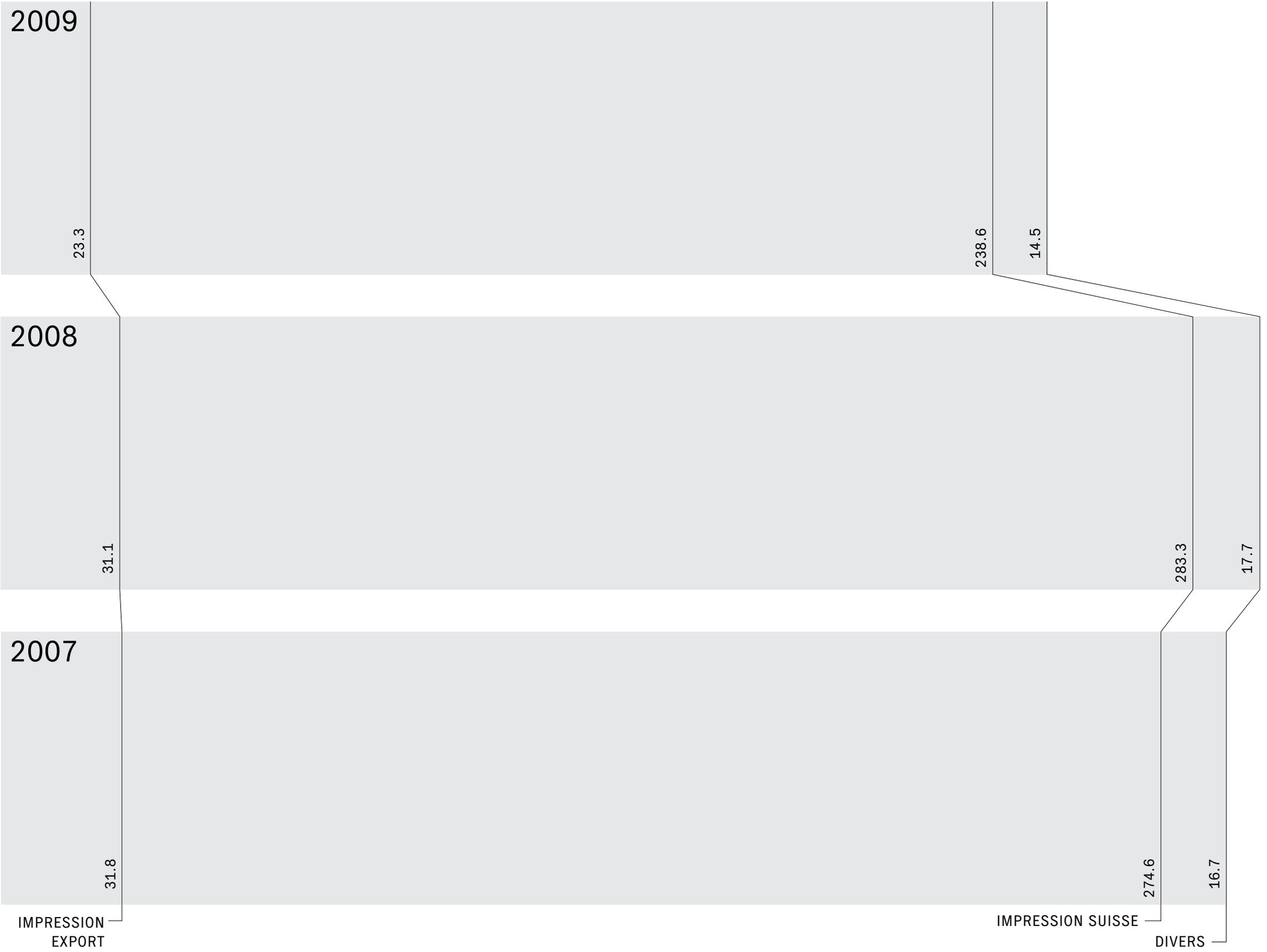
ZOLLIKOFER

IMPRIMERIES RÉUNIES LAUSANNE

NZZ FRETZ

RINGIER PRINT ADLIGENSWIL

PRODUCTION IMPRIMERIE	2009	2008	2007	Fluctuation
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	in %
CHIFFRE D'AFFAIRES	370.6	442.0	440.4	-16.2
TRAVAUX POUR TIERS	276.4	332.2	323.1	-16.8
EDITIONS PROPRES	94.2	109.9	117.3	-14.3
PLUS-VALUE	199.8	229.8	244.1	-13.0
COÛTS DU PERSONNEL	132.5	146.5	164.3	-9.5
CHIFFRES D'AFFAIRES	2009	2008	2007	
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF	
IMPRESSION EXPORT	23.3	31.1	31.8	
IMPRESSION SUISSE	238.6	283.3	274.6	
DIVERS	14.5	17.7	16.7	
TOTAL	276.4	332.1	323.1	



2009

23.3

238.6

14.5

2008

31.1

283.3

17.7

2007

31.8

274.6

16.7

IMPRESSION EXPORT

IMPRESSION SUISSE

DIVERS



POPULATION	82.3 MILLIONS
PÉNÉTRATION INTERNET	65.9%
PÉNÉTRATION LARGE BANDE	23.8%
TITRES IMPRIMÉS – TIRAGE VENDU EN 2009	
CICERO	82 093
MONOPOL	35 000
COLLABORATEURS	44

Les deux produits de Ringier Allemagne – *Cicero* et *Monopol* – sont en l'occurrence sur la bonne voie et ont pu fêter quelques succès. En 2009, *Cicero* a réussi la plus forte progression de pénétration (en pour cents) des vingt-sept titres pris en considération par les LAE (Leseranalyse Entscheidungsträger/analyse de lecture des décideurs). Le changement de rédacteur en chef a bien été accueilli et Ringier Allemagne a réussi là une mutation spectaculaire. De surcroît, de nouvelles formes originales de marketing et de publicité ont attiré l'attention sur *Cicero* dans toute l'Europe. Le magazine d'art *Monopol* a également connu un passage de témoin à sa tête.

Dans l'ensemble, les deux magazines, plutôt bien positionnés au sein d'un lectorat haut de gamme, constituent une base intéressante et séduisante pour développer encore les activités de Ringier AG en Allemagne. D'ici au milieu de 2010, sera élaborée une stratégie allant dans ce sens.

	2009	2008	2007
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
RECETTES DES VENTES	78.4	86.5	75.5
RECETTES PUBLICITAIRES	48.8	65.2	54.7
TRAVAUX D'IMPRESSION	14.0	17.7	15.9
DIVERS	6.4	12.2	7.0
<b>TOTAL</b>	<b>147.6</b>	<b>181.5</b>	<b>153.1</b>

POPULATION	10.21 MILLIONS
PÉNÉTRATION INTERNET	59%
PÉNÉTRATION LARGE BANDE	12.9%
5 TITRES IMPRIMÉS – TIRAGE VENDU EN 2009	
BLESK	412 238
NEDELNI BLESK	243 824
BLESK PRO ZENY	196 277
AHA!	107 807
REFLEX	61 765
3 TITRES EN LIGNE AVEC CLIENTS UNIQUES PAR MOIS	
BLESK.CZ	814 567
AHAONLINE.CZ	260 046
REFLEX.CZ	113 615
COLLABORATEURS	791

Malgré une année économiquement difficile, il lui a été possible de maintenir sa position sur le marché et, à la fin de l'exercice, Ringier Tchèque reste le numéro un des maisons d'édition de Tchèque, alors même que les rentrées publicitaires étaient en recul et que les tirages subissaient une légère baisse.

En 2009, les titres imprimés ont une nouvelle fois su éviter tous les écueils. L'hebdomadaire *Reflex*, couronné pour la quatrième fois meilleur magazine, a poursuivi sur sa lancée de 2008 et augmenté de 20 pourcent le nombre de ses lecteurs, lesquels atteignent le nombre de 61 675. Le journal de boulevard pour les femmes *Blesk pro Zeny* a aussi davantage de lecteurs, 5 pourcent de plus pour être précis. Avec un tirage de 412 238 exemplaires, *Blesk* reste le journal le plus lu de Tchèque.

Le succès de *Blesk* se reflète dans son extension en ligne. En 2009, *blesk.cz* a reçu 814 567 visiteurs uniques, ce qui correspond à une augmentation de 27 pourcent par rapport à 2008. Le site d'infos a été doté d'une rubrique pour hommes et a bénéficié d'une relance en automne. Enfin, Ringier Tchèque a lancé un portail pour les femmes, *bleskprozeny.cz*.

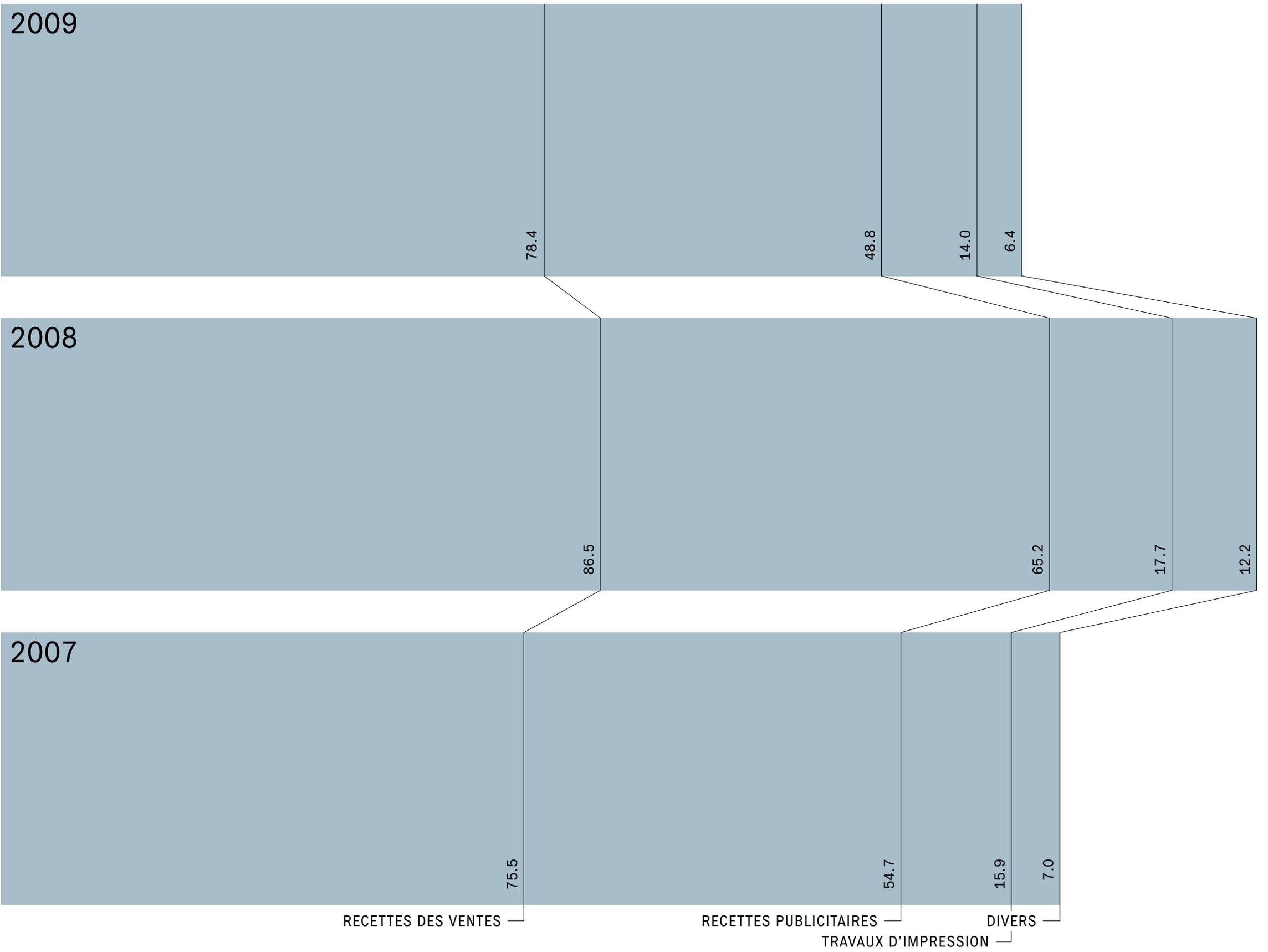
En dépit de cette période économiquement difficile, Ringier Tchèque a pris ses responsabilités à l'égard de la société et de l'environnement. Le projet de bienfaisance en faveur des enfants malades et handicapés, « Blesk – a heart for children », a été poursuivi avec succès pour sa deuxième année d'existence. De plus, Ringier Tchèque a adhéré au projet Green Company, lequel milite en faveur du recyclage et de l'élimination adéquats des appareils électroniques usagés.

#### RINGIER PRINT OSTRAVA

Le marché s'est révélé difficile, notamment au niveau de l'impression pour les clients extérieurs. La large diversité de nos produits imprimés a révélé son avantage. Il n'en a pas moins fallu appliquer une gestion rigoureuse des coûts. L'unité commerciale provisoirement inactive Ringier Print s.r.o. a été intégrée à Ringier CR.

#### RINGIER PRINT PRAGUE

Dans l'imprimerie journaux, les points forts de l'année dernière ont été l'augmentation continue de l'efficacité dans le postpresse et la suppression des heures supplémentaires. Les mesures prises pour réduire les coûts ont eu pour effet de diminuer le personnel, cela grâce aux départs naturels. Ces mesures ont contribué à compenser la baisse de tirage de tous les titres imprimés.



2009

78.4

48.8

14.0

6.4

2008

86.5

65.2

17.7

12.2

2007

75.5

54.7

15.9

7.0

RECETTES DES VENTES

RECETTES PUBLICITAIRES

TRAVAUX D'IMPRESSION

DIVERS

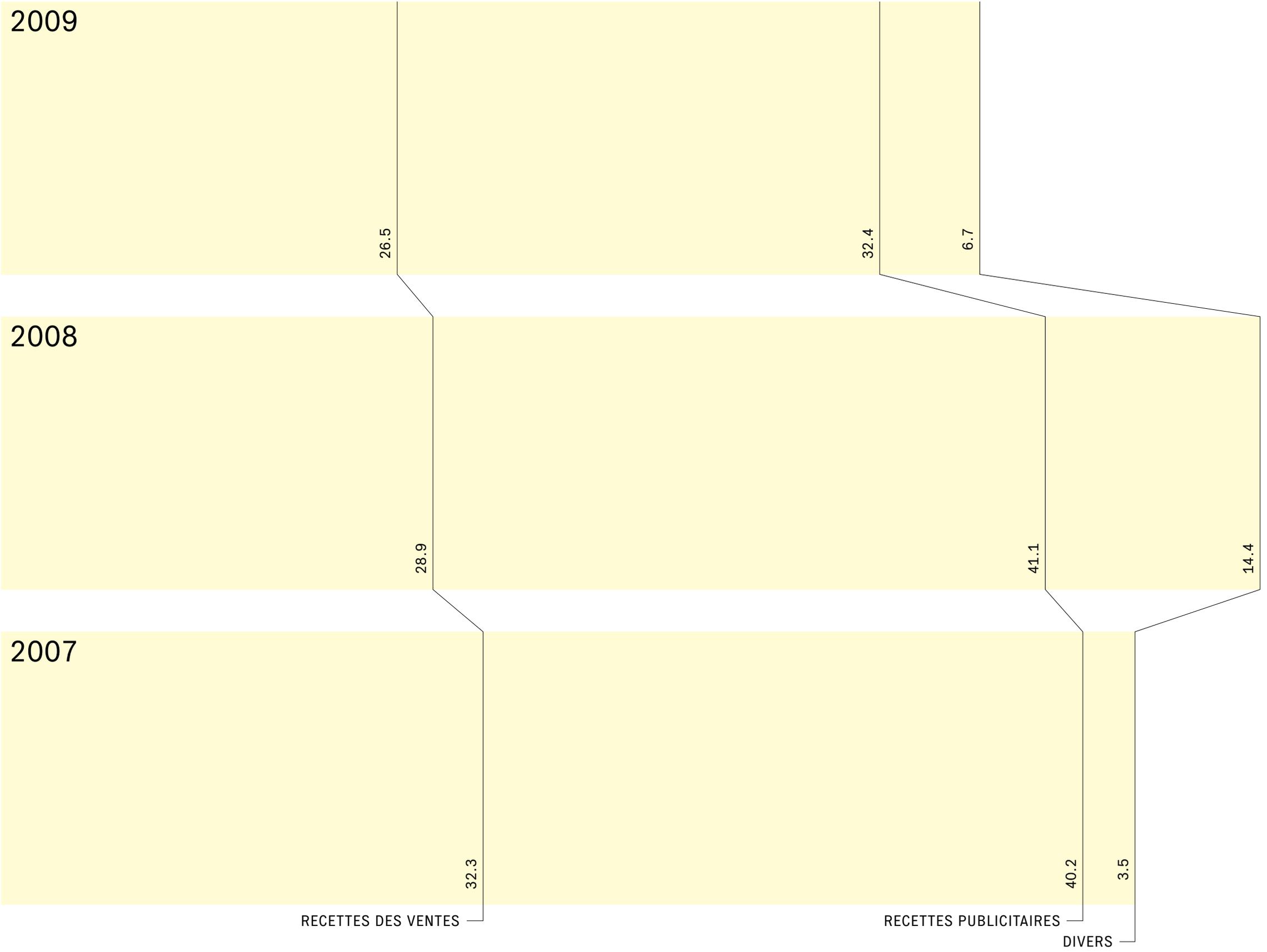
	2009	2008	2007
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
RECETTES DES VENTES	26.5	28.9	32.3
RECETTES PUBLICITAIRES	32.4	41.1	40.2
DIVERS	6.7	14.4	3.5
<b>TOTAL</b>	<b>65.6</b>	<b>84.4</b>	<b>76.0</b>

POPULATION	5.46 MILLIONS
PÉNÉTRATION INTERNET	65.3%
PÉNÉTRATION LARGE BANDE	8.7%
5 TITRES IMPRIMÉS – TIRAGE VENDU EN 2009	
NOVÝ ČAS PRE ŽENY	196 022
NOVÝ ČAS	150 704
ŽIVOT	113 490
EVA	67 044
NOVÝ ČAS BÝVANIE	54 553
3 TITRES EN LIGNE AVEC CLIENTS UNIQUES PAR MOIS	
CAS.SK	555 846
LESK.SK	237 875
ADAM.SK	130 044
COLLABORATEURS	311

En 2009, comme toutes les entreprises de médias, Ringier Slovaquie a souffert de la baisse des recettes publicitaires et du changement structurel de recours aux médias. En dépit de cela, Ringier a défendu avec succès sa position de leader du marché. Son portefeuille équilibré qui couvre pratiquement tous les secteurs de la société n'y est pas pour rien.

Le magazine féminin *Rebecca* a été relancé sous le nom de *Madam Eva*. Il sert de supplément au magazine *Eva* déjà existant et s'adresse à un groupe cible plus âgé. Les premiers chiffres donnent une image positive. Avec environ 30 000 exemplaires le premier mois, son démarrage a réussi. Le quotidien *Nový Čas* dispose avec *Nový Čas Zdravie* d'un nouveau supplément hebdomadaire traitant de la santé et du wellness.

Les chiffres de tirage des journaux et magazines ont, certes, légèrement reculé, mais pas ceux des visiteurs des sites en ligne. Ainsi, *cas.sk* a enregistré en moyenne quelque 556 000 clients uniques par mois. Ce qui correspond à une hausse de 56 pourcent par rapport à 2008. Le portail féminin *lesk.sk* ainsi que le masculin *adam.sk* ont été complètement remodelés. Tous deux ont également connu une augmentation de 36 pourcent du nombre de visiteurs. Ringier Slovaquie emprunte de nouvelles voies sur le portail *vas.cas.sk* dans la mesure où ses contenus sont le fait exclusif de ses lecteurs, c'est-à-dire qu'il mise complètement sur le «user generated content». Il a bien démarré et, en octobre, il comptait déjà 150 000 visiteurs. Enfin, les premiers pas en direction des contenus pour mobiles ont rencontré un écho positif auprès des consommateurs de médias. Ce faisant, en 2009, Ringier Slovaquie s'est concentrée sur ses marques éprouvées et a développé ses offres numériques, conformément à la stratégie de l'entreprise.



2009

2008

2007

26.5

32.4

6.7

28.9

41.1

14.4

32.3

40.2

3.5

RECETTES DES VENTES

RECETTES PUBLICITAIRES

DIVERS

	2009	2008	2007
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
RECETTES DES VENTES	55.3	61.9	65.0
RECETTES PUBLICITAIRES	31.6	48.1	45.3
TRAVAUX D'IMPRESSION	6.2	6.2	5.1
DIVERS	14.9	19.5	15.2
<b>TOTAL</b>	<b>108.0</b>	<b>135.7</b>	<b>130.6</b>

POPULATION	9.9 MILLIONS
PÉNÉTRATION INTERNET	59.3%
PÉNÉTRATION LARGE BANDE	11.8%
5 TITRES IMPRIMÉS – TIRAGE VENDU EN 2009	
BЛИКК	206 245
BЛИКК НÖК	130 020
НÉПСZАВАDСÁГ	90 978
HOT!	85 343
NEMZETI SPORT	71 215
3 TITRES EN LIGNE AVEC CLIENTS UNIQUES PAR MOIS	
BЛИКК.HU	573 389
NEMZETISPORT.HU	380 969
NOL.HU	510 694
COLLABORATEURS	
RINGIER (EUROMEDIA INCLUS)	462
НÉПСZАВАDСÁГ	230
MÉDIALOG	862
<b>TOTAL</b>	<b>1 554</b>

La récession économique a frappé la Hongrie plus durement qu'elle ne l'a fait pour de nombreux autres pays, et cela a eu d'importantes conséquences pour Ringier Hongrie. Pourtant, Ringier a repris du groupe Bauer Medien toutes ses parts d'Euromedia Joint Venture, a restructuré sa division des magazines et augmenté, au cours du quatrième semestre, sa rentabilité, l'amenant au niveau de l'année précédente.

Dans les titres de boulevard, *Blikk* occupe une première place incontestée avec 1,1 million de lecteurs en moyenne par jour. Son tirage a, certes, connu un léger recul par rapport à 2008, mais avec 206 245 exemplaires il reste malgré tout deux fois plus important que celui du quotidien qui vient en deuxième position en matière de lecteurs.

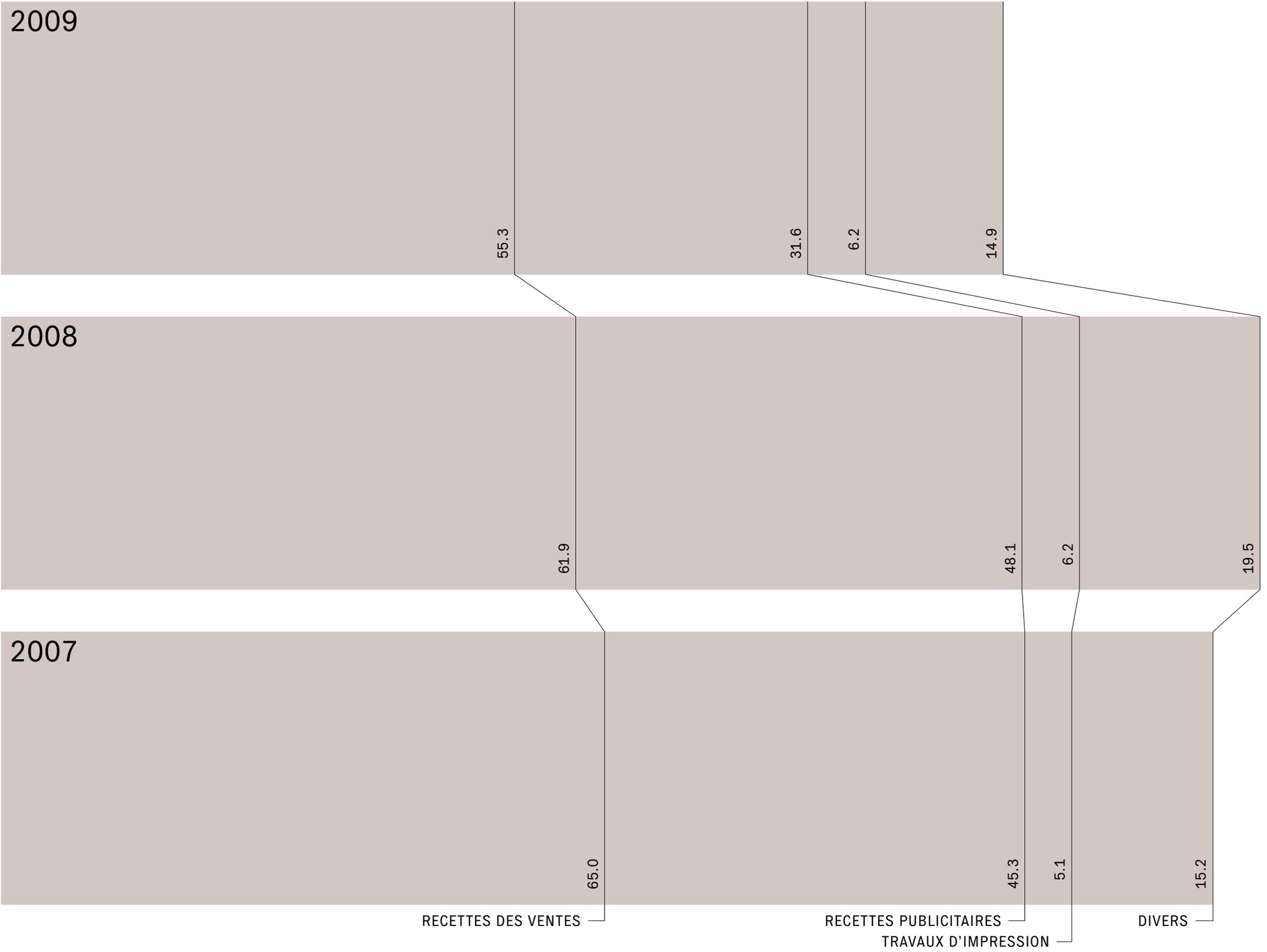
Ringier Hongrie est aussi leader dans le segment du sport, des femmes et des jeunes. Le journal sportif *Nemzeti Sport* a été complété par le mensuel *Nemzeti Sport Magazine*. L'hebdomadaire féminin *Blikk Nők* a reçu deux extensions en ligne: *Blikk Nők Konyha* (gastronomie) et *Blikk Nők-Otthon & Kert* (maison et jardin). Et son tirage connaît une légère augmentation, avec 140 077 exemplaires.

En 2009, *Népszabadság* a une nouvelle fois vu son tirage baisser. Ce recul devrait être stoppé grâce aux mesures de restructuration qui ont été mises en application. En revanche, *Népszabadság Online* a reçu deux fois plus de visiteurs que l'année précédente, tout comme *blikk.hu* et *nemzetisport.hu*. Avec une moyenne mensuelle de 573 389 visiteurs uniques, *blikk.hu* est l'un des sites d'infos les plus importants de Hongrie. Avec *neon.hu* et *pink.hu*, tous deux lancés en 2009, Ringier a fondé simultanément un site pour les jeunes et un autre pour les femmes, renforçant ainsi sa présence sur Internet.

Ringier Hongrie s'engage résolument pour la société et l'environnement. Il a publié le premier rapport d'entreprise de responsabilité sociale de Hongrie. Ce rapport applique les règles fixées par The Global Reporting Initiative (GRI).

#### RINGIER PRINT BUDAPEST

L'imprimerie journaux de Budapest a vécu une année réjouissante. Grâce à une augmentation considérable des travaux d'impression pour la clientèle externe, elle a réussi à améliorer sa position sur le marché.



2009

55.3

31.6

6.2

14.9

2008

61.9

48.1

6.2

19.5

2007

65.0

45.3

5.1

15.2

RECETTES DES VENTES

RECETTES PUBLICITAIRES  
TRAVAUX D'IMPRESSION

DIVERS

	2009	2008	2007
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
RECETTES DES VENTES	16.7	23.1	37.3
RECETTES PUBLICITAIRES	12.6	33.9	43.1
TRAVAUX D'IMPRESSION	0.7	1.0	1.4
DIVERS	5.3	3.5	2.5
<b>TOTAL</b>	<b>35.3</b>	<b>61.5</b>	<b>84.3</b>

POPULATION	21.5 MILLIONS
PÉNÉTRATION INTERNET	38%
PÉNÉTRATION LARGE BANDE	24%
5 TITRES IMPRIMÉS – TIRAGE VENDU EN 2009	
LIBERTATEA	185 529
EVENTIMENTUL ZILEI	34 282
CAPITAL	19 714
UNICA	28 021
LIBERTATEA PENTRU FEMEI	100 853
3 TITRES EN LIGNE AVEC CLIENTS UNIQUES PAR MOIS	
LIBERTATEA.RO	1 260 916
EVZ.RO	977 595
CAPITAL.RO	403 887
COLLABORATEURS	634

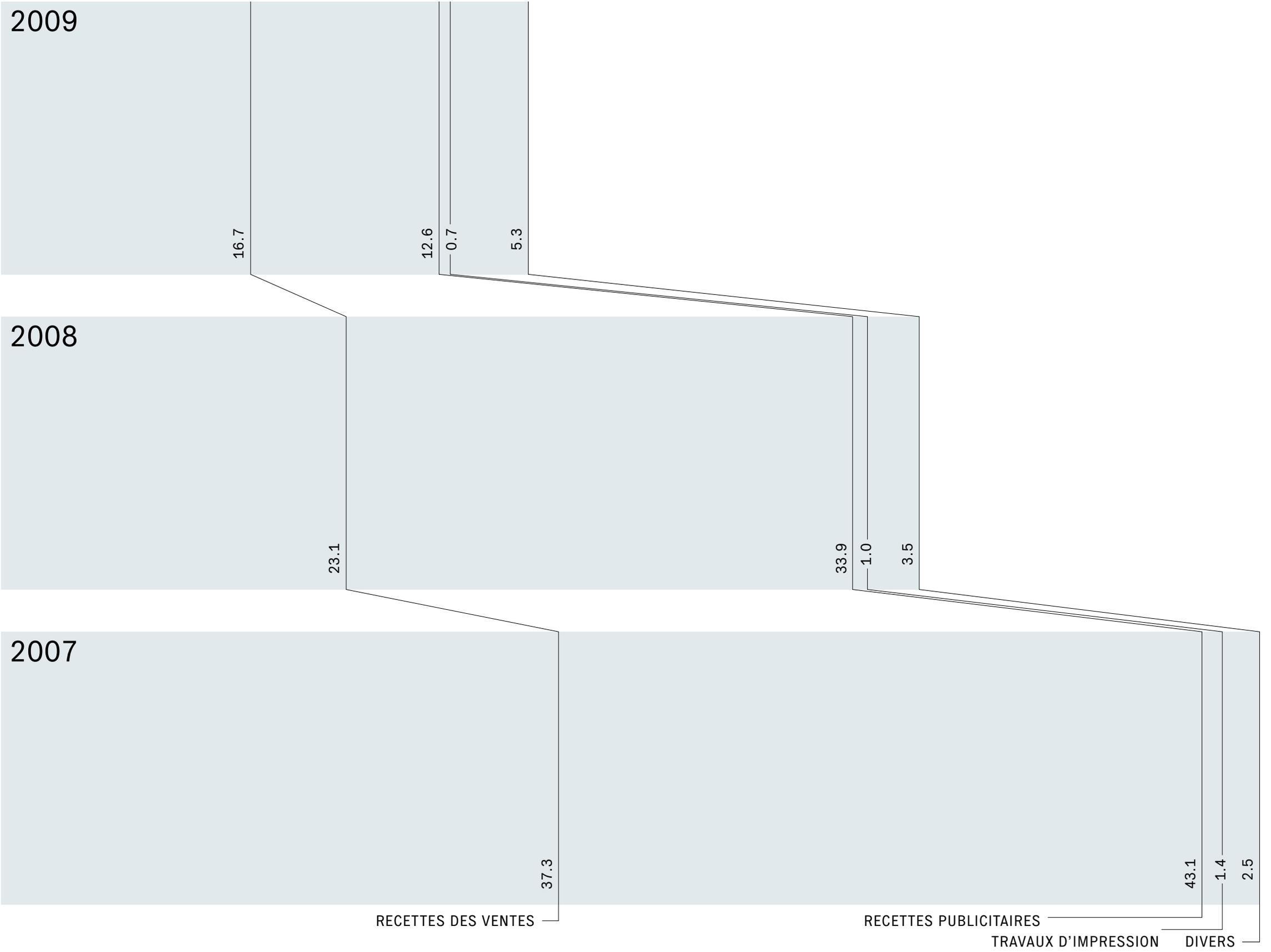
Le marché publicitaire roumain des médias imprimés a baissé de 70 pourcent en très peu de temps. Cette chute brutale a eu des effets immédiats sur les recettes de Ringier Roumanie, lesquelles dépendent à 90 pourcent des rentrées publicitaires et de celles des ventes. Plus de la moitié des recettes prévues ont été perdues, alors que le chiffre de tirage des titres imprimés a chuté. La relance du quotidien *Libertatea* et du magazine féminin *Libertatea pentru femei* n'y a rien changé.

En conséquence, Ringier Roumanie s'est imposé un programme strict de réduction de ses coûts impliquant l'interruption du journal gratuit *Compact*. Les mesures de restructuration continueront au cours de l'année 2010. Ces mesures d'économie ont débouché en février sur la vente du quotidien *Evenimentul Zilei* et de l'hebdomadaire économique *Capital*, ainsi que sur la cessation de parution du magazine *DIVA*.

A Bucarest, au printemps dernier, une imprimerie moderne a été inaugurée dans les temps. En 2009, l'Internet a nettement conquis les consommateurs roumains de médias, ce que montre de façon impressionnante l'augmentation du nombre de visiteurs: *libertatea.ro* en a enregistré 1,26 million par mois, ce qui correspond à une augmentation de 82 pourcent par rapport à l'année précédente. Les autres portails importants de Ringier ont aussi progressé. Cette tendance est à porter au compte de la création de la division en ligne. Son premier projet, le lancement du site du magazine féminin *Unica, unica.ro*, a parfaitement réussi. Par rapport à 2008, le nombre de ses visiteurs a augmenté de 64,5 pourcent en 2009.

#### RINGIER PRINT BUCAREST

L'apogée de l'année a sans conteste été l'achèvement de l'installation de la nouvelle imprimerie de Bucarest, ce qui a été rendu possible grâce à l'engagement extraordinaire de tous nos collaborateurs et partenaires. Cette étape a été couronnée par la mise en route des installations en mai 2009. Dès lors, la nouvelle imprimerie a pu relayer la production des quotidiens *Libertatea* et *Evenimentul Zilei*, ainsi que celle du magazine *Capital*, assurée jusque-là par la vieille imprimerie et des tiers.



	2009	2008	2007
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
RECETTES DES VENTES	26.4	28.2	24.8
RECETTES PUBLICITAIRES	24.9	30.3	33.2
TRAVAUX D'IMPRESSION	0.5	0.6	1.7
DIVERS	10.5	4.2	2.0
<b>TOTAL</b>	<b>62.3</b>	<b>63.3</b>	<b>61.7</b>

POPULATION	7.34 MILLIONS
PÉNÉTRATION INTERNET	36.7%
PÉNÉTRATION LARGE BANDE	22.9%
5 TITRES IMPRIMÉS – TIRAGE VENDU EN 2009	
BLIC ZENA	201 463
BLIC	152 199
24SATA	155 000
ALO!	78 952
PULS	68 406
3 TITRES EN LIGNE AVEC CLIENTS UNIQUES PAR MOIS	
BLIC.RS	1 489 529
ALO.RS	188 353
24SATA.RS	121 328
COLLABORATEURS	477

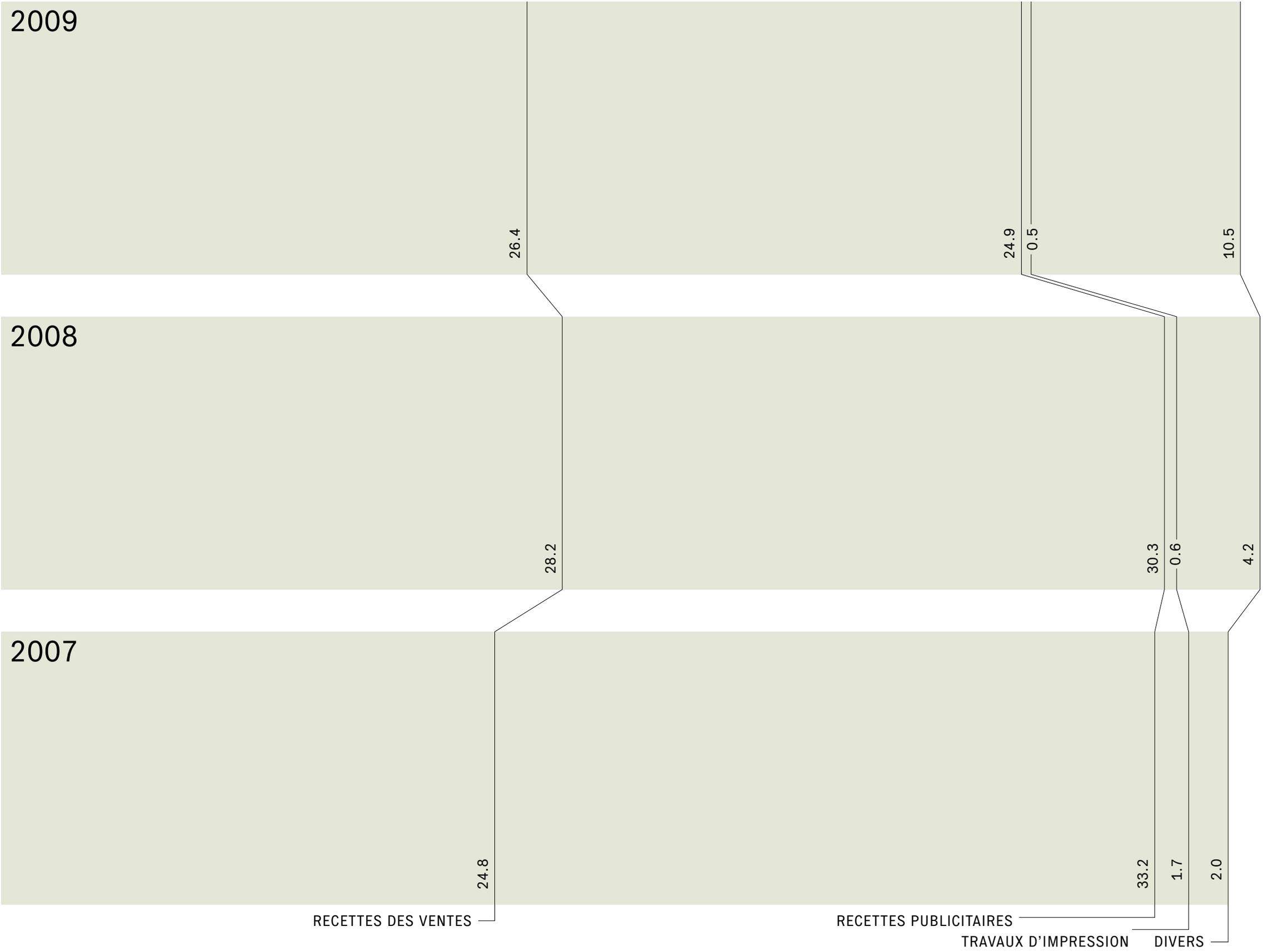
L'année dernière, Ringier Serbie a défendu avec succès sa position de numéro un des maisons d'édition et s'est, en l'occurrence, concentrée sur son activité principale. Son portefeuille comprend *BLIC*, le tabloïd *ALO!*, le journal gratuit *24sata*, le féminin *BLIC Zena*, *Puls* et l'édition dominicale de *BLIC*. A cela s'est ajouté en 2009 le magazine *NIN*, deuxième plus ancienne publication de Serbie, fondée en 1935. C'est à l'Etat que Ringier a acheté ce magazine de grande influence politique. Depuis sa relance, son tirage augmente de manière continue.

*BLIC* a connu un léger recul de son tirage mais reste, avec ses 152 199 exemplaires vendus, encore et toujours le journal le plus lu du pays. *ALO!* est passé du format broadsheet au format tabloïd, ce qui a immédiatement provoqué une hausse de son tirage. Le gratuit *24sata* a également vu son tirage augmenter et a brillamment bouclé l'année en étant l'un des rares gratuits d'Europe à faire du bénéfice.

Le recours aux médias en ligne a augmenté en Serbie également. Le site *alo.rs* a vu croître le nombre de ses visiteurs uniques de 192 pourcent pour atteindre le chiffre de 188 353. Le portail féminin *zena.blic.rs* a été accolé à *blic.rs*, ce qui a fait bondir le nombre de ses visiteurs uniques à 1,48 million. Cela en fait le site le plus visité de Serbie en termes de visiteurs uniques et de pages, et le second en termes de visites. Le Web Fest Jury l'a même couronné meilleur portail d'infos de la région. C'est pour obtenir ce genre de succès que Ringier a relancé ce portail en décembre, pour être encore mieux équipé face à l'avenir numérique, cela dans l'optique de sa stratégie.

#### APM PRINT BELGRADE

La capacité de l'imprimerie APM Print de Belgrade ne lui permet toujours pas d'imprimer elle-même les titres *BLIC*, *ALO!* et *24sata*. Il a été décidé de moderniser l'actuelle imprimerie plutôt que d'en construire une nouvelle. Les plans sont actuellement à l'étude.



2009

2008

2007

RECETTES DES VENTES

RECETTES PUBLICITAIRES

TRAVAUX D'IMPRESSION

DIVERS

POPULATION	1.338 MILLIARD
PÉNÉTRATION D'INTERNET	29.6%
PÉNÉTRATION LARGE BANDE	8%
TITRES IMPRIMÉS – EXEMPLAIRES VENDUS	
BETTY'S KITCHEN	395 000
CAAC	320 000
CITY WEEKEND	107 200
TITRES EN LIGNE AVEC CLIENTS UNIQUES PAR JOUR	
CITYWEEK.CN	17 500
BETTY'S KITCHEN	50 000
COLLABORATEURS	521

## RINGIER CHINA

La publicité dans les médias imprimés a brutalement chuté au cours du premier trimestre 2009, forçant Ringier Chine à une restructuration. Ringier a donc dénoncé les contrats de parution des deux hebdomadaires *Xinmin Bella*, un magazine féminin, et d'*Oriental Sky*, un magazine de bord. Cette restructuration et une amélioration du marché publicitaire ont permis aux bénéficiaires opérationnels d'augmenter durant le second semestre.

*City Weekend*, le magazine de loisirs de langue anglaise de Shanghai et Pékin, a augmenté sa part de marché en cours d'année. Ringier a aussi accru sa couverture du marché parental des expatriés, en ajoutant à *Parents and Kids* une collaboration avec *Shanghai Family*. La plateforme numérique de *City Weekend*, *cityweekend.com.cn*, a poursuivi son développement et une nouvelle plateforme pour mobiles a été mise en place, *cityfu.com*.

Le magazine de bord *CAAC/Asia flight*, quoique à un niveau inférieur que celui de 2008, année olympique, a bien marché en raison de la forte demande de biens de luxe, le secteur publicitaire dont *CAAC* est le leader incontesté.

Le site web de *Betty's Kitchen* a été remodelé et une nouvelle boutique en ligne a été ouverte, où les consommateurs peuvent acheter des ustensiles de cuisine signés Betty Bossi et en provenance directe de Suisse. Cette modeste expérience a largement dépassé les attentes. Elle sera étendue en 2010 avec, en plus, des produits locaux.

2009 a aussi été une année passionnante pour Ringier Trade Media qui a réussi le lancement de trois magazines d'échanges commerciaux à destination du Moyen-Orient, publiés à Dubaï. Ces journaux ont, toutefois, souffert de pertes générales, mais tant la division des conférences que le site web central *industrysourcing.com* ont augmenté leurs revenus de 40 pourcent. Les échanges avec des clients multinationaux de Hongkong et des sociétés locales de Taiwan ont diminué. Cependant, le marché chinois nous permet d'envisager une croissance à deux chiffres.

## RINGIER PRINT HONG KONG

En raison de la baisse des recettes publicitaires, le marché des magazines de Hong Kong est resté agressif. Toutefois, aux troisième et quatrième trimestres, on a noté les premiers signes de stabilisation, voire de croissance. Ringier Print a saisi cette occasion pour se recentrer, sur les plans stratégiques et financiers, sur son marché principal et ses clients clés. L'équipement de l'imprimerie et de ses installations a été soigneusement examiné et sera remplacé cette année.

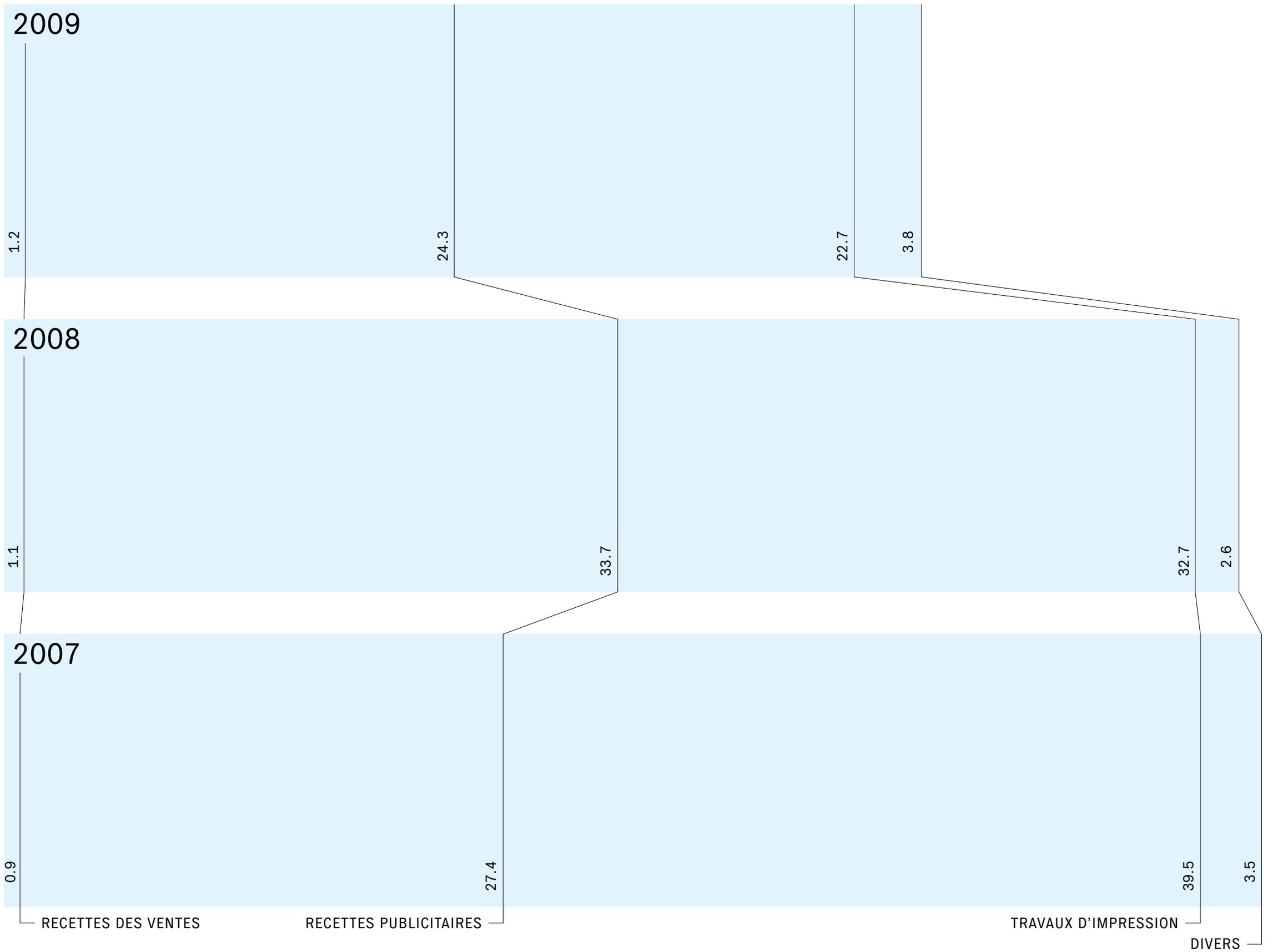
POPULATION	88.6 MILLIONS
PÉNÉTRATION D'INTERNET	24.8%
PÉNÉTRATION LARGE BANDE	2.9%
TITRES IMPRIMÉS – TIRAGE VENDU EN 2009	
THOI TRANG TRE	80 000
BEP GIA DINH	45 000
COLLABORATEURS	34

## RINGIER VIETNAM

Le pilier central des affaires de Ringier au Vietnam est, à ce jour, le magazine de mode *Thoi Trang Tre*. A lui seul, il génère 90 pourcent du chiffre d'affaires de la filiale. En 2009, est venu s'ajouter le magazine de cuisine et de recettes *Bep Gia Binh*, sur les modèles suisse et chinois. Parallèlement, Ringier a passé l'année à se préparer à une croissance rapide, en commençant par créer une coentreprise numérique avec sa filiale media swiss group. Ensemble, ils ont assuré le lancement d'un site immobilier en ligne, *Mua Ban Nha Dat*, prolongé par un magazine régional imprimé. Cette plateforme sera finalement complétée par d'autres sites ciblés de Ringier. En 2009, Ringier a aussi progressé dans ses efforts pour introduire au Vietnam des titres internationaux.

Depuis des années, Ringier gère au Vietnam une fondation connue pour accorder des microcrédits, la Dariu Foundation. Ce n'est donc pas un hasard si l'année dernière elle a reçu pour la troisième fois consécutive un prix très apprécié et récompensant une de meilleure institution de microfinance du pays. Suivant son mot d'ordre « Investment in Education », la fondation Dariu construit des écoles et soutient financièrement chaque année plus de mille enfants pour qu'ils puissent être scolarisés. Elle octroie également des microcrédits aux familles pauvres. A ce jour, plus de douze mille familles ont bénéficié des programmes de la Dariu Foundation. Dans les deux prochaines années, c'est vingt mille familles qui devraient être concernées.

	2009	2008	2007
	Mio. CHF	Mio. CHF	Mio. CHF
RECETTES DES VENTES	1.2	1.1	0.9
RECETTES PUBLICITAIRES	24.3	33.7	27.4
TRAVAUX D'IMPRESSION	22.7	32.7	39.5
DIVERS	3.8	2.6	3.5
<b>TOTAL</b>	<b>52.0</b>	<b>70.1</b>	<b>71.3</b>
Chiffre d'affaires du Vietnam non consolidé	1.4	1.4	1.3



## SUISSE

---

En acquérant 100 pourcent d'anibis sàrl, l'exploitant d'*anibis.ch* – le plus important portail de petites annonces de Suisse romande, media swiss ag a encore élargi son éventail d'activités numériques. Son expansion dans d'autres pays a également progressé. En Croatie et en Serbie, par exemple, avec l'achat d'une participation majoritaire de 70 pourcent de la société croate Foto Nekretnine d.o.o., fournisseur de plateformes immobilières. Et au Vietnam, par l'acquisition de 70 pourcent du Nhat Viet Group, un développeur de logiciels pour applications en ligne.

Prevision, fournisseur principal de solutions pour la gestion des informations, a pris le contrôle en juillet de la société de production de logiciels e-vention, à Lucerne. Cette fusion a donné naissance à un puissant opérateur technologique dans le domaine des médias et de la communication.

En achetant 100 pourcent des droits du Festival de la Rose d'Or, Ringier a renforcé son implication dans le domaine du divertissement. La Rose d'Or fait partie des événements importants du divertissement télévisuel, et cela à l'échelle planétaire. Ces dernières années, ce festival s'est progressivement transformé en forum pour les décideurs des médias.

En novembre 2009, *Energy Zürich* a pu acheter à Music First Network une concession pour émettre en FM sur le grand Zurich (région 24). Début janvier 2010, le DETEC\* a donné son accord à la cession à Radio *Energy Zürich* d'une des deux concessions accordées au départ à Music First Network. En 2009, dans l'esprit d'une numérisation cohérente de ses offres, Ringier a pris une participation dans la société d'exploitants Swiss Media Cast AG et, depuis octobre 2009, diffuse en format DAB+ les programmes de la radio *Energy Zürich* bien au-delà de sa région.

\* Département Fédéral de l'environnement,  
des transports, de l'énergie et de la communication

Addictive Productions AG, Zurich	100%
Bolero Zeitschriftenverlag AG, Zurich	100%
Geschenkidee.ch GmbH, Opfikon	100%
Original SA, Lausanne	100%
Ringier AG, Zofingen	100%
Ringier Print Adligenswil AG, Adligenswil	100%
Ringier Print Holding AG, Zofingen	100%
Rose d'Or AG, Lucerne	100%
Previa AG, Zofingen (e-vention)	85%
SMI Schule für Medienintegration AG, Zofingen	85%
Radig AG, Bern (Radio BE1)	80.7%
media swiss ag, Teufen et Flamatt (Gate24, Xmedia, Anibis, plateformes Scout24)	80%
JRP   Ringier Kunstverlag AG, Zurich	80%
Swiss Printers AG, Zofingen	58.8%
Ringier Print Zofingen AG, Zofingen	
Zollikofer AG, Saint-Gall	
Imprimeries Réunies Lausanne SA, Renens	
NZZ Fretz AG, Schlieren	
Radio Z AG, Zurich (Radio Energy Zurich)	51%
Betty Bossi Verlag AG, Zurich	50%
ER Publishing SA, Lausanne (Le Temps)	50%
Sat.1 (Schweiz) AG, Zurich	50%
Good News Productions AG, Zurich	48%
2R Media SA, Locarno (il caffè)	45%
GRUNDY Schweiz AG, Zurich	35%
Teleclub AG, Zurich	33.3%
SMD Schweizer Mediendatenbank AG, Zurich	33.3%
PresseTV AG, Zurich	30%
PrintOnline AG, Schlieren	25%
Schober Direct Media AG, Bachenbülach	20%
SwissMediaCast AG, Wangen SZ	19.03%
en outre, Radig AG et Radio Z AG détiennent chacune 0.29%	

## EUROPE CENTRALE ET DE L'EST

---

Xmedia AG, une filiale de swiss media sa, a pris la majorité de la société croate Foto Nekretnine d.o.o., fondée en 2004 et qui exploite des plateformes immobilières en Croatie et en Serbie. Le site croate est leader dans son domaine, avec une moyenne de 25 000 offres et couvrant environ 70 pourcent du marché immobilier croate. La plateforme serbe, elle, a été lancée fin 2008.

En Serbie, Ringier a acquis 86,495 pourcent du célèbre magazine politique d'information *NIN*. Ce magazine, lancé en 1935, est l'une des publications politiques les plus porteuses de tradition du pays. Il met particulièrement l'accent sur les sujets politiques, artistiques, scientifiques, sportifs et de société.

Grâce à une augmentation de son capital, la participation de Ringier à *Népszabadság*, est passée de 67,64 pourcent à 70,44 pourcent. Il s'agit d'un journal de qualité, supra-régional, dont le tirage est le plus important de Hongrie.

## PACIFIC

---

En Asie aussi, le développement des canaux numériques a été d'une extraordinaire importance stratégique pour Ringier. Au Vietnam, media swiss ag a pu acquérir le Nhat Viet Group. Toutes les activités en ligne dans le pays seront dorénavant regroupées sous son égide. De plus, grâce à son équipe de développement de logiciels offshore, le Nhat Viet Group fournit des services informatiques à Ringier et à media swiss.

Ringier Publishing GmbH, Berlin	100%
Juno Kunstverlag GmbH, Berlin	100%
Ringier France SA, Paris	100%
Ringier CR a.s., Prague	100%
Ringier Print CZ a.s., Prague	100%
Ringier Print s.r.o., Ostrava	100%
PNS a.s., Prague	27.02%
Ringier Slovakia a.s., Bratislava	100%
Ringier Kiadó Kft., Budapest	100%
Népszabadság Zrt., Budapest	70.44%
MédiaLOG Logisztikai Zrt., Budapest	59.86%
Euromedia Bt., Budapest	100%
Europress Kft., Budapest	100%
S.C. Ringier Romania s.r.l., Bucarest	99.9%
S.C. Ringier Print s.r.l., Bucarest	99%
S.C. Editura Bauer s.r.l. Bucarest	50%
Dogan Media International SA, Bucarest	25.1%
Ringier d.o.o., Belgrade	100%
Euro Blic Press d.o.o., Banja Luka	100%
24 sata d.o.o., Belgrade	100%
Trans Press d.o.o., Belgrade	100%
Alo Novine d.o.o., Belgrade	100%
APM Print d.o.o., Belgrade	100%
NIN d.o.o., Belgrade	86.5%
Foto-Nekretnine d.o.o. Zagreb (Croatie) et Foto-Nekretnine d.o.o. Belgrade (Serbie)	56%
Ringier Pacific Ltd., Hong Kong	100%
Ringier Print (HK) Ltd., Hong Kong	100%
Asia Inflight Ltd., Hong Kong	100%
Bei ing Ringier Int. Advertising Co., Ltd., Bei ing	97.8%
Ringier Trade Media Ltd., Hong Kong	90%
Ringier Vietnam Company Ltd., Ho Chi Minh City	90%
Nhat Viet Group, Ho Chi Minh City	56%
Adnet Co. Ltd., Hanoi	51%



































Corporate Center  
Corporate Communications  
Corporate Social Responsibility

## STRUCTURE DES COLLABORATEURS

GROUPE RINGIER	2009	2008	2007
Chine/Vietnam	555	625	595
Allemagne	44	40	54
Roumanie	634	679	734
Suisse	3 082	3 410	3 295
Serbie	477	481	340
Slovaquie	311	313	301
Tchéquie	791	787	793
Ukraine	0	0	135
Hongrie <sup>1</sup>	1 554	1 794	2 068
<b>TOTAL</b>	<b>7 448</b>	<b>8 129</b>	<b>8 315</b>

1 MédiaLOG et Népszabadság inclus

En 2009, le Corporate Center a été remodelé et comprend maintenant les divisions des finances, de l'informatique, des ressources humaines du groupe, la Ringier Academy et le service juridique. Pour affronter les transformations de dimensions historiques que traverse la branche de l'édition, les petites structures souples et modulables sont les mieux adaptées. Le Corporate Center a fait de cette constatation son mot d'ordre : en suivant des principes préétablis, les collaborateurs de Ringier doivent à l'avenir pouvoir réagir si possible de manière décentralisée. Pour une entreprise active dans les médias, cela implique que les collaborateurs puissent avoir accès à leurs documents, leurs courriels et leur calendrier, et cela où qu'ils se trouvent et avec différents appareils, que ce soit un PC, un laptop ou un smartphone. En 2009, la division informatique a beaucoup travaillé à la mise sur pied de telles infrastructures. C'est ainsi qu'en 2010, les solutions de Google pour la gestion

des courriels, des calendriers et autres outils de collaboration seront installées dans l'entier du groupe Ringier.

La division des ressources humaines du groupe s'en tient à son objectif : obtenir un degré de satisfaction maximal des collaborateurs. En 2009, elle a introduit certaines mesures basées sur les réponses d'un questionnaire diffusé à l'échelle du groupe un an auparavant. Elle a, par exemple, animé des ateliers de travail où ont été discutées les lacunes relevées par les collaborateurs, et esquissé des solutions qu'il s'agit maintenant d'introduire. Des systèmes pour garantir une qualité comparable dans tous les pays ont également été prévus. A part ça, avec le programme PEAK Excellence, les ressources humaines ont organisé des formations complémentaires pour les cadres, et ces cours ont été assidûment fréquentés.

SUISSE	2009	2008	2007
Ringier Schweiz Verlag <sup>2</sup>	1 471	1 602	1 539
Ringier Print Adligenswil AG	288	339	364
Swiss Printers AG	6	8	4
Ringier Print Zofingen AG	541	578	608
Zollikofer AG	224	247	260
Imprimeries Réunies Lausanne SA	212	225	235
NZZ Fretz AG	92	114	92
Zürcher Druck und Verlag AG	0	0	62
media swiss ag	110	159	0
Betty Bossi Verlag AG	138	138	131
<b>TOTAL</b>	<b>3 082</b>	<b>3 410</b>	<b>3 295</b>

2 Ringier Schweiz Verlag: Prevision AG, SMI, Bolero, Grundy Schweiz AG, JRP | Ringier Kunstverlag AG, Radio Z, ER Publishing SA, Addictive Production AG, Rincovision AG, Radig AG inclus

Dans le tourbillon de ces mutations structurelles, Ringier se transforme rapidement de maison d'édition classique en entreprise multimédia. Cela pose des défis entièrement nouveaux aux collaborateurs. C'est la mission de la Ringier Academy que de les épauler dans ce processus. Près de sept cents collaborateurs ont participé aux trente cours et séances d'information organisés par ses soins. Il faut considérer la Ringier Academy comme une institution du groupe qui soutient l'échange de connaissances et d'expériences au sein de Ringier et conforme ses offres à la stratégie du groupe. A l'heure actuelle, l'effort principal de la formation continue porte sur le numérique, par exemple sur la vente crossmédia, ou la convergence entre médias.

Lorsque l'on survole la liste des communiqués de presse envoyés l'an dernier, on peut y voir toutes sortes d'annonces d'achats et de lancements, mais aussi, parfois, celle d'une cessation de parution. L'une des tâches les plus importantes de la communication interne a été d'accompagner les collaborateurs de Ringier tout au long de cette période de bouleversements. Cette activité a connu son pic à la fin du mois de septembre 2009, avec la présentation de la nouvelle stratégie du groupe.

Dans un premier temps, les collaborateurs ont été informés du sommet à la base, c'est-à-dire que les informations ont été préparées par la direction, puis mises à disposition sur les canaux de communication interne. Dans un deuxième temps, les collaborateurs pourront débattre en direct avec leurs supérieurs immédiats de cette nouvelle stratégie et de ses effets sur leur travail de tous les jours.

Dans sa communication interne, Ringier applique le principe «online first», et utilise pour cela le canal numérique d'*eDOMO*, inauguré en 2008 et désormais ancré dans les habitudes. En 2009, *DOMO International*, le magazine des collaborateurs en version imprimée, a paru pour la première fois en serbe et en chinois. Aujourd'hui, il est publié en huit langues et dans dix pays.

L'effort le plus important de communication vers l'extérieur de l'entreprise a découlé de la modification structurelle du marché des médias. Il a en effet fallu rendre intelligible et compréhensible à tous la façon dont Ringier affronte ce défi, ainsi que comment le groupe va orienter ses activités à l'avenir par le biais des importants efforts qu'il fait aujourd'hui.

La communication de groupe a, certes, assumé ces mutations dans sa propre maison, mais elle a aussi adapté son organisation à ses nouvelles tâches et les a réorientées: le responsable de la communication de Ringier Suisse et celui de la communication du groupe, sous l'autorité du Chief Communication Officer (CCO), assurent la communication de Ringier Suisse et Allemagne, respectivement celle du groupe.

Nombreux sont les photographes de Ringier à avoir une nouvelle fois présenté leur travail lors du concours du groupe, le Ringier Photo Award. Un jury indépendant, placé sous la direction du conservateur du Musée de la photographie de Winterthur et composé de chefs image et de rédacteurs en chef de chaque lieu de production, a couronné les meilleures œuvres. Le premier prix est allé au photographe serbe de Blic, Marco Djurica, pour sa photo d'une manifestation, intitulée «Kosovo Independence». Le photographe tchèque Michal Beránek (*Sport*) a reçu le deuxième prix, le Hongrois Viktor Veres (*Blick*) est arrivé en troisième position.

Ringier en est persuadé, la responsabilité commence chez soi. La stratégie de développement durable se base sur cette conviction. Elle a été décidée en avril par la direction du groupe, avec pour nom INSIDE-OUT, et s'intéresse aux domaines particulièrement sensibles à cette thématique que sont l'économie, l'environnement et la société. Elle pose les bases des efforts que fait Ringier dans ces secteurs.

Ringier manie l'énergie et les autres ressources avec économie. Selon les principes d'INSIDE-OUT, cette démarche commence déjà à l'interne. Ainsi, Ringier Tchèque a adhéré à la Green Company qui promeut le recyclage des appareils électroniques. Dans leur bureau, les collaborateurs de Ringier Tchèque disposent de points de collecte pour les piles électriques et les appareils électroniques usagés, et également pour les déchets du même genre en provenance de leur propre ménage. Pour abaisser, à l'échelle du groupe, l'usage du papier dans les rédactions et l'administration, une campagne interne de sensibilisation – «paperless administration» – a été menée pendant plusieurs semaines auprès des collaborateurs.

Les mesures prises dans le domaine de l'impression déploient de plus grands effets encore. A l'imprimerie de Prague, un nouveau compresseur a été installé à la fin de l'année, et il permet d'économiser 50 pourcent de l'énergie consommée par l'ancien. En Roumanie, une vieille imprimerie a été remplacée, et la nouvelle répond aux exigences les plus élevées en matière environnementale. Mais Ringier n'en reste pas là et exige également des efforts de la part de ses fournisseurs. Pour le papier, notamment, l'attention est portée sur une gestion visant la durabilité. Le groupe Swissprinters propose à ses clients une impression sans effet sur le climat.

Faire le bien fait aussi partie de la conception qu'a Ringier de sa responsabilité. Il ne s'agit pas seulement d'être un bon employeur et d'accorder des rabais sur les annonces des organisations d'utilité publique. Ringier soutient aussi les gens dans le besoin et s'engage pour la formation. En Tchèque et en Slovaquie, par exemple, l'entreprise a de nouveau proposé des cours de journalisme à des étudiants. Le projet Ringier Catedra, de la Ringier Foundation, soutient en Roumanie des enfants dans le besoin et fréquentant le degré supérieur. Pour qu'ils puissent entrer à l'université, des cours d'appui leurs sont offerts. En Hongrie, Ringier a soutenu de plusieurs manières (rédactionnellement, financièrement et par du travail bénévole) la Fondation Bator Tabor, qui offre un camp de vacances à des centaines d'enfants handicapés. Succès également cette année pour l'action de Noël KAPOCS de Ringier Hongrie. Des collaborateurs ont rendu visite à cent familles pauvres et leur ont apporté des cadeaux, des denrées alimentaires et des objets d'usage courant dont ces gens avaient un urgent besoin. De surcroît, en 2009, Ringier Hongrie a publié pour la première fois un rapport de CSR qui appliquait les directives de la Global Reporting Initiative.

A côté de la Ringier Foundation en Roumanie, Ringier gère également en Suisse la Fondation Hans Ringier et, au Vietnam, la Dariu Foundation. Cette dernière construit des écoles, distribue des bourses et assure un programme de micro-crédits. La Fondation Dariu a une nouvelle fois été nommée la meilleure de son genre au Vietnam. Plus de douze mille familles profitent de ce programme et peuvent ainsi espérer un avenir meilleur.

L'année 2010 est placée sous le signe du prochain rapport de développement durable, qui doit paraître en 2011. Une banque de données centrale est actuellement mise sur pied; elle permettra de collecter et d'évaluer les éléments utiles à la gestion du développement durable. Le prochain rapport de durabilité s'appuiera sur les directives de la Global Reporting Initiative, comme l'avait déjà fait celui de 2008.

D'autres informations sur le programme de développement durable de Ringier se trouvent sur [www.ringier.com/nachhaltigkeit](http://www.ringier.com/nachhaltigkeit).





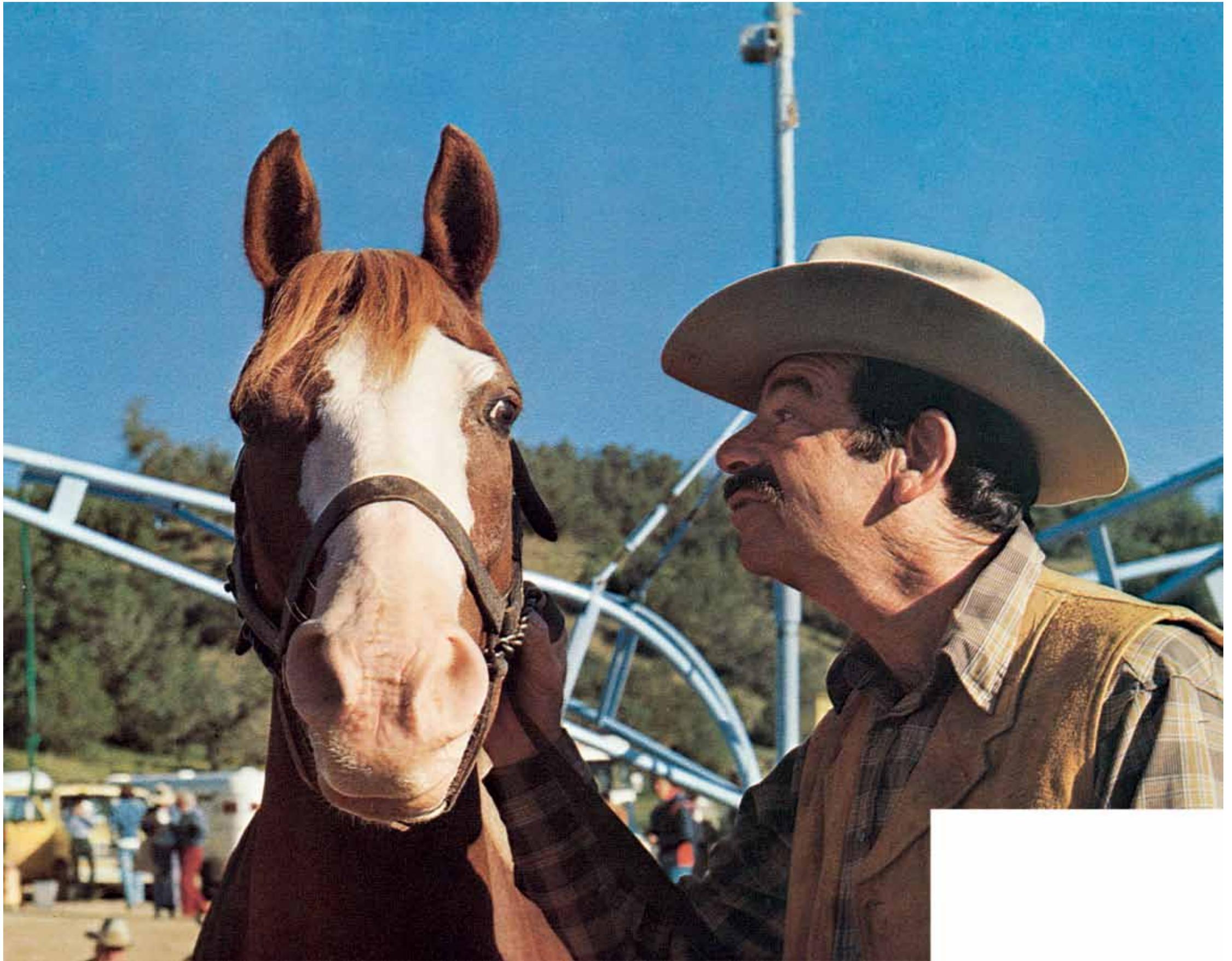




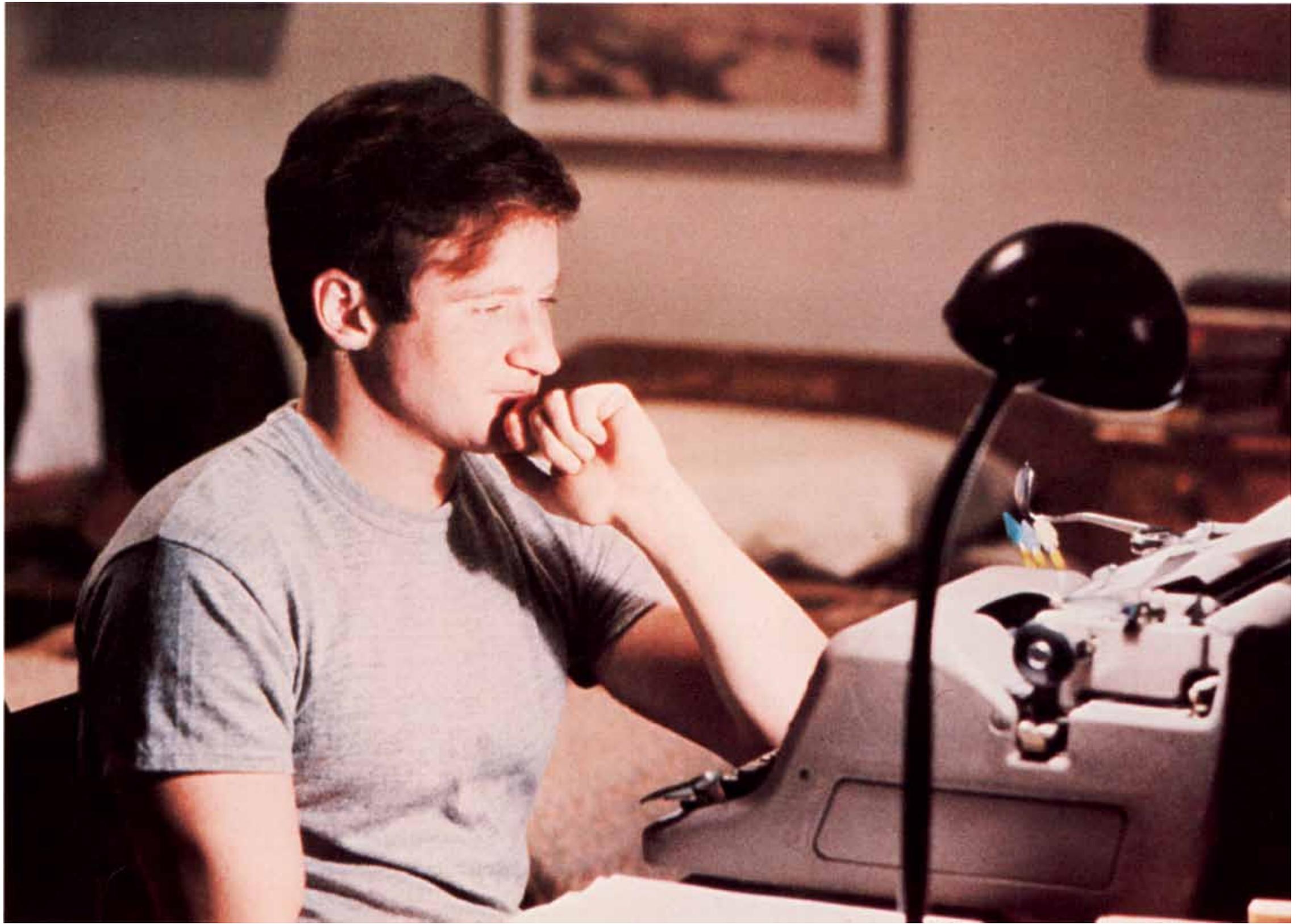


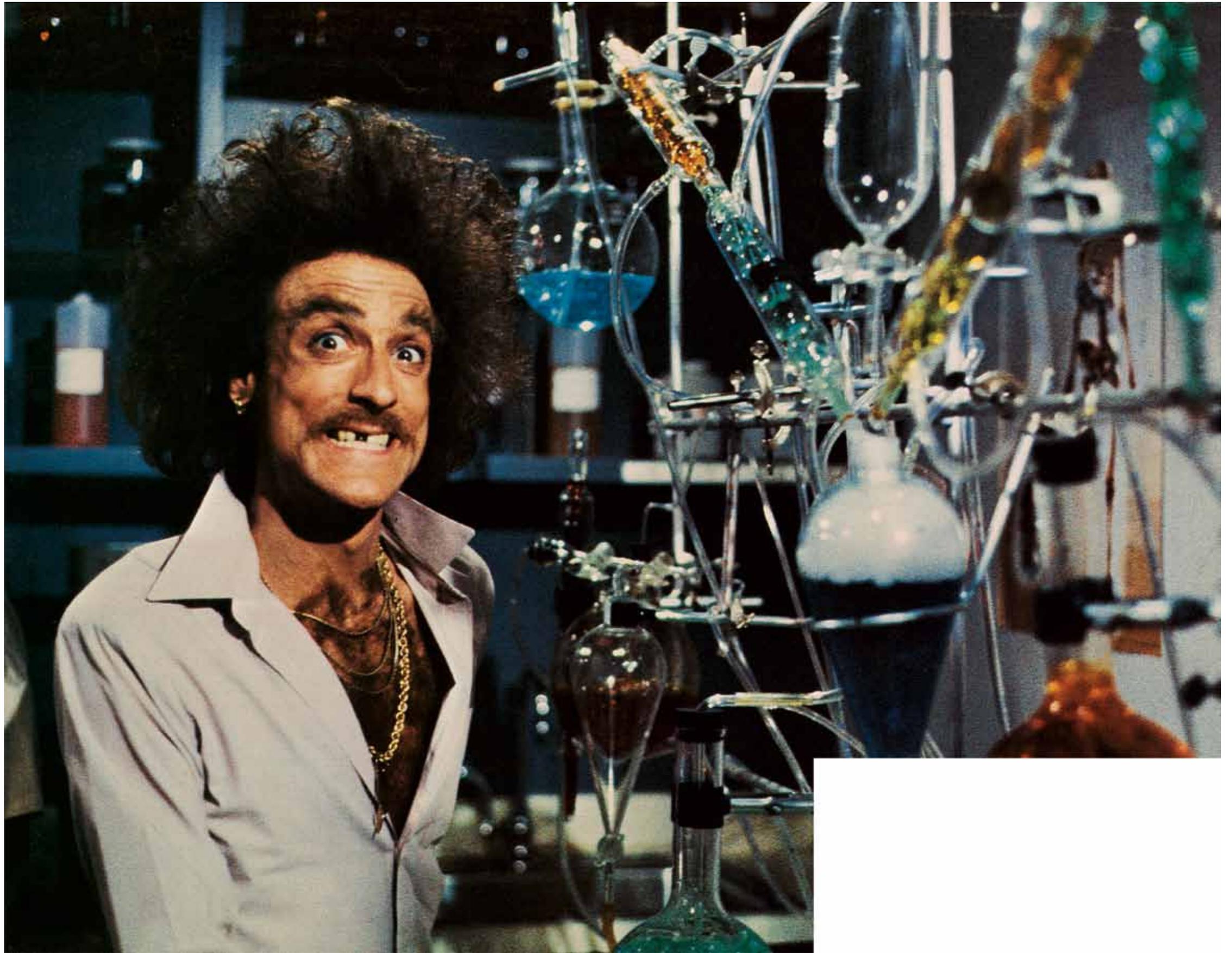






































LADIES WARDROBE  
PIC. 789 DATE 1/24/57  
TITLE 3 Jaas of 802  
DIR. N. Johnston  
ACTOR A Murray  
PART OF Seen  
CHANGE # 1  
WORN  
SS 8  
DESIGNER *Ranier*  
8X10



## STRUCTURES

Ringier est une pure entreprise familiale, dirigée par un membre de la cinquième génération, avec son siège principal à Zofingue (Suisse). Michael Ringier est président du conseil d'administration de la Ringier Holding SA dont font partie Ringier SA et Ringier Print Holding SA. Cette dernière est dirigée par un conseil d'administration séparé et dont le président est Martin Werfeli. Ringier Holding SA et Ringier SA sont dirigées par un conseil d'administration d'au moins trois membres.

La direction du groupe de Ringier SA, sous la présidence du CEO Christian Unger, assure les opérations commerciales. Ringier SA est divisé en six secteurs: Ringier Suisse et Allemagne, Ringier Europe centrale, Ringier digital, Ringier Pacifique/nouveaux marchés, Corporate Center, Corporate Communications.

Les opérations commerciales de chaque pays sont dirigées par la direction locale qui y est installée. Les organes de direction sont soutenus par différentes commissions au niveau du groupe. Celles-ci ont des domaines de responsabilité clairement définis et se rencontrent régulièrement.

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 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, CEO Marco Castellaneta, CCO/Corporate Communications/CSR Delegate Florian Fels, CEO Ringier Central Europe Samuel Hügli, CFO/CIO/Corporate Center Thomas Trüb, CEO Ringier Pacific/New Markets Marc Walder, CEO Ringier Suisse et Allemagne
RINGIER MANAGEMENT DU GROUPE	Collin Crowell, Ringier Vietnam Jelena Drakulic-Petrovic, Ringier Serbie Marius Hagger, Ringier Roumanie Mike Hay, Ringier Trade Media, Hong Kong Radomir Klein, Ringier Print Europe Tibor Kovács, Népszabadság, Hongrie Peter Mertus, Ringier Slovaquie Attila Mihok, Ringier Hongrie Libuse Smuclerova, Ringier Tchéquie Kenny Zhou, Ringier Chine  Caterina Ammann, Juridique Urs Gerhard, IT Services Jean-Luc Mauron, Human Resources
SWISS PRINTERS AG CONSEIL D'ADMINISTRATION	Martin Werfeli, Président Ulrich Flörchinger, Membre Samuel Hügli, Membre Peter Karlen, Membre Michael Preiswerk, Membre Jörg Schnyder, Membre Dr. Urs Schweizer, 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

01.01.2009	GROUPE	Martin Werfeli passe au conseil d'administration de Ringier SA et conserve son mandat de président du conseil d'administration de Ringier Print Holding SA
01.01.2009	GROUPE	Christian Unger devient nouveau CEO de Ringier SA
01.01.2009	SLOVAQUIE	Rachat des parts majoritaires de lesk.sk
01.01.2009	CROATIE	Rachat des parts majoritaires de Photo Nekretnine d.o.o. et entrée sur le marché croate
05.02.2009	HONGRIE	Lancement du magazine de cuisine Blikk Nök Konyha, extension en ligne du magazine féminin Blikk Nök
26.02.2009	ROUMANIE	Arrêt du quotidien gratuit Compact
01.03.2009	SUISSE	Bernhard Krättli devient directeur général de Radio BE1
05.03.2009	HONGRIE	Lancement de Nemzeti Sport Magazine, extension en ligne du quotidien Nemzeti Sport
09.03.2009	TCHÉQUIE	David Šaroch devient nouveau directeur commercial des secteurs journaux, magazines, et du secteur en ligne de Ringier Tchèque
19.03.2009	SERBIE	Rachat des parts majoritaires du magazine d'information NIN
23.03.2009	SUISSE	Arrêt du quotidien gratuit cash
01.04.2009	ROUMANIE	Inauguration de l'imprimerie de Ringier Print
01.04.2009	SERBIE	Sandra Radovanovic devient directrice d'édition des magazines; Jovan Protic, directeur d'édition de 24sata et des produits spéciaux est aussi nommé directeur d'E-Media
01.04.2009	SUISSE	Rolf Cavalli devient rédacteur en chef de blick.ch
20.04.2009	GROUPE	Alexander Theobald quitte la direction du Groupe Ringier, dont la composition est dorénavant réduite de sept à six membres
24.04.2009	GROUPE	Le rapport annuel Ringier 2008 a été illustré par l'artiste new-yorkais Josh Smith
24.04.2009	GROUPE	Nouveau chiffre d'affaires record de 1536 millions de francs pour Ringier
01.05.2009	TCHÉQUIE	Lukáš Tomek est nommé rédacteur en chef du quotidien Sport
14.05.2009	SUISSE	Daniel Hügli est nommé rédacteur en chef de cash, plateforme économique et financière
18.05.2009	SLOVAQUIE	Relance du portail en ligne slovaque lesk.sk
20.05.2009	HONGRIE	Lancement du site communautaire neon.hu
01.06.2009	ROUMANIE	Lancement de l'émission TV quotidienne Evenimentele zilei avec la chaîne B1 TV
01.06.2009	SERBIE	Antonije Kovacevic nommé rédacteur en chef du quotidien gratuit ALO!
01.06.2009	SUISSE	Jürg Lehmann devient directeur de l'école de journalisme de Ringier
04.06.2009	SUISSE	Entrée en service réussie des nouvelles installations de production de journaux chez Ringier Print Adligenswil
05.06.2009	SLOVAQUIE	Lancement de Nový Čas Zdravie, supplément hebdomadaire de santé et de bien-être
22.06.2009	VIETNAM	media swiss ag, filiale de Ringier, fait l'acquisition de la société Nhat Viet Group, chargée de mettre en place toutes les futures activités en ligne du groupe au Vietnam
24.06.2009	HONGRIE	Lancement du site web féminin pink.hu
30.06.2009	CHINE	Vente des droits d'exploitation du magazine de bord Oriental Sky
01.07.2009	ROUMANIE	Ringier Roumanie crée une division en ligne assurant cent postes de travail
01.07.2009	SUISSE	Christoph Bauer, directeur de New Media et membre de la direction générale, passe à l'AZ Medien Gruppe
01.07.2009	VIETNAM	Collin Crowell est nommé directeur général de Ringier Vietnam
01.07.2009	ROUMANIE	Inauguration de la nouvelle division en ligne, dirigée par intérim par Marius Hagger

07.07.2009	HONGRIE	Ringier AG acquiert toutes les participations des éditions allemandes Bauer Media Group dans la joint venture Euromedia
10.07.2009	SUISSE	Cessation de parution du magazine de santé Gesundheit Sprechstunde
17.07.2009	SUISSE	Caroline Thoma et nommée directrice du groupe Blick et membre de la direction générale
27.07.2009	SUISSE	Ringier met en place un nouveau secteur d'activités «Entertainment, Médias électroniques et Events», dirigé par Marco Castellaneta
31.07.2009	CHINE	Vente des droits d'exploitation du magazine Xinim Bella
01.08.2009	TCHÉQUIE	Daniel Hort est nommé directeur du marketing et membre de la direction générale
01.08.2009	TCHÉQUIE	Pavel Šafr est nommé rédacteur en chef du magazine pour jeunes ABC
01.08.2009	SUISSE	Sabina Diethelm devient rédactrice en chef de SI Style
17.08.2009	SUISSE	Le journal du soir gratuit Blick am Abend est désormais disponible à Lucerne, Saint-Gall et Zoug
01.09.2009	TCHÉQUIE	Lubor Černošník est nommé rédacteur en chef du tabloïd Aha!
01.09.2009	CHINE	Acquisition du magazine pour expatriés Shanghai Family
01.09.2009	GROUPE	Ringier regroupe ses activités de médias numériques dans la nouvelle division commerciale «Digital Media», dirigée par Thomas Huwiler
10.09.2009	SLOVAQUIE	Lancement de Váš. as, portail web de journalisme participatif
30.09.2009	TCHÉQUIE	Lancement du nouveau supplément mensuel Blesk Realty & Bydlení (Habitat et art de vivre)
01.10.2009	CHINE	La société est rebaptisée Ringier Chine
01.10.2009	VIETNAM	Lancement du magazine de cuisine et de recettes Bep Gia Dinh
13.10.2009	SUISSE	Ringier remet sept millions de photos aux archives du canton d'Argovie
15.10.2009	SUISSE	Relance du quotidien de boulevard Blick (50e anniversaire) en grand format
22.10.2009	SLOVAQUIE	Relance du mensuel féminin Rebecca sous le nouveau nom de Madam Eva
22.10.2009	HONGRIE	Lancement du magazine maisons et jardins Blikk Nők – Otthon & Kert, extension en ligne du magazine féminin Blikk Nők
30.10.2009	HONGRIE	Lancement du premier rapport de CSR basé sur les critères de la Global Reporting Initiative
12.11.2009	HONGRIE	Lancement du magazine pour jeunes Bravo Love, extension de Bravo
16.11.2009	TCHÉQUIE	Lancement du portail en ligne féminin bleskprozeny.cz
19.11.2009	GROUPE	Rolf Probala devient directeur du Festival de la Rose d'Or
26.11.2009	GROUPE	Remise des Ringier Photo Awards
01.12.2009	SUISSE	Ringier lance un club privilège dirigé par Markus Helbling
17.12.2009	SUISSE	Ringier et CTS Eventim fondent l'entreprise suisse de billetterie EVENTIM CH AG
18.12.2009	SUISSE	Ringier AG et DEAG Classics AG fondent The Classical Company AG pour l'organisation de concerts classiques en Suisse
18.12.2009	VIETNAM	Pour la troisième fois consécutive, la Fondation Dariu a été honorée pour ses prestations dans le domaine de la microfinance

**CHINE**

RINGIER CHINA 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.ringier.cn

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  
thaihoa@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.ringier.cn

RINGIER CHINA LTD.  
Room 1501, 500 Guandong Road  
Shanghai, 200001, P.R.C.  
Téléphone +86 21 6362 0022  
Téléfax +86 21 6360 5200  
services@ringierasia.com  
www.ringier.cn

RINGIER TRADE MEDIA 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 SHANGHAI CONFERENCE CO. LTD.  
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 4855  
www.industrysourcing.com

RINGIER TRADE MEDIA LTD.  
401-405 New Victory House  
93-103 Wing Lok Street  
Sheung Wan  
Hong Kong  
Téléphone+852 2369 8788  
Téléfax +852 2869 5919  
www.industrysourcing.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

RINGIER PRINT (HK) LTD.  
11-13 Dai Kwai Street,  
Tai Po, Industrial Estate  
Tai Po. N.T. Hong Kong  
Téléphone +852 2660 2666  
Téléfax +852 2664 1993  
info@ringierprint.com.hk  
www.ringierprint.com.hk

**ALLEMAGNE**

RINGIER PUBLISHING GMBH  
Lennéstrasse 1  
DE-10785 Berlin  
Téléphone +49 30 981 941 100  
Téléfax +49 30 981 941 199  
info@cicero.de  
www.ringier.de

JUNO KUNSTVERLAG GMBH  
Rosenthaler Strasse 49  
DE-10178 Berlin  
Téléphone +49 30 440 134 40  
Téléfax +49 30 440 134 43  
verlag@monopol-magazin.de  
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

**ROUMANIE**

RINGIER ROMANIA S.R.L.  
Novo Parc  
6, Dimitrie Pompeiu Biv.  
District 2  
RO-020337 Bucuresti  
Téléphone +40 21 20 30 800  
Téléfax +40 21 20 30 801  
www.ringier.ro

RINGIER PRINT S.R.L.  
Chitila Logistic Park  
Rudeni Street  
RO-077045 Chitila  
Téléphone +40 21 20 30 800  
Téléfax +40 21 20 30 801  
www.ringier.ro

**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

APM PRINTING PLANT D.O.O.  
III Bulevar 29  
RS-11070 Novi Beograd  
Téléphone +381 11 313 0438  
Téléfax +381 11 313 0439  
office@apmprint.rs  
www.apmprint.rs

TRANSPRESS D.O.O.  
Milutina Milankovica 29  
RS-11070 Novi Beograd  
Téléphone +381 11 337 6994  
Téléfax +381 11 337 6996  
office@transpress.rs  
www.transpress.rs

**SUISSE**

RINGIER AG  
Dufourstrasse 23  
CH-8008 Zürich  
Téléphone +41 44 259 61 11  
Téléfax +41 44 259 43 79  
info@ringier.ch  
www.ringier.ch  
www.ringier.com

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

RINGIER AG  
RingierTV  
Hagenholzstrasse 83b  
CH-8050 Zürich  
Téléphone +41 44 308 54 54  
Téléfax +41 44 308 54 40  
info@ringier.tv  
www.ringier.tv

RADIO BE1  
Optingenstrasse 56  
Post Box 492  
CH-3000 Bern 25  
Téléphone +41 31 340 50 50  
Téléfax +41 31 340 50 55  
kontakt@radiobe1.ch  
www.radiobe1.ch

RINGIER SA  
Pont Bessières 3  
Post Box 7289  
CH-1002 Lausanne  
Téléphone +41 21 331 70 00  
Téléfax +41 21 331 70 01  
info@ringier.ch  
www.ringier.ch

RADIO ENERGY  
Kreuzstrasse 26  
CH-8032 Zürich  
Téléphone +41 44 250 90 00  
Téléfax +41 44 250 90 01  
redaktion@energyzueri.ch  
www.energyzueri.ch

RINGIER PRINT ADLIGENSWIL AG  
Post Box 2469  
CH-6002 Luzern  
Téléphone +41 41 375 11 11  
Téléfax +41 41 375 16 68  
info.rpa@ringier.ch  
www.ringierprint.ch

GOOD NEWS PRODUCTIONS AG  
Thurgauerstrasse 105  
CH-8152 Glattbrugg  
Téléphone +41 44 809 66 66  
Téléfax +41 44 809 66 00  
info@goodnews.ch  
www.goodnews.ch

SWISS PRINTERS AG  
Brühlstrasse 5  
CH-4800 Zofingen  
Téléphone +41 62 746 49 49  
Téléfax +41 62 746 36 16  
info@swissprinters.ch  
www.swissprinters.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

RINGIER PRINT ZOFINGEN AG  
Brühlstrasse 5  
CH-4800 Zofingen  
Téléphone +41 62 746 31 11  
Téléfax +41 62 746 31 92  
ringierprint@swissprinters.ch  
www.swissprinters.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

ZOLLIKOFER AG  
Fürstenlandstrasse 122  
Post Box 2362  
CH-9001 St. Gallen  
Téléphone +41 71 272 77 77  
Téléfax +41 71 272 74 72  
zollikofer@swissprinters.ch  
www.swissprinters.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

IMPRIMERIES RÉUNIES LAUSANNE SA  
Chemin du Closel 5  
Post Box 350  
CH-1020 Renens  
Téléphone +41 21 349 53 49  
Téléfax +41 21 349 53 53  
irl@swissprinters.ch  
www.swissprinters.ch

BETTY BOSSI VERLAG AG  
Bürglistrasse 29  
Post Box  
CH-8021 Zurich  
Téléphone +41 44 209 19 19  
Téléfax +41 44 209 19 20  
bettybossi@bettybossi.ch  
www.bettybossi.ch

NZZ FRETZ AG  
Zürcherstrasse 39  
Post Box  
CH-8952 Schlieren  
Téléphone +41 44 258 14 44  
Téléfax +41 44 258 18 80  
nzz-fretz@swissprinters.ch  
www.swissprinters.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

PREVION AG  
Bahnhofplatz  
CH-4800 Zofingen  
Téléphone +41 62 745 90 00  
Téléfax +41 848 840 181  
info@previon.ch  
www.previon.ch

ROSE D'OR AG  
Sempacherstrasse 3  
CH-6003 Luzern  
Téléphone +41 41 242 09 05  
Téléfax +41 41 242 09 06  
info@rosedor.com  
www.rosedor.com

THE CLASSICAL COMPANY AG  
c/o Ringier AG  
Dufourstrasse 23  
CH-8008 Zurich  
Téléphone +41 44 259 67 50  
michael.voss@ringier.ch  
www.classicalcompany.ch

#### SLOVAQUIE

RINGIER SLOVAKIA, A.S.  
Prievozska 14  
SK-812 09 Bratislava  
Téléphone +421 258 227 111  
Téléfax +421 258 227 450  
www.ringier.sk

#### RÉPUBLIQUE TCHÈQUE

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.  
Černokostelecká 613/145  
CZ-100 00 Praha 10  
Téléphone +420 225 283 111  
Téléfax +420 225 283 288  
www.ringierprint.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

#### HONGRIE

RINGIER KIADÓ KFT.  
Futó u. 35-37.  
HU-1141 Budapest  
Téléphone +36 1 460 25 00  
Téléfax +36 1 460 25 01  
kiado@ringier.hu  
www.ringier.hu

NÉPSZABADSÁG ZRT.  
Bécsi út 122-124  
HU-1034 Budapest  
Téléphone +36 1 436 4444  
Téléfax +36 1 436 4604  
www.nol.hu

MÉDIALOG ZRT.  
Campona utca 1  
«K» Building, Ground Floor  
HU-1225 Budapest  
Téléphone +36 1 501 8755  
Téléfax +36 1 501 8100  
info@medialog.hu  
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  
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 1650  
www.ringier.com.vn

RINGIER VIETNAM CO. LTD.  
128 Phan Dang Luu, Floor 4  
Ward 3, Phu Nhuan District  
Ho Chi Minh City, Vietnam  
Téléphone +84 8 3995 2646  
Téléfax +84 8 3995 2645  
collin@ringier.com.vn  
www.ringier.com.vn

## « It's the journalism, stupid! »

De quoi parlons-nous le plus volontiers ? De nos humeurs. Parce que nous nous sentons menacés. Par la « newsroom », le « online », le « free content ». Ces derniers temps, nous évoquons des choses qui n'ont rien à voir avec le bon vieux journalisme.

Où parlons-nous de l'avenir et de la crise de notre métier ? Dans les « workshops », les « panels », les « brain storming ».

Les spécialistes médias se sont emparés de notre profession. Ils annoncent tour à tour une révolution fondamentale ou la fin proche du journal imprimé. Nous regardons ces professeurs avec effroi, les yeux ronds. Et nous croyons ce qu'ils racontent.

Les journalistes se sont entichés de l'apocalypse, ils jouent avec elle, jour après jour, heure après heure : du changement climatique à la grippe porcine en passant par le tsunami. Et maintenant, l'apocalypse joue avec nous.

Il est vrai que nous devons, pour une bonne part, nous en prendre à nous-mêmes. Comme dans la réalité mondiale l'économie financière l'a emporté, chez les éditeurs, sur l'économie réelle. Et comme partout, la finance a poussé les maisons d'édition vers le profit maximum et a nui ainsi au réel : le journalisme.

Nous avons dû céder le pas aux commandos des valises à roulettes, aux « controllers », aux « consultants » qui nous expliquaient à grands renforts de « flipcharts », de « overhead projections », de « PowerPoint presentations » que nous devons fabriquer du « content for people », toujours trop cher « par page », ce qui rendait indispensable

un « relaunch ». Les émissaires du nouvel âge, instruits à Boston et St.-Gall, licenciés en obscurantisme économique, ont prêché la sainteté du « consumer ».

Ces « executives » du nouveau pouvoir – à voir dans toute leur inhumanité dans le film « Up in the air » avec George Clooney – nous ont volé, à travers le « powertalk », jusqu'à notre langue : l'allemand.

Devenus muets, nous avons abdiqué.

Bon, maintenant, parlons aussi le globalais. Le langage qui convient à ces « sessions » et ces « conventions » qui traitent de notre déclin. Au bout du compte, sur un point, nous sommes restés des journalistes de la bonne vieille école : ce qui nous en impose, c'est le « mainstream ».

Pourtant le passé récent nous donne une autre leçon : celui qui s'aveugle dans le « mainstream » perd de vue ce qui se passe vraiment. L'économie financière en a fait l'expérience. Devons-nous l'imiter ?

Sûrement pas. Car il en va de ce dont nous aurions déjà dû entendre parler : le journalisme. Ou, autrement dit, en globalais et en citation libre de Bill Clinton : « It's the journalism, stupid! »

Maintenant qu'est-ce au juste que le journalisme ? C'est la culture de la langue que nous servons avec passion. C'est la foi dans la force du langage, l'alpha et l'omega de notre métier. Bien sûr non pas le mot comme emballage, non pas le mot pour le mot, mais le mot qui veut éclairer.

L'expression des « Lumières » n'est évidemment plus très actuelle. L'esprit du temps célèbre le client, pas le citoyen.

Nous aussi journalistes nous nous sommes laissés domestiquer, nous sommes devenus les serviteurs du « consumer », de l'utilisateur au lieu du lecteur. Le lecteur, c'était le citoyen. Un individu imprévisible, donc dangereux à l'époque du « controlling » total.

Donner la parole au lecteur, au citoyen, voilà ce qui est, ce qui devrait être, ce qui fut notre compétence première. Le pouvoir du citoyen se base finalement sur ce service que nous devons lui rendre tous les jours : lui fournir un instrument pour comprendre les choses. Afin précisément qu'il ne soit pas seulement un consommateur.

C'est pourquoi le terme si désuet de « Lumières » est le mot juste qui s'impose à notre temps. Parce qu'il rime avec journalisme.

Mais pour que ce soit le cas, il importe d'en revenir à la base du métier : le travail autour du mot, autour de l'histoire à raconter, autour du reportage, de l'interview, du commentaire, de l'essai. Nous devons être des battants, des passionnés : pour notre journalisme.

Les rédacteurs en chef doivent enfin se battre à nouveau pour trouver les meilleurs enquêteurs, les meilleures plumes, les meilleurs reporters, les meilleurs éditorialistes. Leur combat, c'est aussi critiquer, féliciter, secouer, apaiser, exiger et enthousiasmer.

Telle est la tâche de nos rédacteurs en chef. Rien d'autre. Leur « workshop », c'est la rédaction, leur « panel », la rédaction, leur « convention », la rédaction encore. Ils n'ont pas de temps à perdre en « meetings » avec la cohorte des « controllers » et des « consultants ».

Est-ce là s'enflammer sur une époque depuis longtemps passée ? Celle où le patron de la rédaction réécrivait le dernier texte jusque tard le soir, qui rédigeait le dernier titre et qui s'en allait ensuite avec les derniers collègues dans le dernier bistrot pour parler du journal du lendemain ? Oublié, tout cela ?

Nullement. C'est ainsi que se pratique le vrai journalisme : intellectuel et émotionnel, narcissique et altruiste, libertaire et autoritaire, souvent chaotique aussi.

La rédaction est un club qui décrit la société à travers les histoires que livre celle-ci, qui la rend plus lisible, plus reconnaissable, plus capable aussi de se transformer. Les journalistes sont des artisans de la pensée qui écrivent des histoires jour après jour et décrivent ainsi l'histoire de la quotidienneté.

C'est ainsi, pas autrement, que fonctionne notre économie réelle : le journalisme, tout le contraire du management. Ce qui arrive lorsque l'on triche avec cette économie du réel, la finance nous l'a jeté à la figure. En apprendrons-nous quelque chose ?

Le temps du journalisme est revenu !



John Baldessari (\*1931) est l'un des représentants les plus influents de l'art conceptuel et, depuis les années 1960, l'une des principales figures de l'art contemporain. Depuis qu'il a brûlé en 1970, lors d'une spectaculaire performance intitulée *Cremation Project*, l'ensemble de sa production peinte entre 1953 et 1966, son œuvre explore les relations mutuelles qu'entretiennent ces deux formes d'expression que sont le langage et l'image. Dans sa peinture, ses photographies, ses films et vidéos, ses collages et reliefs, Baldessari analyse les mécanismes de la représentation médiatique tout en questionnant l'acte artistique lui-même. Depuis la fin des années 1960, il puise dans les médias de masse les matériaux pour réaliser ses images, souvent combinées avec du texte. Ainsi, entretient-il une relation teintée d'humour et d'ironie vis-à-vis du Pop Art comme de l'art conceptuel, qu'il critique tous deux de façon créative, essentielle et légère, loin de tout dogmatisme. Très tôt, Baldessari a commencé à intégrer dans ses travaux des images et des textes issus de la production cinématographique ou publicitaire, se constituant une importante banque d'images issues du cinéma, de la publicité ou de la presse. Il contraste, coupe et façonne le matériau de l'image en de nombreuses variantes et recompositions. Ses montages assemblant photographie et écriture contrecarrent constamment les associations narratives engendrées par chaque élément et offrent un large spectre de significations possibles. En effet, ses compositions à couches multiples, toujours empreintes d'humour, autorisent les interprétations les plus diverses, soulignant la relativité même de toute signification. S'il travaille, à partir de 1980, à des séries de photographies et de tableaux la plupart du temps sans texte, l'artiste continue néanmoins, comme dans ses précédents montages d'images et de

textes, à se focaliser sur les conflits et les créations de contenus narratifs. Dans sa série de compositions à « pastilles » blanches, rouges ou vertes avec lesquelles il recouvre les visages puis d'autres détails d'images récupérées – un geste devenu depuis signature –, la superposition d'informations visuelles ajoute à la controverse sémantique. Le jeu avec la culture pop et la critique de celle-ci, ajoutée à celle de la lisibilité et de la manipulation des images, constituent, jusqu'à présent, la base de son travail artistique. Dans le développement de son œuvre, les couches repeintes, les espaces vides, les intervalles et le retrait d'informations jouent de plus en plus souvent le rôle du langage perçu par l'observateur. Dans ses travaux, Baldessari utilise toujours des images issues de la production de masse et de l'industrie médiatique de seconde classe : des images célèbres limiteraient l'offre, pour ainsi dire, infinie de sens, ainsi que leur dialogue avec l'observateur ; en outre, elles appauvriraient le jeu mutuel de rappel et d'oubli des images vues au cinéma ou par le biais des médias, images dont nous nourrissons nos conversations intérieures.

Pour ce rapport annuel, John Baldessari a réalisé un livre d'artiste qui, par son jeu de concomitance entre évocation et oubli – celui de récits suggérés (sans être développés) par des images incomplètes et par l'interprétation forcément subjective de l'observateur –, produit une création de sens et de récits. Page après page, nous cheminons à travers des fragments d'images fixes, regroupés par l'artiste dans une mise en page dynamique qui conduit, dans un second chapitre, à découvrir des images « complètes ». C'est dans cette partie du livre, fournissant à première vue une information et une narration univoques, que le rapport

annuel a été introduit. John Baldessari jongle avec les thèmes de la composition, de l'omission et de la « mise en rythme ». Avec cet enchaînement de pages du rapport annuel, il est non seulement possible de composer sa propre image d'ensemble, mais également de procéder à des tests pour vérifier ce qu'il nous en reste en mémoire et passer ainsi en revue nos idées préconçues. Avec ces informations parcellisées sous forme d'images, Baldessari construit un écheveau de références à notre relation à l'information en général et à la manière dont elle se génère – ceci dans le rapport annuel d'une entreprise de médias elle-même chaque jour confrontée au potentiel suggestif, mnémonique et manipulable des images.















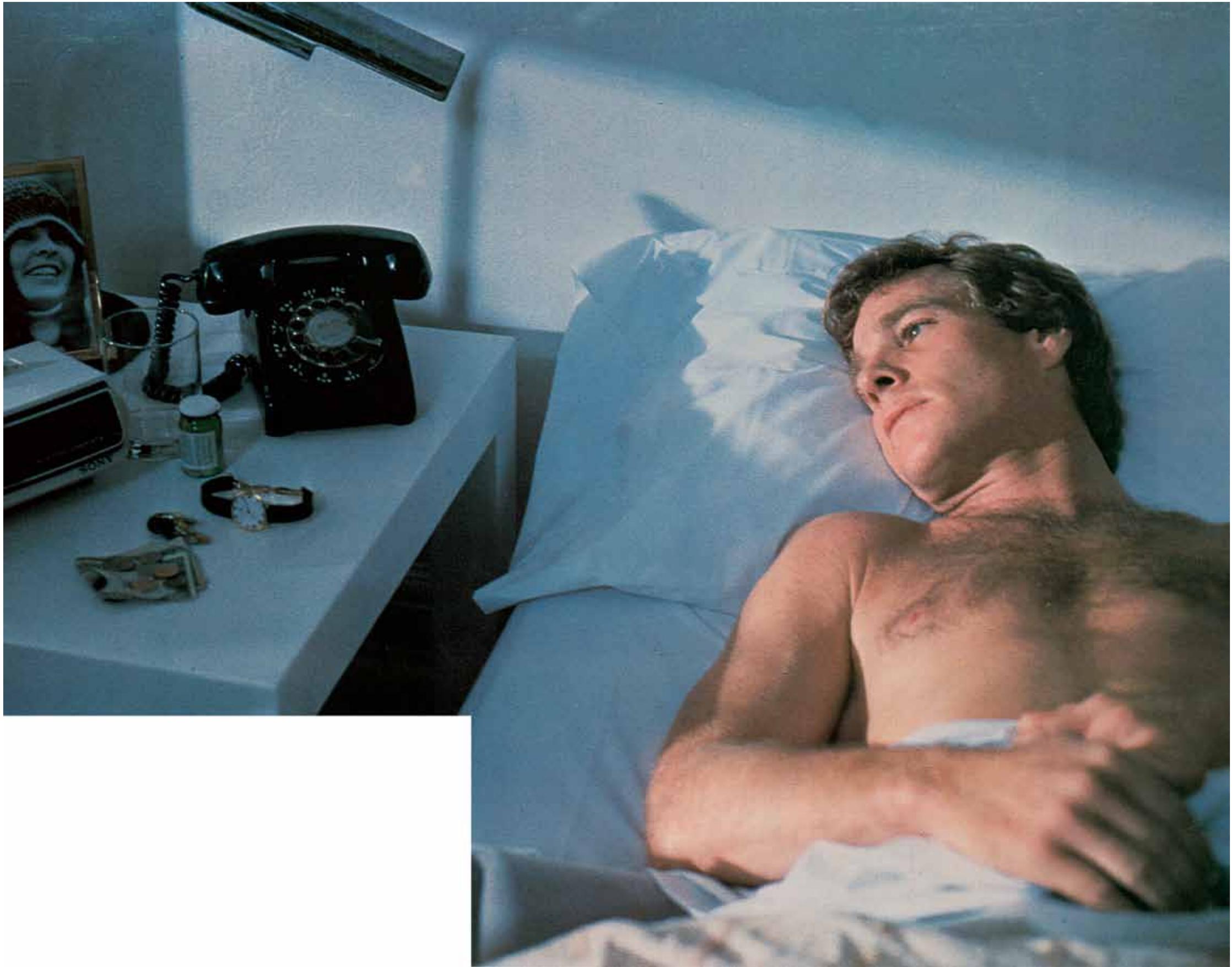




















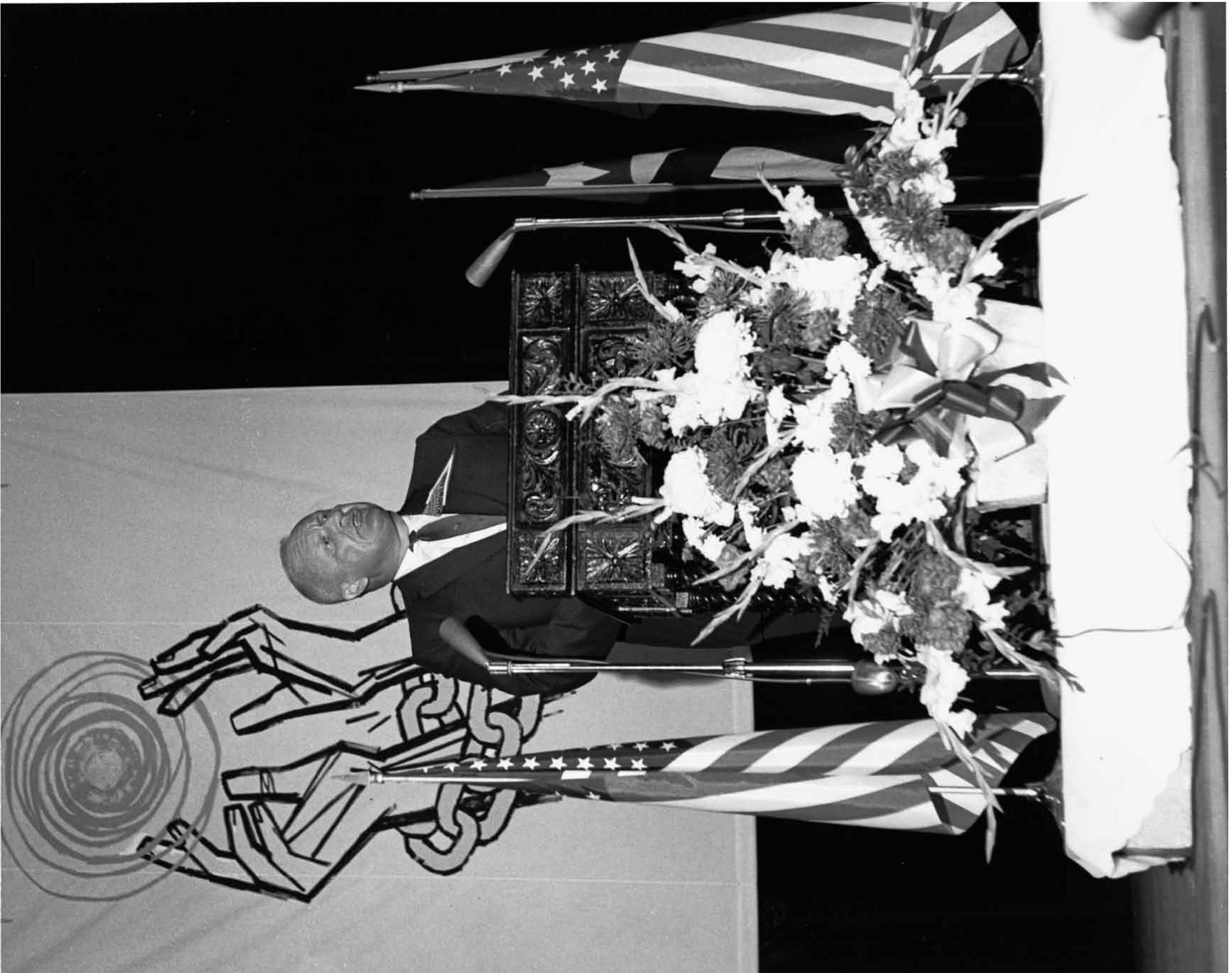












































































THE UNIVERSITY OF CALIFORNIA  
AT LOS ANGELES  
DEPARTMENT OF CHEMISTRY  
BY JAMES E. HILBERT, M.S. 1958









Editeur	Ringier AG, Corporate 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 of Corporate Communications, Groupe Ringier
Direction du projet	Myrta Bugini, Ringier Corporate Publishing and Design
Edition du projet artistique	Beatrix Ruf, Conservatrice de la Collection Ringier et Directrice de la Kunsthalle Zürich
Artiste	John Baldessari, Santa Monica, USA
Design graphique	Gavillet & Rust, Genève
Caractère typographique	Executive, <a href="http://www.optimo.ch">www.optimo.ch</a>
Traducteur	Jean-Luc Ingold, Genève
Lectorat	Ringier SA, Lausanne et Kevin Slide
Versions disponibles	Française, allemande, anglaise
Remerciements	L'artiste souhaite remercier Brienne Arrington, Lionel Bovier, Carmelo Buffoli, Vincent Devaud, Gilles Gavillet, Shelly George, Io Olivera, Beatrix Ruf, Kim Schoenstadt, Salome Schnetz et Franziska Wagner

## Exemplaires supplémentaires :

Ringier AG  
Group Communications  
Dufourstrasse 23  
CH-8008 Zürich  
Téléphone +41 44 259 64 00  
Téléfax +41 44 259 86 35  
[info@ringier.ch](mailto:info@ringier.ch)  
[www.ringier.ch](http://www.ringier.ch), [www.ringier.com](http://www.ringier.com)

L'ouvrage paraît également dans une version disponible en librairie (sans la partie Rapport annuel) et peut être commandé sur [www.jrp-ringier.com](http://www.jrp-ringier.com) (ISBN 978-3-03764-117-0).

