

Ringier Rapport annuel 2011

Prologue, Michael Ringier	4	Corporate Responsibility	60
Ringier en un coup d'œil	6	Structure des collaborateurs	62
Ringier en 2011, Christian Unger	8	Organisation	64
Développement économique	12	Epilogue, Frank A. Meyer	66
Le groupe Ringier en chiffres	14	L'artiste	68
Le groupe Ringier Compte de pertes et profits	16	Impressum	70
Ringier Suisse et Allemagne	18		
Ringier Print Suisse	28		
Ringier Central Europe	36		
Ringier Asia Pacific/New Markets	50		
Participations importantes	58		

Prologue par Michael Ringier

Le rapport de gestion 2011 est publié comme un rouleau de papier-toilette. Les réactions devraient être assez mitigées. «Ringier est maintenant vraiment au bout du rouleau», pourrait bien être l'une des remarques les plus douces que nous pourrions nous attirer. Alors accordez-moi quelques lignes de patience pour vous expliquer pourquoi personne mieux que l'artiste italien Maurizio Cattelan, concepteur de ce rapport, ne peut illustrer de meilleure manière la situation actuelle d'une entreprise de médias.

Preuve en est, en effet, sa grande rétrospective présentée il y a quelques mois au musée Guggenheim de New York. Cette institution a été bâtie par Frank Lloyd Wright en forme de rotonde. Le visiteur la parcourt de haut en bas ou de bas en haut comme s'il suivait une sorte de spirale: il regarde les toiles accrochées aux parois en laissant derrière lui un vide immense. Et qu'a fait Maurizio Cattelan? Il a suspendu

toutes ses œuvres au sommet de la coupole, trente mètres au-dessus du sol, et a ainsi rempli tout l'espace d'ordinaire inoccupé. Le public ne regarde alors plus les coupures parois vers l'extérieur mais vers le vide à l'intérieur laissé libre d'habitude. L'artiste italien a simplement inversé le musée.

Par cela, Maurizio Cattelan a pratiquement réinventé un bâtiment de plus de cinquante ans. Et c'est justement pour ça qu'il peut nous servir d'exemple. Car nous avons le même devoir: nous devons, nous aussi, reconcevoir une entreprise de bientôt cent quatre-vingts ans. Une tâche immense et lourde, nous avons de coupure nouveau pu nous en rendre compte l'année dernière.

Le marché traditionnel de l'imprimé est extrêmement concurrentiel et souffre de surcroît d'un environnement économique difficile qui prédomine presque partout où

nous travaillons. Le franc fort et les surcapacités pèsent lourdement sur le secteur de l'imprimerie et nombre de nos clients publicitaires souffrent, eux aussi, de cette pression sur les taux de change. En Europe de l'Est également la crise économique a laissé des traces. Des pays comme la Hongrie ou la Roumanie se battent dos au mur pour survivre économiquement. Et les bénéfices encore réjouissants réalisés en Coupure Orient fondent considérablement en arrivant en Suisse. Nos nouvelles activités exigent d'importants investissements et engendrent d'appréciables coûts de lancement. Les revenus complémentaires de l'avenir doivent, dans un premier temps, être développés avec beaucoup de patience et d'habileté. Ils sont encore loin de compenser les bénéfices en baisse de nos affaires de base.

C'est précisément pour ça que le mode de penser d'un Maurizio Cattelan nous est précieux. Nous devons pareillement regarder les choses d'un œil nouveau, penser de

façon originale, réinventer. Et nous devons faire des expériences, comme un artiste, sans pouvoir évaluer avec précision comment le public va réagir. Il y a une chose toutefois que nous avons apprise rapidement au cours des quelques années qu'a duré notre apprentissage du numérique: «The winner takes it all». Si on ne se coupe pas tout en haut sur le marché numérique dans lequel on veut entrer, on se retrouve tout en bas.

Bien que les prochaines années risquent de rester plutôt ardues, je suis extrêmement confiant. Ces cinq dernières années, j'ai vécu plus de changements dans cette entreprise que durant les vingt-cinq ans précédents que j'y ai passés. Les collaborateurs de Ringier vivent ces changements non pas comme une menace mais comme un défi. Le rapport de gestion de cette année constitue à ce titre la meilleure provocation qui convienne. Maurizio Cattelan nous a mis, nous aussi, sur la sellette.

P.-S.: Si vous considérez une inscription sur Google comme une sorte de monnaie, vous devriez conserver ce rapport de gestion pour vos enfants. Car sous «Maurizio Cattelan» vous trouverez en mars deux fois plus de mentions que sous Jeff Koons. Or, ce dernier est tout de même l'artiste le plus cher du moment ...

Ringier en un coup d'œil

Ringier SA est la plus grande entreprise suisse de médias travaillant à l'échelle internationale avec siège à Zurich et des activités commerciales en Suisse, en Allemagne, en Hongrie, en Roumanie, au Vietnam et en Chine. De surcroît, Ringier travaille en Europe de l'est par l'entremise de Ringier Axel Springer media SA, une joint venture à 50/-50 créée avec l'éditeur allemand Axel Springer Verlag, dans laquelle les deux entreprises ont regroupé leurs activités en Tchéquie, en Pologne, en Serbie et en Slovaquie.

Ringier se distingue par d'excellents produits, un journalisme pointu et du divertissement de première qualité. Les environ 7500 collaborateurs de Ringier dans le monde produisent plus de cent vingt journaux et magazines, gèrent des imprimeries ainsi que divers canaux de radio et de télévision, ils animent plus de quatre-vingts plateformes sur internet et pour appareils mobiles dans les domaines de l'information et de l'e-commerce et organisent, enfin, des concerts et des shows ébouriffants. Riche d'une

histoire de presque cent quatre-vingts ans, Ringier défend l'esprit pionnier dans les médias et prône l'individualisme, l'indépendance, la liberté de pensée et la diversité de l'information. Sur son marché intérieur, la Suisse, Ringier emploie 3200 collaborateurs. Son large éventail de journaux et de magazines, d'émissions de télévision et de plateformes d'e-commerce fait de Ringier le numéro un des principaux médias de boulevard et de divertissement.

Ces dernières années, Ringier est passée d'une maison d'édition traditionnelle à une entreprise de médias intégrée et diversifiée qui concentre ses activités sur le journalisme, son champ principal, le commerce digital et le divertissement.

Le portefeuille de Ringier Suisse comprend des marques connues comme le groupe *Blick*, la *Schweizer Illustrierte*, *Cash*, *Cicero*, *L'illustré*, *L'Hebdo* ou *Le Temps*, mais aussi *Betty Bossi*, *Good News*, *Ticketcorner*, *Radio Energy*, *Scout 24*, *jobs.ch* ou *deindeal.ch*.

A l'étranger, ce sont des marques, des licences ou des participations comme *Blick*, *Blic*, *Blesk*, *Reflex*, *Népszabadság*, *Libertatea*, *Bravo*, *ELLE*, *Women's Health*, *City Weekend* ou *Asia Inflight*.

Fondée en 1833, Ringier SA est, aujourd'hui encore, une entreprise familiale. Le président du conseil d'administration Michael Ringier dirige l'entreprise en tant que représentant de la cinquième génération. Ses sœurs Annette Ringier et Evelyn Lingg-Ringier sont co-propriétaires à parts égales. Robin, fils d'Evelyn, siège au conseil d'administration depuis 2011.

Ringier défend depuis 180 ans une mentalité de pionnier, l'indépendance et la diversité de l'information. En tant qu'entreprise familiale, Ringier incarne depuis cinq générations un pan de l'identité helvétique.



Ringier en 2011 par Christian Unger, CEO

Pour Ringier, 2011 a été une **année riche en événements et pleine d'exigences** sous le signe de la mutation, de la croissance et des défis économiques.

Après les revers de 2009 provoqués par la crise économique et le développement relativement positif de 2010, l'année 2011 a été marquée par une incertitude macroéconomique sur les marchés mondiaux. Durant le second semestre, particulièrement, les conditions-cadres ont donc pris un tour plus difficile que prévu dans tous les pays où travaille Ringier, et nos activités sont restées sous pression. Néanmoins, nous avons pu poursuivre la réalisation conséquente de notre stratégie d'entreprise, avec une nette croissance dans le domaine numérique et d'autres importantes mesures de diversification.

Par bonheur, nous avons aussi réussi à renforcer **nos activités centrales d'édition**. Après avoir introduit avec succès une newsroom intégrée pour le groupe *Blick* à Zurich, d'autres newsrooms ont été créées en 2011 sur le même modèle à Belgrade (Serbie), à Bucarest (Roumanie) et à Prague (République tchèque) pour tirer parti, là

aussi, des possibilités de synergies entre les différents canaux et titres. De surcroît, au cours d'une année difficile pour nos activités de base, nous avons réussi, à l'encontre de la tendance actuelle, à lancer divers nouveaux titres comme le magazine *LandLiebe* en Suisse, le magazine automobile *Top Gear* en Pologne, ou le magazine de mode *ELLE* ainsi que le magazine féminin *Women's Health* au Vietnam. Notre éventail d'applis numériques a également été enrichi par étapes. C'est ainsi que Ringier propose actuellement plus de cent applications pour mobiles. Heureusement, nos affaires en Roumanie ont aussi atteint leur point d'équilibre et notre portefeuille de magazines y a même été considérablement renforcé par l'acquisition d'Édipresse Roumanie.

Nous avons poursuivi **notre croissance dans le commerce numérique** d'un côté par une progression organique, mais surtout en prenant une participation dans le portail en ligne slovaque *Azet*, en acquérant la majorité de la plateforme d'achats groupés leader en Suisse *deindeal.ch* et par une participation stratégique à la plus importante plateforme suisse d'emplois *jobs.ch*. Ce faisant, nous avons pu poser d'autres jalons

importants pour notre développement numérique. Nous sommes ainsi devenus numéro un de Slovaquie des fournisseurs en ligne, alors qu'en Suisse nous affichons l'une des proportions numériques les plus élevées des maisons des médias.

Pour diminuer notre dépendance des cycles économiques, la **diversification de nos sources de revenus** constitue un composant essentiel de notre stratégie. En ce sens, le domaine du divertissement, surtout, a pris une importance stratégique déterminante et représente aujourd'hui déjà en Suisse notre troisième source de recettes. En 2011 également, l'extension de cette activité a poursuivi une heureuse progression: en créant avec Infront la joint-venture *Infront Ringier Sports & Entertainment Switzerland*, Ringier est devenu la première entreprise commercialisant les droits du sport. Et avec la participation d'*Energy Holding* dans *Radio Basel*, le réseau existant de *Radio Energy* a pu s'enrichir et poursuivre son développement. Nous allons maintenant, si possible, appliquer de façon ciblée notre stratégie de divertissement en dehors de la Suisse.

Pour pouvoir explorer plus avant de **nouveaux domaines**, en plus des créneaux commerciaux existants et éprouvés, nous nous appuyons sur notre pratique de pionnier des médias et sur les expériences faites au cours des dernières décennies dans la recherche et la réalisation de nouveaux modèles. Cela exige un certain plaisir à prendre des risques et l'aptitude à tenter des expériences. C'est ainsi que nous menons de modestes opérations-tests en Afrique et que nous nous demandons quels modèles commerciaux nous pourrions lancer avec quelques chances de succès sur le marché des applis. Ce que nous apprendrons à cette occasion nous aidera à nous lancer encore sur de nouveaux marchés géographiques et thématiques.

Notre stratégie à long terme s'appuie sur l'extension ciblée de nos activités éditoriales centrales, de nos activités numériques et une diversification constante de nos sources de revenus.

La **part de chaque segment** sera différente selon la région et le marché. La Suisse, pionnière en la matière, jouant le rôle de guide pour réaliser cette stratégie, ces succès peuvent s'appliquer maintenant également en Europe de l'Est et en Asie en se basant sur les expériences faites. La joint-venture avec Axel Springer, Ringier Axel Springer Media AG, est, par exemple, déjà en mesure de suivre cette voie et peut, après une année d'exploitation opérationnelle, annoncer une consolidation de ses activités centrales et une croissance dans le domaine numérique – nous sommes sur la bonne voie et les perspectives de développement semblent toujours aussi positives.

Ringier était et reste comme avant **la plus créative, la plus portée aux changements et, pour cela aussi, la plus capable d'apprendre et de s'adapter des maisons de médias suisses**. Ce sont d'excellentes conditions pour notre future croissance et notre développement. En tant que maison de médias intégrée et diversifiée, Ringier peut jouer un rôle de pionnier dans l'association futée du divertissement et de l'information, tant dans leur contenu que commercialement. Et se servir de cette force pour l'exporter au-delà des frontières du pays.

Pour y arriver, nous devons poursuivre encore plus rapidement et avec plus de détermination la réalisation de notre stratégie. Nous devons mieux nous protéger des fluctuations conjoncturelles et encore augmenter notre rentabilité pour pouvoir engager les moyens nécessaires aux investissements exigés par cette stratégie. Il faut pour cela continuer de garder les yeux ouverts sur les coûts, la créativité et la force d'innovation, et avoir la main sûre pour mener d'habiles transactions.

Mais il faut surtout l'esprit positif et tourné vers l'avenir de Ringier, cet esprit qu'incarnent nos 7500 collaboratrices et collaborateurs dans le monde entier, cet esprit que nos clients et partenaires sentent et apprécient. Il nous a porté depuis bientôt cent quatre-vingts ans et il nous entraîne une fois de plus vers une nouvelle ère pour Ringier. Je suis ravi de faire partie de cet esprit et de l'avenir de Ringier, et je vous remercie de manifester votre intérêt et votre fidélité à notre entreprise.



Un échantillon de la palette des magazines féminins sur papier glacé de Ringier: *SI-Style*, *Bolero* et *Edelweiss* (Ringier Suisse); *Unica* (Ringier Roumanie); *Thoi Trang Tre* (Ringier Vietnam).



Après le grand succès rencontré par l'école de cuisine *Betty's Kitchen* à Pékin, ouverte en 2007 déjà, Ringier China a lancé au milieu de 2011 deux autres centres de formation, à Shanghai et à Canton. En additionnant ses e-magazines pour iPhone et iPad, sa boutique en ligne et une présence séduisante dans les réseaux sociaux, *Betty's Kitchen* touche ainsi chaque mois plus de lectrices et de lecteurs à travers ses canaux numériques que par ses publications imprimées.



Développement économique

Sur un marché passablement secoué, le groupe Ringier a réussi à dégager en 2011 un solide, quoique inférieur à l'année précédente, EBITDA de 64 millions de francs (2010: 115 millions). Le résultat global reflète la **dynamique des changements à l'échelle mondiale** sur les marchés des médias et l'insécurité qui a de nouveau augmenté l'an dernier dans l'environnement économique européen. C'est ainsi que l'humeur optimiste qui régnait en début d'année n'a pas duré assez longtemps et que la frilosité conjoncturelle, dès la moitié de 2011, a provoqué un recul de nos recettes que nous n'avons pas réussi à compenser entièrement du côté de nos coûts. Avec 1147 millions de francs, le groupe Ringier a réalisé en 2011 un chiffre d'affaires qui reste en deçà de celui de l'année précédente (–9 pour cent).

Le développement de nos recettes **confirme avec évidence notre orientation stratégique** qui implique l'extension de nos activités centrées sur les médias numériques. Nous avons augmenté leur chiffre d'affaires de 19 pour cent. Dans nos activités centrales d'édition de journaux et de magazines, en revanche, le recul des recettes publicitaires a compromis le développement des chiffres d'affaires. Dans le

commerce des journaux et des magazines, nous enregistrons un recul moyen des recettes publicitaires de 15 pour cent. Le secteur imprimerie a subi, lui, une nette diminution de son volume de travail sur un marché concurrentiel européen féroce. La force du franc suisse n'a pas arrangé les choses.

La modification de notre portefeuille commercial se reflète dans la structure des recettes: alors que la part de l'imprimé dans le chiffre d'affaires global recule à 21 pour cent (2010: 23 pour cent), celle du numérique passe de 10 à 13 pour cent. En plus du développement dynamique de nos activités existantes, **diverses acquisitions** y ont également contribué. Les recettes des ventes et de la publicité continuent cependant de se tailler la part du lion et représentent 28 pour cent et 24 pour cent du chiffre d'affaires global.

Dans la zone commerciale **Ringier Suisse et Allemagne** (Print exclus), nous avons réalisé un chiffre d'affaires de 610 millions de francs et un bénéfice satisfaisant. Sur un marché concurrentiel difficile, le groupe *Blick* a nettement dépassé les attentes.

Ce développement réjouissant est dû à une forte croissance des annonces dans le journal gratuit *Blick am Abend*.

Dans le secteur des magazines, dont les recettes se sont stabilisées, nous avons placé une partie de nos bénéfices, toujours aussi élevés, dans de nouveaux suppléments (line extensions), en particulier en lançant avec succès le nouveau magazine *Schweizer LandLiebe* dont nous attendons à moyen terme des résultats positifs.

Le secteur divertissement a continué de bien se développer sur le plan des chiffres d'affaires et croît selon nos plans pour devenir l'un des supports essentiels de notre portefeuille commercial stratégique. Cette remarque est aussi valable pour le secteur du commerce numérique dans lequel nous avons entamé de nombreuses nouvelles activités tout en étendant celles qui existaient déjà. **La phase de développement dans laquelle se trouvent ces activités exige actuellement encore des investissements ciblés.** En l'occurrence *ideecadeau.ch* et le groupe *Scout 24* ont réussi à dégager des résultats particulièrement probants. La part aux recettes des médias numériques représente en Suisse aujourd'hui 20 pour cent.

Dans nos activités d'imprimeurs en Suisse, le groupe Swissprinters a aussi enregistré une forte dégradation de son résultat, suite à un recul net de ses recettes dû en partie à des questions de change. Le groupe Swissprinters a réagi à cette situation en entreprenant une restructuration pour adapter ses capacités. Dans la foulée de ces mesures, les sites de production de Zurich et de Saint-Gall doivent être fermés.

En Europe centrale et de l'Est, dans tous les pays où nous sommes actifs, l'année a été caractérisée par un affaiblissement du dynamisme économique couplé à une concurrence de plus en plus vive. Ringier Axel Springer Media AG a vu son chiffre d'affaires et son bénéfice reculer alors même que nous avons défendu avec succès, voire renforcé en partie les **solides positions que nous occupons sur ces marchés**. En Hongrie, nous n'avons pas encore réussi à surmonter le blocage provoqué par la loi anticartellaire pour fusionner nos activités et celles de notre partenaire Axel Springer. Le difficile développement économique du pays a également eu des répercussions sur nos activités.

En dépit du fort recul de la conjoncture, nos activités en Roumanie se sont bien développées. Acquisitions, nouveaux modèles commerciaux et une gestion pointue des coûts ont débouché sur une nette augmentation du résultat par rapport à l'année précédente.

La forte appréciation du franc suisse, surtout face aux autres monnaies européennes, a eu de fâcheux effets sur le chiffre d'affaires et l'EBITDA présenté en francs. Corrigé en tenant compte des effets de ce taux de change, tant le chiffre d'affaires que l'EBITDA du groupe Ringier offrent un visage nettement plus positif.

Le niveau de l'EBITDA inférieur à celui de l'année précédente reflète également, en plus de conditions de marché plus difficiles, **la stratégie d'investissements et de transformations ciblée du groupe Ringier**. L'an dernier, Ringier a investi 96 millions de francs dans de nouveaux produits et sur de nouveaux marchés. Pour la Suisse, l'acquisition de *jobs.ch*, la participation majoritaire à la plateforme d'achats groupés *deindeal.ch*, l'entrée dans la commercialisation par l'entremise de la nouvelle société

Infront Ringier ou le démarrage réussi du titre *Schweizer LandLiebe* sont des exemples de ce processus stratégique d'investissements en cours. En Europe de l'Est, également, Ringier a réussi un pas important dans la bonne direction en prenant le contrôle d'Edipresse, maison d'édition de magazines la plus florissante de Roumanie.

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

Le groupe Ringier en chiffres

Mio. CHF	2011	2010	2009	Fluctuation %
Ringier chiffres d'affaires par région Total	1 147.0	1 263.9	1 296.1	-9.2
Editions Suisse et Allemagne	610.0	613.7	548.9	-0.6
Ringier Central Europe ¹	273.6	336.4	418.8	-18.7
Ringier Asia Pacific / New Markets	42.6	50.3	52.0	-15.3
Ringier Print Suisse	220.8	263.5	276.4	-16.2
EBITDA	64.1	114.9	70.8	-44.2
en % du chiffre d'affaires	5.6 %	9.1 %	5.5 %	
Résultat net après impôts	22.8	61.8	17.2	-63.1
en % du chiffre d'affaires	2 %	4.9 %	1.3 %	
Investissements	95.8	149.5	96.8	-35.9
Personnel	7 474	7 614		-1.8

¹ Chiffre d'affaires de Ringier Axel Springer Media AG consolidé (50%)

Répartition du chiffre d'affaires par région

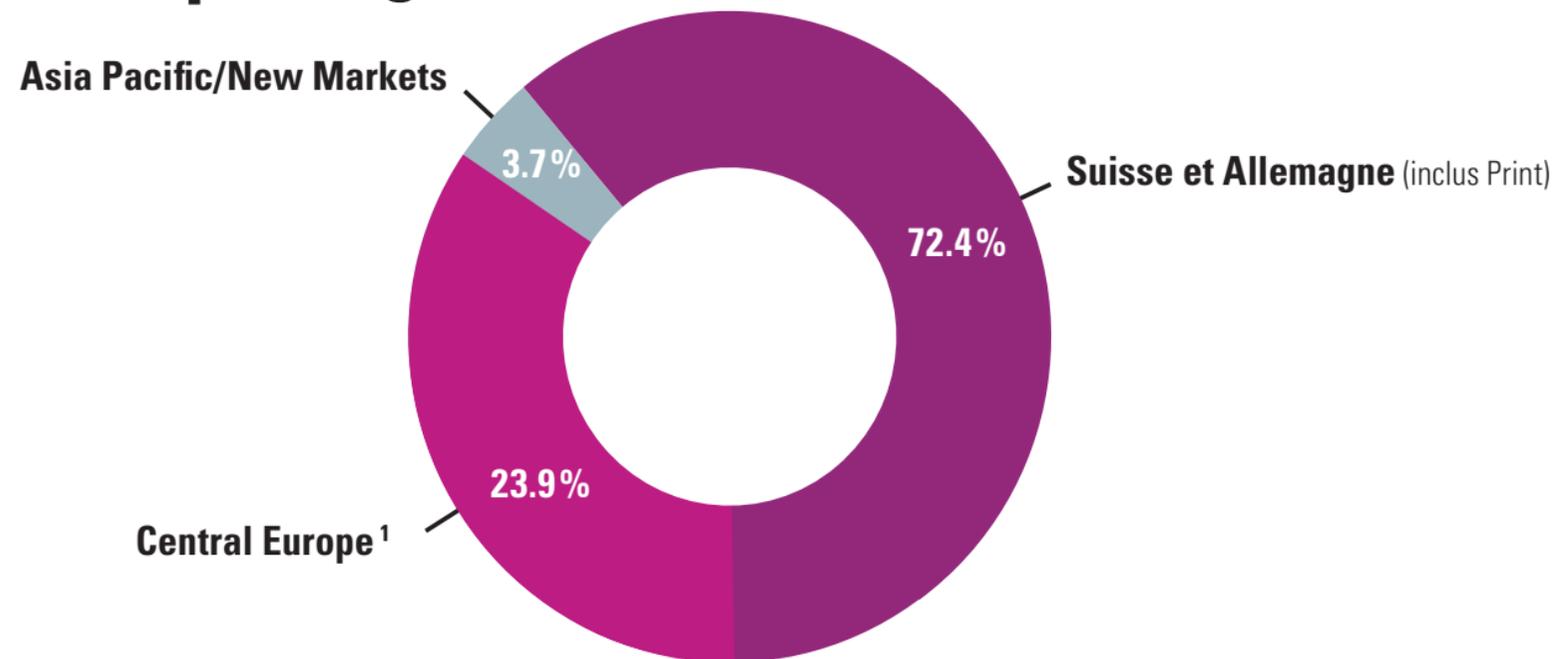
Le groupe Ringier

Ringier Central Europe

Ringier Hongrie, Ringier Roumanie,
Ringier Axel Springer Media AG
(Pologne, République tchèque, Slovaquie, Serbie)

Ringier Asia Pacific/New Markets

Ringier Chine, Ringier Vietnam, New Markets



¹ Chiffre d'affaires de Ringier Axel Springer Media AG consolidé (50%)

Le groupe Ringier Compte de pertes et profits

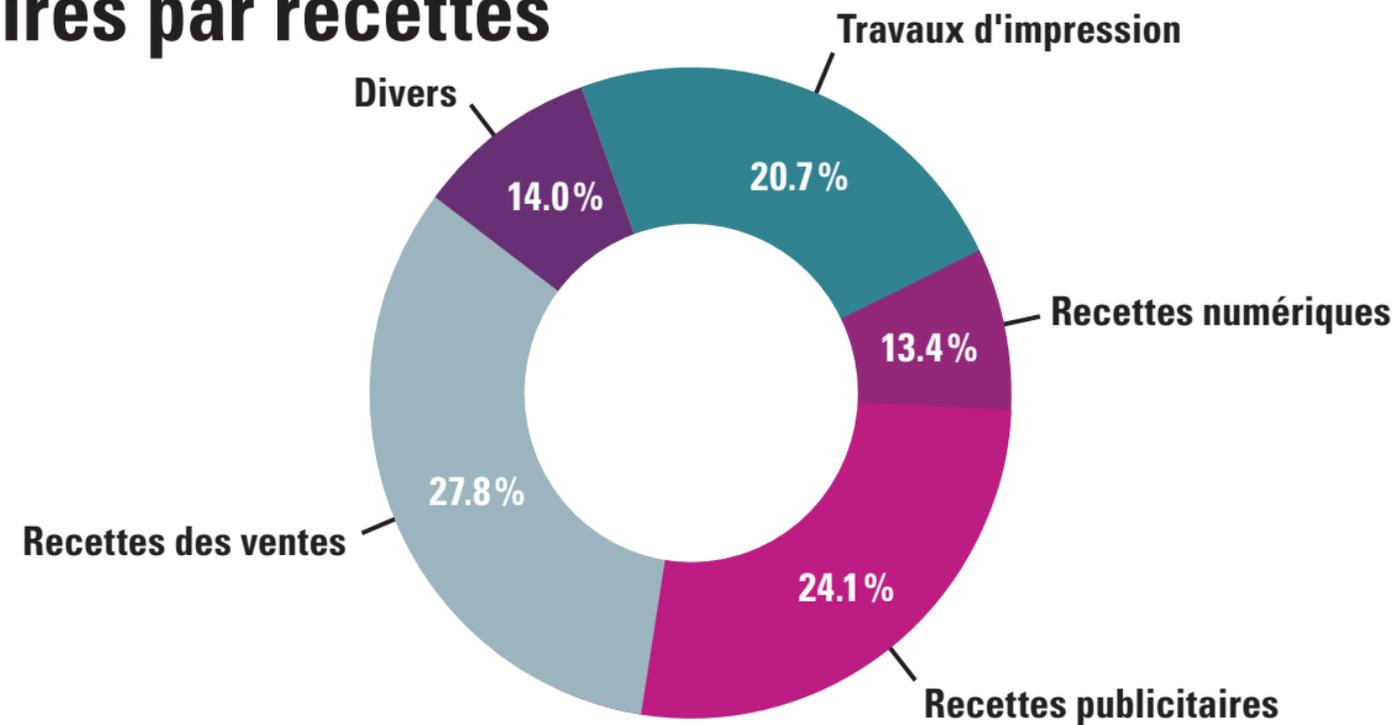
Mio. CHF	2011	2010	2009
Chiffres d'affaires Total	1 147.0	1 263.9	1 296.1
Recettes des ventes	319.1	347.0	390.8
Recettes publicitaires	276.6	325.7	347.0
Travaux d'impression	236.9	286.9	306.1
Recettes numériques	154.3	130.1	112.3
Divers	160.1	174.2	139.9
Charges d'exploitation	1 037.4	1 102.8	1 202.3
Personnel	409.3	421.8	458.6
Salaires	324.6	336.1	362.6
Charges sociales	58.1	61.9	72.1
Frais annexes	26.6	23.8	23.9

Mio. CHF	2011	2010	2009
Matériel et prestations externes	322.8	311.8	374.3
Papier	142.3	152.2	189.5
Encres d'imprimerie	9.9	14.6	18.8
Matériel divers	61.1	39.0	42.0
Prestations externes	105.5	99.3	118.0
Dépenses diverses	4.0	6.7	6.0
Rédaction, édition, transport, publicité	251.2	270.5	259.8
Honoraires de rédaction	54.7	65.9	48.5
Frais de transport	92.3	106.8	108.8
Publicité	104.2	97.8	102.5
Dépenses générales	54.1	98.7	109.6

Mio. CHF	2011	2010	2009
EBITDA	64.1	114.9	70.8
en % du chiffre d'affaires	5.6 %	9.1 %	5.5 %
Cashflow	109.6	161.1	93.8
Amortissements	86.8	99.3	76.6
Bénéfice net après impôts	22.8	61.8	17.2

Répartition du chiffre d'affaires par recettes

Le groupe Ringier



Ringier Suisse et Allemagne

Ringier Editions
Ringier Print



Dans la newsroom intégrée ouverte en mars 2010, on retrouve les quatre rédactions de *Blick*, *Blick am Abend*, *SonntagsBlick* et *blick.ch*. Les décisions sont prises à la table du milieu, la vaste paroi vidéo en arrière-plan montre en continu les événements du monde entier.



Ringier Suisse et Allemagne

L'année 2011 restera celle des anniversaires: *L'illustré* a fêté ses nonante ans, *L'Hebdo* ses trente et la *Schweizer Illustrierte* ses cent ans d'existence.

Mais 2011 est aussi l'année qui a plongé le monde dans de nouvelles incertitudes. De la crise financière (2008) est née une crise des dettes, finalement même une crise de l'euro et la menace de voir des pays faire faillite. Avec des répercussions énormes sur la Suisse également. A la fin de l'année, le franc suisse, trop fortement apprécié, a provoqué un ralentissement de la conjoncture avec des conséquences sur le marché publicitaire. Ringier Suisse a pu amortir ces phénomènes grâce à l'application systématique de sa stratégie des trois piliers que sont les activités traditionnelles, le commerce numérique et le divertissement.

Environ 65 pour cent de notre chiffre d'affaires de 2011 a été généré par nos **activités traditionnelles**, soit les journaux, les magazines, les imprimeries et les portails d'infos en ligne. L'extension des contenus journalistiques à des plateformes numériques s'est poursuivie. Le groupe *Blick* à lui seul a enrichi son éventail de quatre nouvelles applications: l'appli pour iPhone de *Blick am Abend*, l'appli pour iPad et l'appli TV de

Blick ainsi que l'appli pour iPad de *SonntagsBlick*. L'appli pour iPad de *Blick* est même sortie vainqueur d'un test comparatif mené par une agence renommée d'essais de logiciels. De surcroît, prises toutes ensemble, les onze applis du groupe *Blick* ont été téléchargées un million de fois.

En nombre de lecteurs, *Blick* est resté en 2011 le journal payant le plus lu de Suisse, et de loin (622 000 lecteurs). Au cours de cette période commercialement difficile, *SonntagsBlick* a, certes, enregistré un recul de son lectorat, mais s'est maintenu, sur ce marché dominical âprement disputé, en tête des dominicaux (825 000). La plus forte progression de lecteurs (+31 000 pour arriver à 635 000), c'est *Blick am Abend* qui peut s'en réclamer après son extension réussie à d'autres coins du pays. *Blick* a doublé sa zone de distribution matinale et se retrouve maintenant dans 90 000 boîtes aux lettres suisses avant 6 h 30. Avec plus de 40 millions de visites et 518 millions d'impressions de pages, le portail en ligne *blick.ch* est incontestablement la plateforme d'infos numéro un de Suisse.

L'année 2011 a également été celle des lancements les plus réussis: à mi-avril a paru pour la première fois *Schweizer LandLiebe*, nouveau magazine trimestriel à haute

valeur pratique qui se concentre sur l'aspiration à une société globalisée sans perdre de vue le bon sens terrien. A la fin de l'année, le chiffre des abonnés atteignait déjà 60 000 et la vente au numéro 27 000 exemplaires.

La ***Schweizer Illustrierte (SI)*** a soufflé le 10 décembre au KKL de Lucerne ses cent bougies en présence de 850 invités. Mais la *SI* ne s'est pas contentée de fêter: le *Schweizer Illustrierte eMagazin* est aussi entré dans le classement des dix meilleures applis pour iPad du monde tandis que le 24 novembre, sous les auspices de la *SI*, *AutoScout24*, *Blick*, *blick.ch*, *L'illustré* et *il caffè* ont élu pour la première fois «La voiture suisse de l'année». Avec 940 000 lecteurs, la version imprimée de la *SI* a maintenu ses positions. Une nouvelle fois, parmi les magazines, la *GlücksPost* a réussi à progresser et affiche dorénavant un lectorat de 449 000 fidèles tandis que *Bolero* en était à 88 000 à la fin de l'année.

En Suisse romande également, les publications de Ringier ont progressé. Avec 367 000 lecteurs, *L'illustré* a même établi un record. Au printemps, Ringier Romandie a pu racheter à Swissprinters *Tendance Déco et Chantiers & Rénovation*. Le second a été revendu en septembre à PubliAnnonces, tandis que le premier, au contraire, a été

conçu de neuf et paraît depuis mars 2012 sous le nom de *DADI* (pour Design, Art & Architecture, Décoration, Intérieur). Dès l'automne dernier, Ringier Romandie a également commercialisé avec grand succès la fenêtre publicitaire ouverte sur la Suisse romande de la plus grande chaîne de télévision privée française *TF1*.

En **Allemagne**, lors d'un rating, la couverture d'octobre de *Cicero* a pris la première place devant celle de *Spiegel*. Tant *Cicero* (388 000 lecteurs) que *Monopol* (90 000) se défendent bien sur les marchés très disputés des lecteurs et de la publicité. Les deux magazines sont bien positionnés chacun dans leur catégorie de lecteurs et s'adressent à un groupe cible exigeant. En août, Ringier Publishing Deutschland a repris de Friedrich Berlin Verlag le magazine *Literaturen*.

Le 22 août 2011, un nouveau cycle a débuté à l'école de journalistes Ringier sous la direction du journaliste maison Hannes Britschgi. Pendant une année, dix-huit jeunes journalistes des deux sexes apprendront leur métier, en théorie comme en pratique.

Environ 20 pour cent de notre chiffre d'affaires 2011 a été produit par le **commerce numérique**. En été, Ringier a acheté 60 pour cent de la principale société suisse d'achats groupés *deideal.ch*. Sur un autre plan, le portail de voyages *etrrips.ch* a été lancé en collaboration avec *TUI Suisse*, une joint-venture 50-50 qui démarrera au printemps 2012. La joint-venture 50-50 entre *cash* et la *bank zweiplus ag* sera lancée sur le marché à la même époque. Sous le nom déjà connu de *cash* naîtra un fournisseur d'informations et de finances entièrement nouveau et original. De surcroît, en mai, le nouvel e-shop de *Qualipet Digital AG* a été mis en ligne avec plus de 10 000 produits destinés aux animaux de compagnie.

Le secteur commercial du **divertissement** a contribué au chiffre d'affaires 2011 pour environ 15 pour cent. Le 1er juillet 2011, *Infront Ringier Sports & Entertainment Switzerland AG* – en bref: *Infront Ringier* – a entamé ses activités opérationnelles. Il s'agit d'une joint-venture 50-50 avec l'entreprise de marketing sportif *Infront Sports & Media* qui a son siège principal à Zoug. La première année déjà, cette nouvelle entité a enregistré de beaux succès: dès la saison 2012/2013, *Infront Ringier* détiendra tous

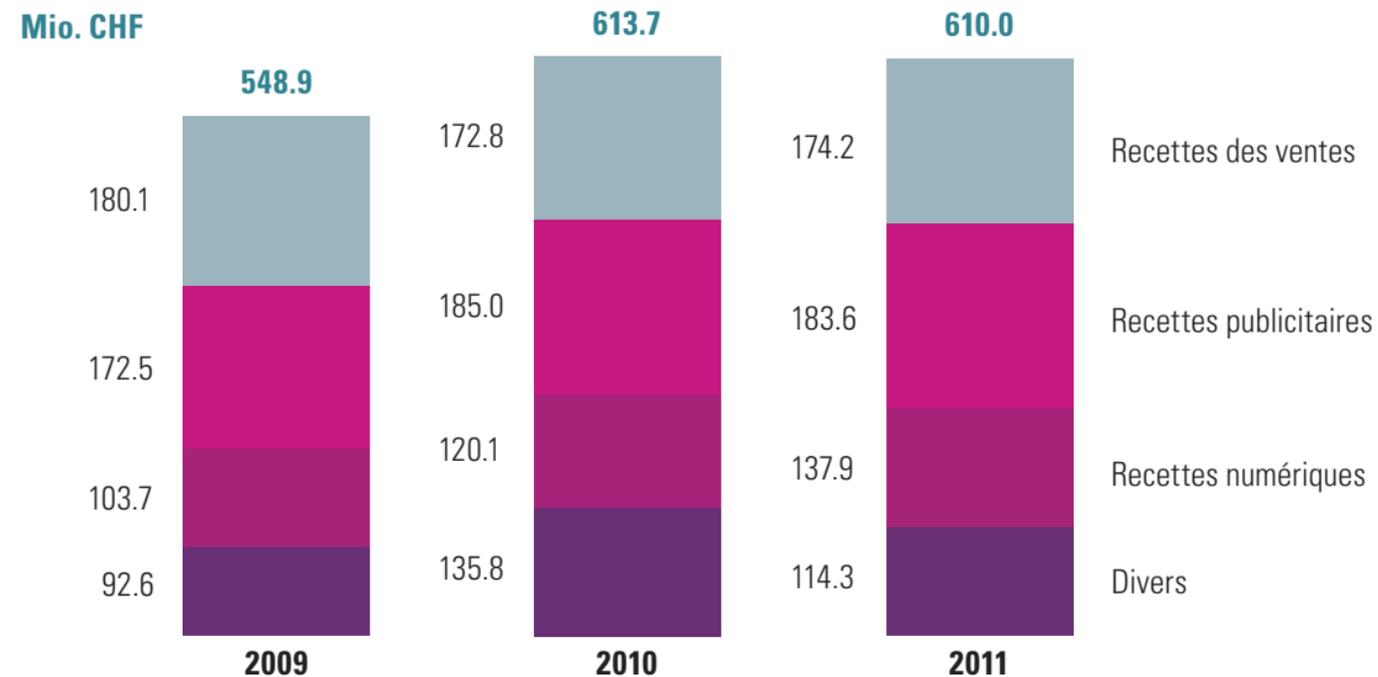
les droits de marketing et de sponsoring de la Swiss Football League. Un autre large partenariat a été conclu avec Swiss Cycling; il assurera dès 2015 la commercialisation du Tour de Suisse. De plus, *Infront Ringier* est aussi le partenaire de l'équipe luxembourgeoise de cyclisme Leopard Trek et détient en outre le mandat exclusif de Swiss Olympic pour évaluer et tester une candidature potentielle de la Suisse pour les Jeux olympiques d'hiver 2022.

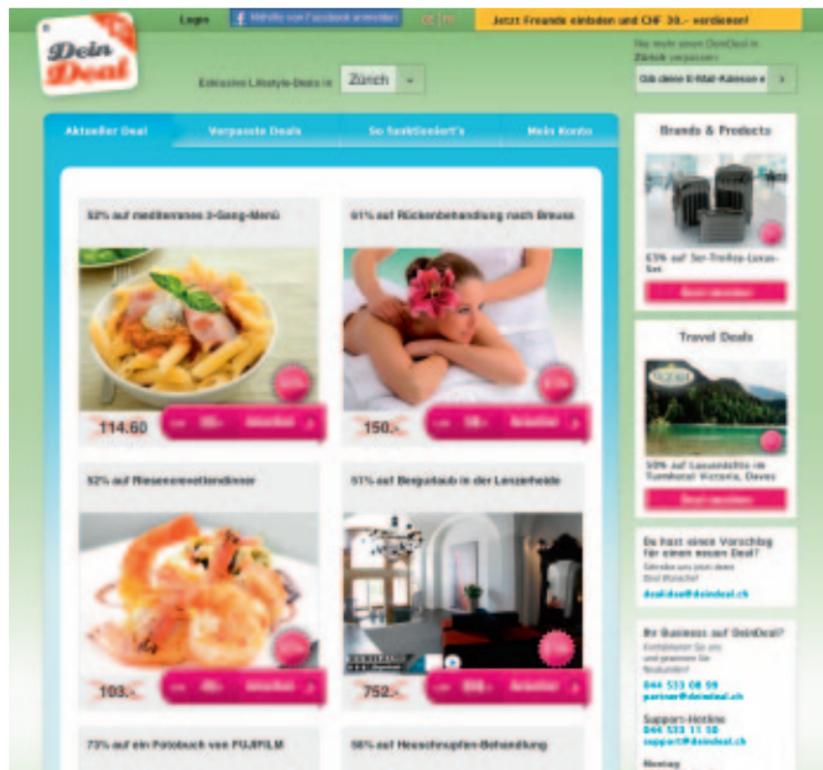
A mi-octobre a été fondée la nouvelle agence de concerts *Starclick Entertainment AG* – comme Good News une joint-venture avec *Deutsche Entertainment AG/DEAG*. *Starclick* se concentrera sur des concerts complémentaires à Good News dans les registres les plus divers. En radio, le nombre des auditeurs du groupe *Energy* a poursuivi sa croissance. *Energy Zürich* a continué de progresser tant auprès des 15+ (264 000 auditeurs) que du groupe cible perméable à la publicité des 15 à 49 ans (219 000). *Energy Bern* est resté numéro un dans le grand Berne avec 99 000 auditeurs quotidiens. Le 13 janvier 2012, *Energy Basel* a émis pour la première fois. Dans le domaine de la télévision, tant *Teleclub AG* que *Sat.1 Schweiz* occupent des positions très solides sur ce marché.

Ringier Suisse et Allemagne Chiffres d'affaires

Mio. CHF	2011	2010	2009
Recettes des ventes	174.2	172.8	180.1
Recettes publicitaires	183.6	185.0	172.5
Recettes numériques	137.9	120.1	103.7
Divers	114.3	135.8	92.6
Total	610.0	613.7	548.9

Comparaison du chiffre d'affaires par rapport à l'année précédente.





En été 2011, Ringier a acquis 60 pour cent de la première plateforme Suisse d'achats groupés www.deindeal.ch. Cette plateforme propose chaque jour aux visiteurs des offres exclusives avec jusqu'à 70 pour cent de rabais dans les domaines de la restauration, de la beauté, du bien-être, de la culture et des loisirs.

Le titre du magazine haut de gamme *DADI* est une abréviation de Design, Art & Architecture, Décoration et Intérieur. Plus récent produit de Ringier Romandie, il paraît quatre fois par an en français et en allemand. Première parution: mars 2012.

Le *Schweizer Landliebe* évoque le désir d'une société globalisée respectant le bon sens terrien. Ce magazine a paru pour la première fois en avril 2011; dès 2012, il paraîtra cinq fois, dès 2013 six fois par année.



Ringier Suisse et Allemagne Portfolio Publishing

Médias imprimés

Betty Bossi	Magazine de cuisine	² 825 000
Blick	Quotidien de boulevard	208 360
Blick am Abend	Journal gratuit du soir	321 095
Bolero	Magazine féminin haut de gamme	20 224
Edelweiss	Magazine féminin haut de gamme	21 044
GlücksPost	Magazine féminin	175 488
il caffè	Journal dominical gratuit	58 106
Le Temps	Quotidien de qualité	42 433
L'Hebdo	Newsmagazine	45 219
L'illustré	Magazine grand public	86 264
Montres Passion	Magazine horloger	² 140 000
Schweizer Illustrierte	Magazine people	198 660
Schweizer LandLiebe	Magazine grand public	² 200 000
SI GRUEN	Magazine d'art de vivre vert	² 198 660

¹ Tirage 2011

SI Style	Magazine de mode	126 193
SonntagsBlick	Journal dominical	230 180
SonntagsBlick Magazine	Hebdomadaire	² 230 180
Tendance Déco ³	Magazine de l'habitat	18 250
TV8	Magazine TV	87 699
TVtäglich	Supplément TV	² 650 000

¹ Tirage 2011

Websites

www.bettybossi.ch
www.blick.ch
www.boleromagazin.ch
www.caffe.ch
www.cash.ch
www.edelweissmag.ch
www.gesundheitsprechstunde.ch
www.glueckspost.ch
www.hebdo.ch
www.illustre.ch
www.letemps.ch
www.montrespasion.ch
www.schweizer-illustrierte.ch

www.schweizer-landliebe.ch
www.sistyle.ch
www.sistyle-blog.ch
www.tv8.ch
www.tvtaeglich.ch

Publishing Services

www.go4media.ch
www.jrp-ringier.com
www.ringier-rs.ch
www.ringierprint.ch
www.swissprinters.ch
www.smd.ch

Portfolio Digital Business

Mobile Apps

Anibis.ch
Autoscout24
Blick am Abend
Blick Eishockey NLA
Blick Fussball
Blick News
Blick Ski Alpin
Blick Sportsbar
Blick Tennis
BlickTV
Cash
Cash Insider
Citykiss

Gate24
Gault Millau
Geschenkidee.ch
il caffè
Immoscout24
Jobscout24
L'Hebdo
L'illustré
Parasit
Schweizer Illustrierte
Schweizer Illustrierte eMagazin
SI Style für iPhone
SI Stylebook für iPad

E-commerce

www.anibis.ch
www.autoscout24.ch
www.motoscout24.ch
www.deideal.ch
www.gate24.ch
www.geschenkidee.ch
www.immoscout24.ch
www.jobs.ch
www.jobgate24.ch
www.jobscout24.ch
www.mapgate24.ch
www.market.scout24.ch

www.online-kiosk.ch
www.qualipet.ch
www.scout24.ch

Digital Services

www.prevision.ch
www.ringierstudios.com

Portfolio Allemagne

Médias imprimés

Cicero	Magazine de politique et de culture
Monopol	Magazine d'art

Tirage 2011

83 118
² 35 000

Websites

www.cicero.de
www.literaturen.de
www.monopol-magazin.de
www.ringier.de

Mobile Apps

Cicero
Monopol

² Non contrôlé

Ringier Suisse et Allemagne Portfolio Entertainment

Situation 1^{er} avril 2012

Événements

The Classical Company – concerts classiques d'artistes confirmés et de révélations
Rose d'Or – festival global de programmes de divertissement TV avec attribution de prix
Good News – leader du marché des concerts rock & pop
Energy Fashion Night – défilé de mode combiné avec musique et life style
Energy Live Session – concerts d'artistes confirmés et révélations
Energy Stars for Free – plus grand concert en salle de Suisse
Starclick Entertainment – Organisateur de concert rock

Services

Infront Ringier – Agence de commercialisation des droits du sport
Pool Position Switzerland – agence de gestion pour les acteurs, sportifs, mannequins, etc.
Ticketcorner – leader du marché de la billetterie

Emissions TV

sur SF 1:

5 gegen 5 – jeu de connaissances et devinettes, tous les jours du lundi au vendredi
GesundheitSprechstunde – émission médicale et de santé, hebdomadaire
42 émissions, samedi 18 h 15
SonntagsBlick Standpunkte – émission de débat, hebdomadaire,
11 émissions, dimanche 13 h 10

sur SF zwei:

CashTV – magazine économique, hebdomadaire, 42 émissions, dimanche 18 h 15
MotorShow TCS – émission automobile, hebdomadaire, 42 émissions, dimanche 17 h 30

Télévision

Sat.1 (Schweiz)
Grundy Schweiz
Teleclub
PresseTV
Productions RingierTV
Ringier WebTV

Radio

Radio Energy Zürich
Radio Energy Bern
Radio Energy Basel

Websites

www.classicalcompany.ch
www.energy.ch
www.goodnews.ch
www.grundy-schweiz.ch
www.infrontringier.ch
www.motorshow.ch
www.pool-position.ch
www.presetv.ch
www.ringier-entertainment.ch
www.rosedor.ch
www.sat1.ch
www.starclick.ch
www.teleclub.ch
www.ticketcorner.ch

Le commerce du divertissement est étroitement lié au monde de l'édition et des médias. Ringier utilise cette synergie pour compléter son offre de produits et de services. C'est pourquoi Ringier a ses propres stations de radio, organise de grands événements ainsi que des concerts ou des défilés de mode et produit des émissions de télévision de qualité.



Ringier Print Suisse

Groupe Swissprinters

En 2011, Swissprinters a dû affronter un marché difficile. Le recul croissant des volumes dans le domaine de l'impression ainsi que les faibles marges de bénéfice ont plombé le rendement des exploitations en dépit d'une utilisation moyenne de leurs capacités de 100 pour cent. La situation a été aggravée par le franc fort et, en conséquence, par la perte de commandes venant des pays européens. Dans ces conditions, l'entreprise a adapté sa stratégie commerciale aux conditions mouvantes du marché et entrepris quelques modifications pour affronter l'avenir. C'est ainsi qu'en octobre elle a dû annoncer la fermeture pour le 30 juin 2012 du site de Saint-Gall. En 2010, déjà, Swissprinters avait investi dans des machines de 72 pages et avait, de ce fait, créé les conditions nécessaires à une orientation vers l'impression industrielle. Il s'agit, en l'occurrence, de se concentrer sur l'offset rotatives et sur l'amélioration de la productivité grâce à l'automatisation. En 2011, l'entreprise a poursuivi cette stratégie dans le même esprit. Ce qui a débouché sur la décision de ne plus proposer dorénavant d'offset machines à feuilles destiné aux petits tirages en Suisse alémanique.

Ces activités, Swissprinters les a déléguées à une entreprise partenaire de la région de Zurich. Fin 2011, le marketing direct a, lui aussi, été adapté aux exigences des gros volumes.

Dans ces conditions, Swissprinters disposera à l'avenir d'un site de production en Suisse alémanique et d'un autre en Suisse romande. En conséquence, l'organisation des départements supérieurs (RH, controlling, marketing/communication, achats, etc.) ainsi que la vente et le prépresse ont été comprimés et adaptés à la nouvelle structure de l'entreprise. A travers ces modifications et une orientation précise, l'entreprise se prémunit pour affronter les prochaines exigences du marché.

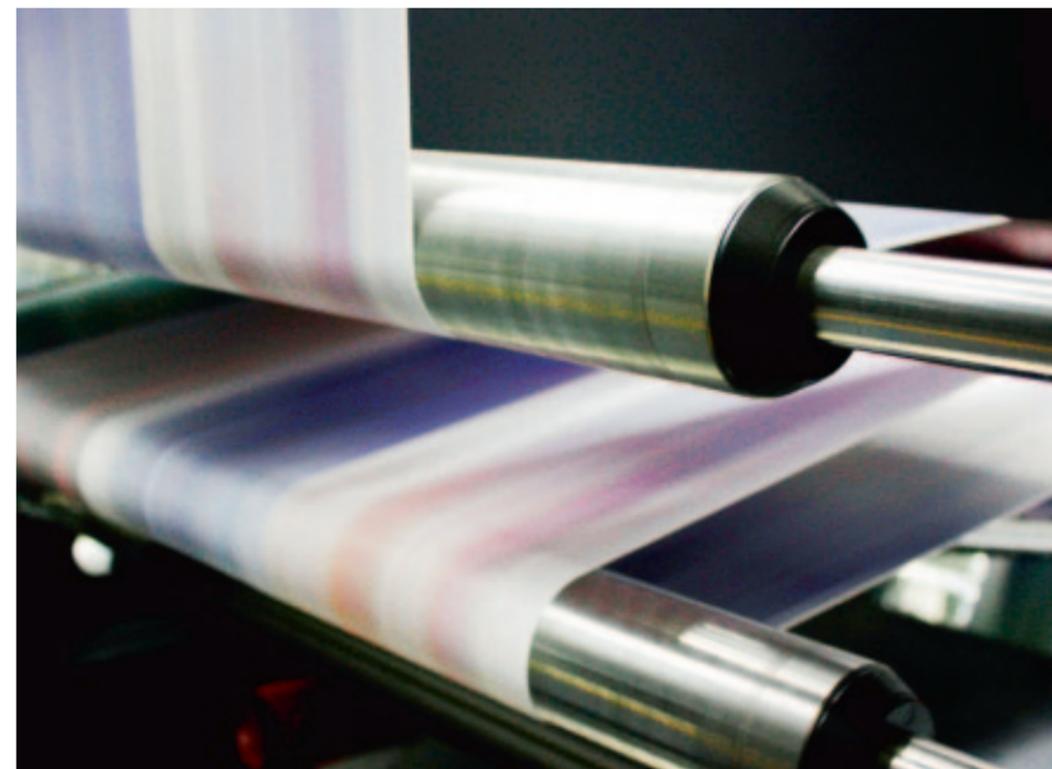
Ringier Print Adligenswil

«Nous faisons des journaux»: ce nouveau slogan de Ringier Print Adligenswil résume parfaitement le nouveau positionnement de l'entreprise décidé l'an passé. Il a été introduit par étapes par des mesures internes et transposé systématiquement sur tous les moyens publicitaires et de communication en ligne et imprimés.

Sur un marché des journaux très âprement disputé, Ringier Print Adligenswil a réussi en 2011 également à poursuivre son développement en proposant des solutions nouvelles et créatives. Grâce à une gestion cohérente des coûts, les objectifs budgétaires ont été atteints au terme de l'année comptable. Un nouveau contrat d'impression de plusieurs années avec les médias de Migros et avec le nouveau journal gratuit tessinois «20 minuti» ont permis à Ringier Print Adligenswil d'atteindre le même chiffre d'affaires que l'année précédente. Cela dit, l'imprimerie de journaux de Ringier est la première de Suisse à participer au programme myclimate en faveur de la protection de l'environnement. Sur demande, les clients peuvent obtenir que leurs

produits journaux soient imprimés de façon neutre du point de vue écologique. En tant qu'entreprise responsable, Ringier Print s'engage ainsi concrètement en faveur de la réduction des émissions de gaz à effet de serre.

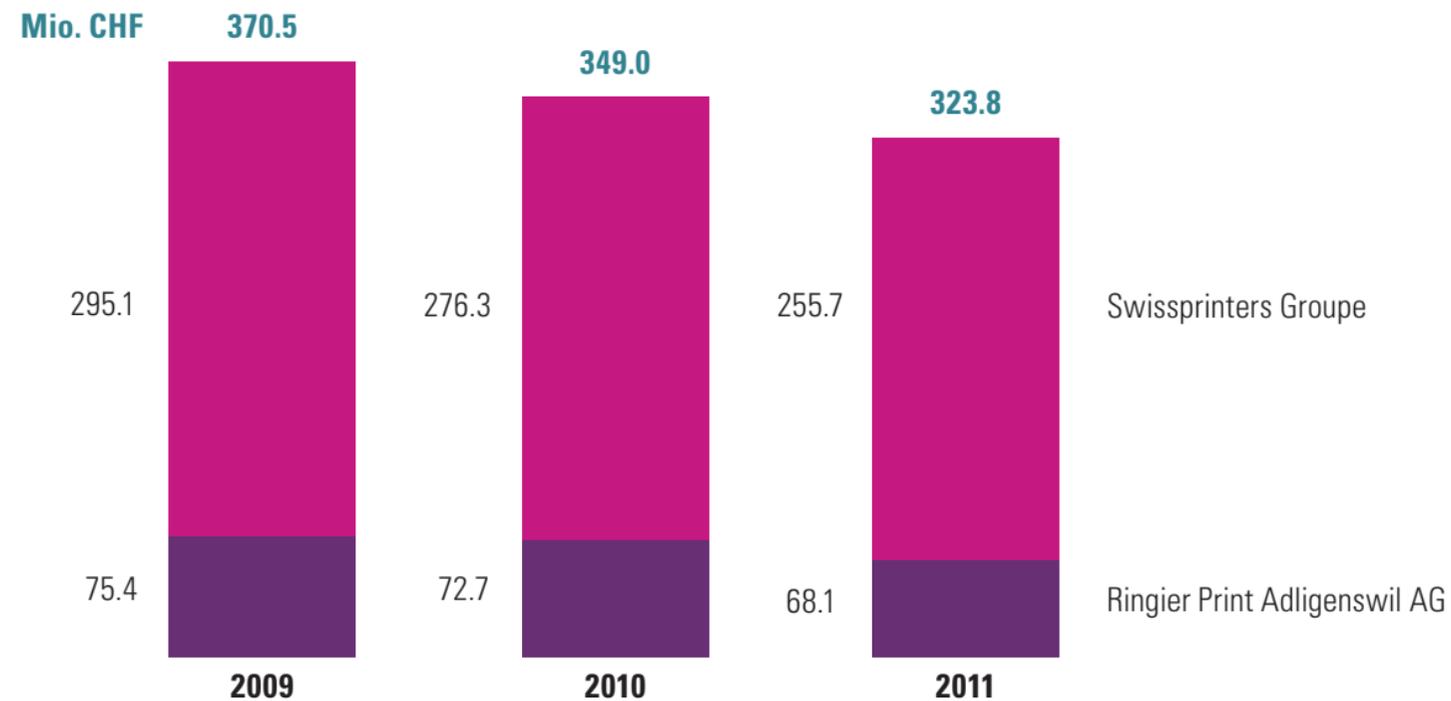
En lançant en automne 2011 le parti Ringier Print, l'entreprise a participé activement aux élections. Par l'intermédiaire d'un journal électoral fictif, les futurs parlementaires, présidents de parti et agences de communication ont été rendus attentifs au potentiel promotionnel du moyen de communication qu'est le journal. Dans cette perspective, on a aussi employé le séduisant nouveau format MaxiPANO. Ce format d'impression de quatre pages broadsheet attachées ensemble ne surprend pas seulement les lecteurs, mais il offre également d'autres possibilités de communication entièrement nouvelles aux annonceurs et aux éditeurs.

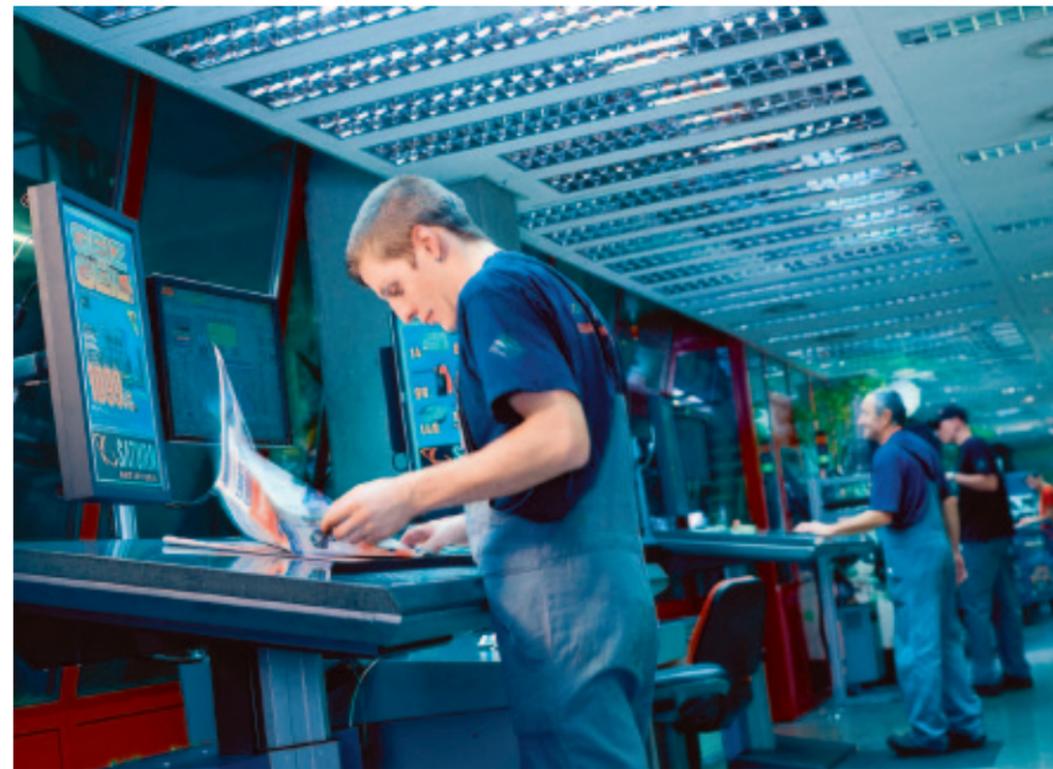
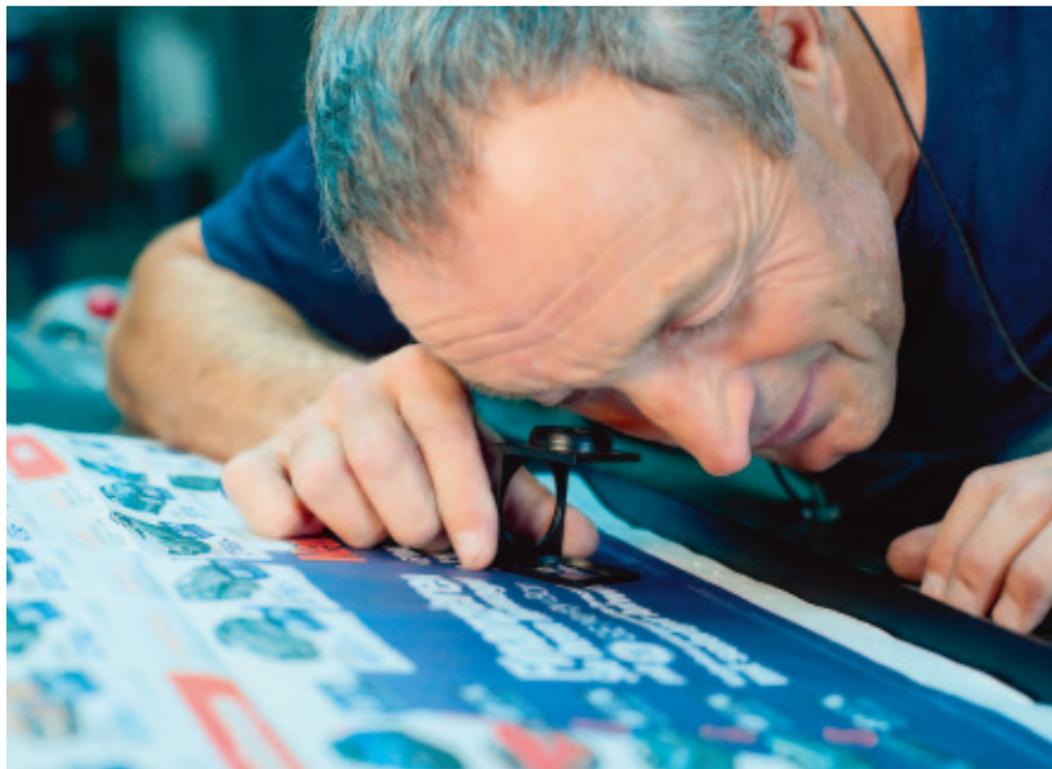


«Nous faisons des journaux»: ce nouveau slogan de Ringier Print Adligenswil souligne le nouveau positionnement de l'entreprise décidé l'an dernier.

Ringier Print Suisse Chiffres d'affaires

Mio. CHF	2011	2010	2009
Swissprinters Groupe	255.7	276.3	295.1
Ringier Print Adligenswil AG	68.1	72.7	75.4
Total (chiffres d'affaires internes inclus)	323.8	349.0	370.5





Ringier Suisse et Allemagne Sites

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

Ringier SA

Pont Bessières 3
Case postale 7289, CH-1002 Lausanne
Téléphone +41 21 331 70 00
Téléfax +41 21 331 70 01
info@ringier.ch
www.ringier.ch

Bolero, Ringier AG

Giesshübelstrasse 62i, CH-8045 Zürich
Téléphone +41 44 454 82 82
Téléfax +41 44 454 82 72
service@boleromagazin.ch
www.boleromagazin.ch

Ringier AG

RingierTV Productions

Hagenholzstrasse 83b, CH-8050 Zürich
Téléphone +41 44 308 56 00
Téléfax +41 44 308 56 02
zhtvdispo@ringier.tv
www.ringier.tv

Ringier Print Adligenswil AG

Ebikonerstrasse 75
CH-6043 Adligenswil
Case postale 3739, CH-6002 Luzern
Téléphone +41 41 375 11 11
Téléfax +41 41 375 16 68
info.rpa@ringier.ch
www.ringierprint.ch

SWP Holding AG

Brühlstrasse 5, CH-4800 Zofingen
Téléphone +41 62 787 30 00
Téléfax +41 62 787 30 01
info@swissprinters.ch
www.swissprinters.ch

Swissprinters AG

Brühlstrasse 5
CH-4800 Zofingen
Téléphone +41 62 787 30 00
Téléfax +41 62 787 30 01
info@swissprinters.ch
www.swissprinters.ch

Swissprinters Zürich AG

Zürcherstrasse 39
CH-8952 Schlieren
Téléphone +41 58 787 50 50
info@swissprinters.ch
www.swissprinters.ch

Swissprinters St. Gallen AG

Fürstenlandstrasse 122
CH-9001 St. Gallen
Téléphone +41 58 787 57 57
info@swissprinters.ch
www.swissprinters.ch

Swissprinters Lausanne SA

Chemin du Closel 5
CH-1020 Renens
Téléphone +41 58 787 48 00
info@swissprinters.ch
www.swissprinters.ch

Ringier Axel Springer Media AG

Dufourstrasse 43, CH-8008 Zürich
Téléphone +41 44 267 29 29
office.ras@ringieraxelspringer.com
www.ringieraxelspringer.com

media swiss group ag

Industriestrasse 44
CH-3175 Flamatt
Téléphone +41 31 744 21 70
Téléfax +41 31 744 21 55
info@mediagroupswiss.ch
www.mediagroupswiss.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

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

**Energy Schweiz AG/
Energy Media AG**

Kreuzstrasse 26
CH-8008 Zürich
Téléphone +41 44 250 90 90
Téléfax +41 44 250 90 04
www.energy.ch

Energy Zürich AG

Kreuzstrasse 26
CH-8008 Zürich
Téléphone +41 44 250 90 00
Téléfax +41 44 250 90 01
www.energy.ch

Energy Basel

Münchensteinerstrasse 43
CH-4052 Basel
Téléphone +41 61 366 60 00
Téléfax +41 61 366 60 10
www.energy.ch

Energy Bern AG

Optingenstrasse 56
CH-3013 Bern
Téléphone +41 31 340 50 50
Téléfax +41 31 340 50 99
www.energy.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

Ticketcorner AG

Riedmatt-Center
CH-8153 Rümlang
Téléphone +41 44 818 31 11
Téléfax +41 44 818 31 10
info@ticketcorner.ch
www.ticketcorner.ch

Pool Position Switzerland AG

Grafenauweg 2
Case postale 4442
CH-6304 Zug
Téléphone +41 58 733 31 31
www.pool-position.ch

**InfrontRingier Sports &
Entertainment Switzerland AG**

Grafenauweg 2
CH-6304 Zug
Téléphone +41 58 733 31 31
Téléfax +41 58 733 31 32
info@infrontringier.ch
www.infrontringier.ch

The Classical Company AG

Ringier AG
Dufourstrasse 23
CH-8008 Zürich
Téléphone +41 44 259 67 50
michael.voss@ringier.ch
www.classicalcompany.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

Ringier Suisse et Allemagne Sites

Betty Bossi AG

Bürglistrasse 29
Case postale
CH-8021 Zürich
Téléphone +41 44 209 19 19
Téléfax +41 44 209 19 20
bettybossi@bettybossi.ch
www.bettybossi.ch

Prevision AG

Pilatusstrasse 35
CH-6003 Luzern
Téléphone +41 58 680 28 28
Téléfax +41 58 680 28 29
info@previon.ch
www.previon.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

Qualipet AG

Industriestrasse 34
CH-8305 Dietlikon
Téléphone +41 44 835 77 77
www.qualipet.ch

DeinDeal Goodshine AG

Okenstrasse 4-6
CH-8037 Zürich
Téléphone +41 44 533 11 50
support@deindeal.ch
www.deindeal.ch

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 Publishing GmbH

Friedrichstrasse 140
DE-10117 Berlin
Téléphone +49 30 981 941 100
Téléfax +49 30 981 941 199
info@cicero.de
www.cicero.de

Juno Kunstverlag GmbH

Friedrichstrasse 140
DE-10117 Berlin
Téléphone +49 30 981 941 260
Téléfax +49 30 981 941 270
verlag@monopol-magazin.de
www.monopol-magazin.de

Depuis 1978, la Pressehaus de la Dufourstrasse, au cœur de la ville de Zurich, est le siège principal de Ringier SA. Chaque jour, plus de 1000 collaborateurs y entrent et en sortent.

Avec la nouvelle maison mère de Zofingue dans les années 20, Ringier affichait déjà à cette époque sa croissance et son succès.



Ringier Central Europe

Ringier Hongrie

Ringier Roumanie

Ringier Axel Springer Media AG (Pologne, République tchèque, Slovaquie, Serbie)



Ringier Hongrie

L'an dernier, Ringier Hongrie a été confronté à un environnement en mutation rapide qui s'est révélé très instable jusqu'à la fin: le rétrécissement du marché publicitaire, la chute de la consommation ainsi que l'augmentation du chômage ont exercé une influence sur le tirage des journaux. Ce ne fut pas seulement le cas pour Ringier: la branche des médias dans son entier est déséquilibrée et doit relever de nouveaux défis.

La nouvelle loi sur les médias, très controversée, qui est entrée en vigueur en janvier 2011, fait naître en Hongrie une certaine inquiétude. Les maisons de médias locales ont beaucoup de peine à comprendre cette loi et à adapter leur façon de travailler, bien que certains passages aient été modifiés fin 2011 sous la pression de la Commission de l'Union européenne. Les conflits permanents avec l'Union européenne et le FMI ont aussi eu des conséquences négatives sur l'économie hongroise qui, de ce fait, a été touchée plus durement par la crise économique internationale que les marchés d'autres pays. A cela s'ajoute un forint en net recul face à l'euro.

Pour maintenir sa rentabilité d'alors, Ringier Hongrie a pris diverses initiatives pour abaisser ses coûts et optimiser ses processus de fabrication. Dans ce sens, fin 2011, les départements d'édition du quotidien *Népszabadság*, dont Ringier détient 71 pour cent, ont été intégrés aux départements Ringier locaux.

Les investissements dans les affaires numériques ont été poursuivis durant l'année comptable. Après l'augmentation supérieure à la moyenne du nombre de visiteurs et des recettes de ses portails internet, Ringier Hongrie s'est décidé à conclure un partenariat avec la société Microsoft et à créer en octobre 2011 un nouveau portail commun sous le nom de *msn.mainap.hu*. Cette collaboration a permis à Ringier de profiter des plus récentes technologies et d'entrer ainsi dans le réseau mondial MSN de Microsoft dont les portails d'information sont numéro un dans le monde entier. Après le lancement de ce portail commun, le nombre moyen des utilisateurs qui visitent chaque mois le portefeuille en ligne de Ringier a augmenté de 56 pour cent.

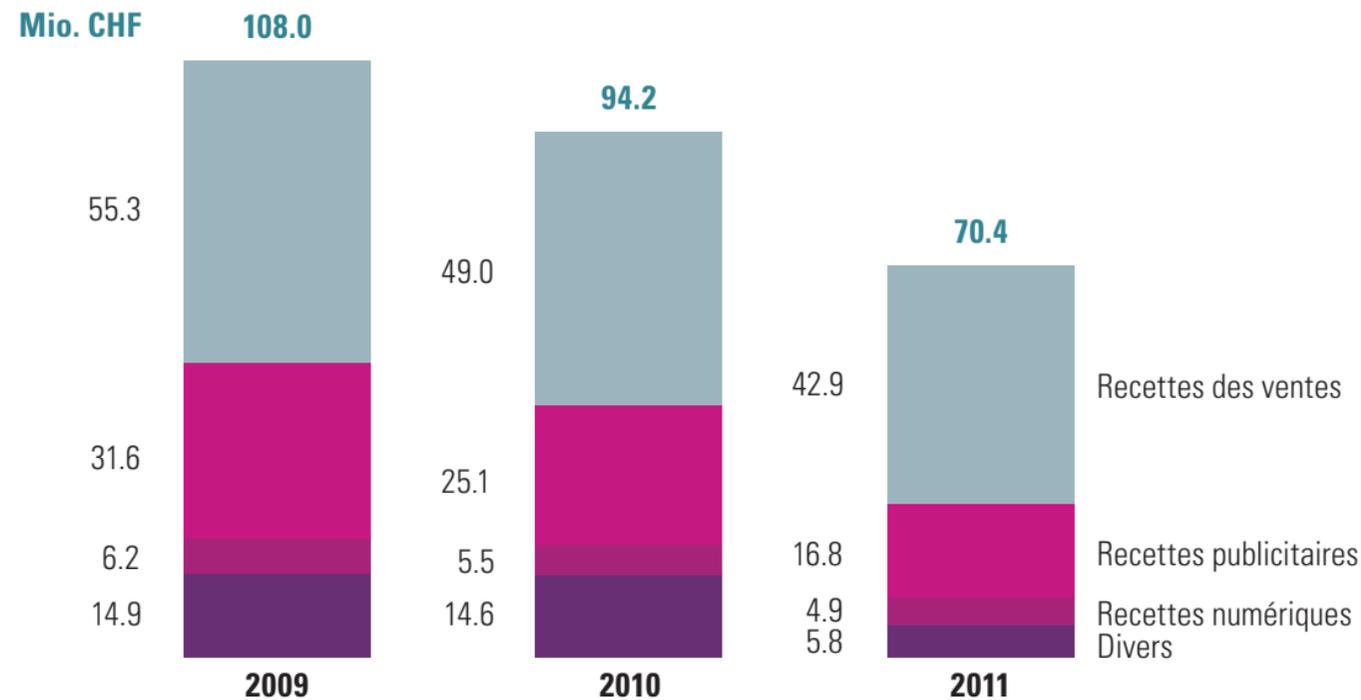
Les développements économiques des quotidiens de Ringier en Hongrie ont aussi été positifs: *Blikk*, *Nemzeti Sport* et *Népszabadság* sont restés leaders de leur marché au cours de cette année comptable. Même le magazine *hot!* a bouclé son année sur un remarquable résultat.

En dépit du recul permanent de ses volumes, MédiaLOG, la joint-venture dirigée conjointement par Ringier et Sanoma pour la gestion administrative des abonnements, a réussi à atteindre le meilleur résultat jamais réalisé grâce à des méthodes d'exploitation extrêmement efficaces et à de nouveaux secteurs commerciaux.

Dès le milieu de 2010, Ringier et Axel Springer avaient tenté de regrouper dans leur joint-venture Ringier Axel Springer Media AG les activités hongroises des deux maisons d'édition. Mais, au milieu de 2011, après la décision du Conseil des médias hongrois de refuser cette concentration, Ringier et Axel Springer ont décidé de retirer d'abord leur requête et d'analyser la situation avant d'entreprendre de nouvelles démarches pour réaliser cette fusion.

Ringier Hongrie Chiffres d'affaires

Mio. CHF	2011	2010	2009
Recettes des ventes	42.9	49.0	55.3
Recettes publicitaires	16.8	25.1	31.6
Recettes numériques	4.9	5.5	6.2
Divers	5.8	14.6	14.9
Total	70.4	94.2	108.0



Ringier Hongrie Portfolio

Médias imprimés

Blikk	Quotidien de boulevard	180 582
Blikk Nők	Magazine féminin	112 574
Blikk Nők Konyha	Magazine de cuisine	33 085
Blikk TV Magazin	Supplément TV	193 055
Bravo	Magazine de jeunes	23 504
Bravo Girl	Magazine de jeunes	17 788
hot!	Magazine people	83 211
Im	Magazine de jeunes	26 435
Nemzeti Sport	Journal sportif	61 143
Népszabadság	Quotidien de qualité	64 005
Népszabadság TV	Supplément TV	68 623
Vasarnapi Blikk	Journal dominical	152 168

Tirage 2011

Websites

www.aprohirdetes-ingyen.hu
www.belepo.hu
www.blikk.hu
www.blogzona.hu
www.cityweekend.hu
www.lapcentrum.hu
www.nemzetisport.hu
www.neon.hu
www.nepsport.hu
www.nepszabadsag.hu
www.msn.mainap.hu
www.pink.hu

www.pixter.hu
www.pokermania.hu
www.ringier.hu
www.tvmusor.hu

Mobile Apps

Blikk
Neon
NSO

Sites

Ringier Kiadó Kft.

Futó utca 35–37
HU-1141 Budapest
Téléphone +36 1 460 2500
Téléfax +36 1 460 2501
kiado@ringier.hu
www.ringier.hu

Ringier Print Budapest

Campona utca 1
Harbor Park, A3A Building
HU-1225 Budapest
Téléphone +36 1 207 8130
Téléfax +36 1 207 8169
ringierprint@ringier.hu
www.ringier.hu

Népszabadság Zrt.

Bécsi utca 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@media-log.hu
www.medialogfiege.eu

Ringier Roumanie

Comme lors des années précédentes, les maisons d'édition roumaines ont dû lutter en 2011 également face à des conditions économiques et de marché difficiles. Il est donc d'autant plus remarquable que Ringier ait été l'une des rares du pays à boucler l'année comptable sur des chiffres noirs. Ce succès revient, d'une part, aux mesures d'économie très efficaces qui ont été prises, et d'autre part, surtout, aux nouveaux modèles commerciaux qui ont été lancés.

Au début de l'année déjà, l'acquisition de la licence d'*AutoBild* l'a été sous les meilleurs auspices. Dans le portefeuille de Ringier Roumanie, le journal de boulevard *Libertatea* et le magazine féminin *Libertatea pentru femei* ont été des fers de lance au niveau des chiffres d'affaires. En l'occurrence, *Libertatea* a bénéficié de deux importantes campagnes d'image au printemps et en automne 2011. Face à l'immense succès qu'elles ont remporté, elles ont été prolongées au-delà du temps prévu au

départ. *Libertatea pentru femei* a surtout fait un tabac auprès de ses lectrices avec son offre de livres romantiques en mai de l'année comptable.

En rachetant l'éditeur de magazines Edipresse en août 2011, Ringier a réussi l'une des meilleures affaires de l'année dans le paysage médiatique roumain. Edipresse est le plus grand éditeur de magazines du pays et la prise de contrôle de cet ancien concurrent représente pour Ringier un pas important vers la consolidation de son secteur magazines.

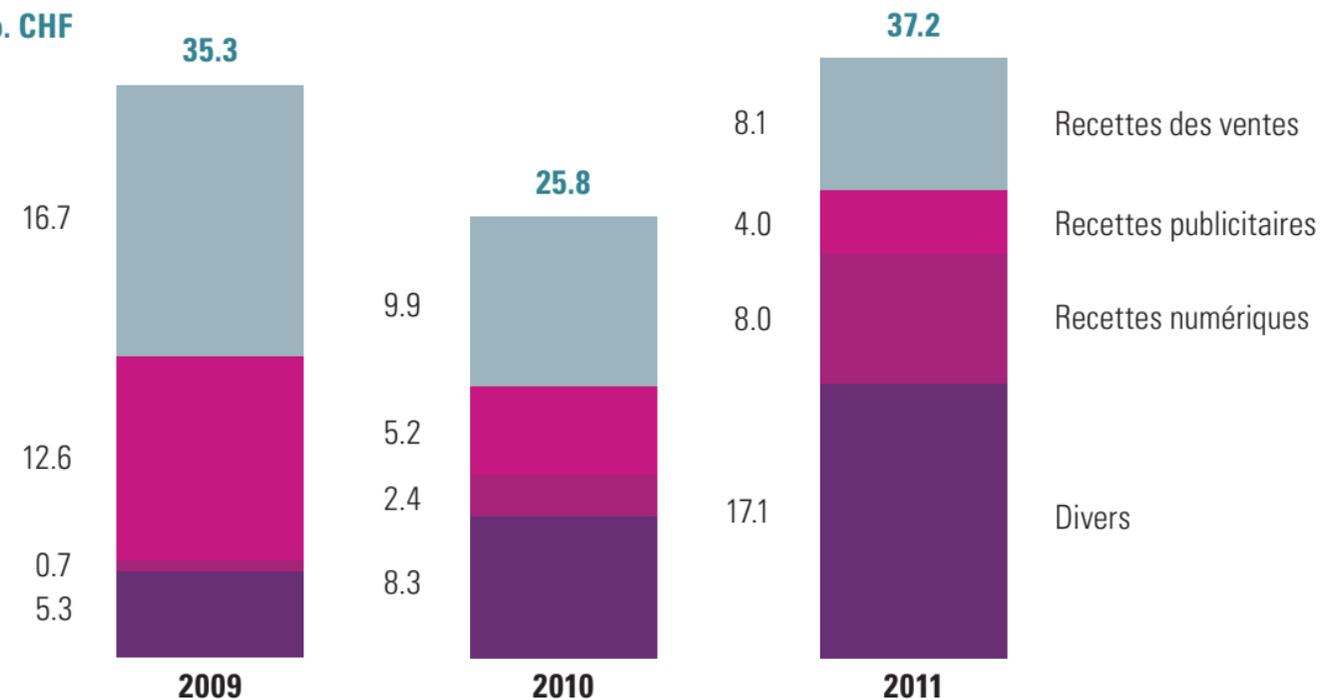
Les campagnes publicitaires bien ciblées en faveur du navire amiral de Ringier, *Libertatea*, ainsi que les chiffres d'affaires au-dessus de la moyenne de son imprimerie, fortement sollicitée par les commandes externes, ont aussi contribué à ce résultat positif.

Après les importants investissements qui ont fait de Ringier Print Romania l'imprimerie la plus moderne du pays, il a été possible, comme prévu, de gagner de nombreux clients réputés qui tous n'appartenaient pas au monde des médias. La chaîne de produits alimentaires Kaufland n'est qu'un seul des nombreux bons exemples de grandes sociétés devenues des partenaires sûrs de l'imprimerie Ringier. Dans le domaine des services, le département production et distribution a largement contribué à la croissance du chiffre d'affaires de Ringier Roumanie en conquérant de nombreux nouveaux clients externes (Cancan, Ciao, Spy, Plafar, etc.). 2012 sera certainement de nouveau une année difficile pour Ringier Roumanie qui, dans presque tous les domaines, devra relever de sérieux défis qu'elle pourra maîtriser seulement grâce à sa créativité et à son esprit d'innovation.

Ringier Roumanie Chiffres d'affaires

Mio. CHF	2011	2010	2009
Recettes des ventes	8.1	9.9	16.7
Recettes publicitaires	4.0	5.2	12.6
Recettes numériques	8.0	2.4	0.7
Divers	17.1	8.3	5.3
Total	37.2	25.8	35.3

Mio. CHF



Ringier Roumanie Portfolio

Médias imprimés

Bravo	Magazine de jeunes	21 456
Bravo Girl	Magazine de jeunes	22 860
Joy	Magazine féminin	14 869
Libertatea	Quotidien de boulevard	104 053
Libertatea de duminica	Journal dominical	49 049
Libertatea pentru femei	Magazine féminin	65 948
Libertatea weekend	Supplément TV	158 636
Lumea Femeilor	Magazine féminin	13 759
Unica	Magazine féminin	16 051

Tirage 2011

Websites

www.e-joy.ro
www.bravonet.ro
www.cursbnr.ro
www.libertatea.ro
www.libertateaerotica.ro
www.lumeafemeilor.ro
www.ringier.ro
www.unica.ro

Mobile Apps

Libertatea
Unica

Sites

Ringier Romania s.r.l.

Novo Parc
6, Dimitrie Pompeiu Blv.
District 2
RO-020337 Bucuresti
Téléphone +40 21 20 30 800
Téléfax +40 21 20 30 801
www.ringier.ro

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



Particulièrement positif, le développement économique des quotidiens de Ringier en Hongrie: *Blikk*, *Nemzeti Sport*, *Népszabadság* ont, l'année dernière encore, conservé leur position de leader.



Le journal de boulevard de Ringier Libertatea est – grâce aussi à ses suppléments – l'un des plus florissants de Roumanie dans son genre.



En associant les filiales de Ringier et d'Axel Springer en Pologne, en République tchèque, en Slovaquie et en Serbie, cette joint-venture est dans chacun de ces pays leader dans le créneau des journaux de boulevard et l'un des plus grands éditeurs de magazines de la région.



Ringier Axel Springer Media AG

Ringier Axel Springer Media AG est une des principales entreprises multimédias d'Europe de l'Est. En couplant les sphères commerciales de Ringier et d'Axel Springer en Pologne, en République tchèque, en Slovaquie et en Serbie, cette entreprise est devenue simultanément leader du marché de la presse de boulevard et l'un des plus grands éditeurs de magazines de la région. Fondée le 1er juillet 2010, elle représente des marques solides et rentables, un vaste portefeuille et se concentre résolument sur la croissance et la numérisation. C'est ainsi que la stratégie de numérisation de Ringier Axel Springer Media AG a poursuivi sa marche en avant durant l'année dont nous rendons compte. En ce sens, l'entreprise a été particulièrement dynamique en Slovaquie où la joint-venture a pris en décembre 2010 le contrôle du plus important portail en ligne, *azet.sk*. Des newsrooms intégrées ont aussi été introduites en République tchèque et en Slovaquie. En 2011, Ringier Axel Springer Media AG a continué d'appliquer sa stratégie et a victorieusement défendu ses solides positions sur les marchés de la région.

En 2011, ses revenus totaux se sont montés à 332,2 millions de francs. Le recul de ces recettes, comparées à celles de 2010 (379,1 millions de francs) est à mettre au compte d'un franc suisse trop fort face à l'euro et aux autres monnaies étrangères.

Pologne

Ringier Axel Springer Media publie en Pologne trois journaux et douze magazines. *Fakt*, journal de boulevard le plus connu du pays, reste le plus grand quotidien de Pologne avec un tirage moyen de 394 000 exemplaires et un potentiel de 3,9 millions de lecteurs. En août, Ringier Axel Springer Pologne a lancé le premier numéro du magazine automobile *Top Gear* après avoir conclu en juin un accord de licence avec la maison de médias britannique BBC. Avec *Fakt* et *Przegląd Sportowy*, un journal de sport national, l'entreprise se taille une part de marché de 36 pour cent au sein des quotidiens nationaux en termes d'exemplaires vendus. Ce faisant, Ringier Axel Springer Pologne est le plus grand éditeur de journaux du pays.

République tchèque

Avec six journaux et quatorze magazines, Ringier Axel Springer République tchèque est, là aussi, la plus grande maison d'édition du pays. A côté du plus important journal de boulevard, *Blesk*, l'entreprise est aussi leader du marché des magazines automobiles et publie avec *Blesk pro ženy* le magazine féminin au taux de pénétration le plus élevé. L'an dernier, Ringier Axel Springer République tchèque a étoffé son portefeuille de divers suppléments pour ses quotidiens. En 2011, le développement de *Blesk* et d'*Aha!* a été particulièrement réussi: ensemble, avec un taux de pénétration de 50,6 pour cent, ils ont pour la première fois dépassé celui de tous les autres quotidiens. Le journal dominical *Nedelni Blesk* a atteint le plus fort taux de pénétration des dominicaux tchèques. Dans le créneau des magazines féminins et automobiles, Ringier Axel Springer Media a maintenu sa position de leader. Cela mis à part, cinq newsrooms intégrées ont vu le jour et sont entrées en activité. *Sleviste.cz*, une plateforme «coupon aggregation», est dorénavant accessible sous forme d'appli pour iPhone.

Slovaquie

Globalement, Ringier Axel Springer Slovaquie publie deux journaux et neuf magazines. Sous le label général *Nový Cas* comprenant deux journaux et quatre magazines, l'entreprise réussit à s'imposer comme leader du marché en Slovaquie. Durant l'année dont nous rendons compte, le journal de boulevard *Nový Cas* a fêté ses vingt ans d'existence et s'affirme comme le plus grand journal du pays avec une part de marché de 43 pour cent. Les magazines féminins ont connu un développement réjouissant. En particulier *Nový Cas pre Ženy* qui, avec 139 000 exemplaires vendus, se taille une part de marché de 27 pour cent et occupe ainsi la première place des magazines féminins. Le portefeuille slovaque comprend aussi dorénavant *AutoBild Slovakia*. L'an dernier a également été ouverte la première newsroom intégrée au sein de laquelle tous les contenus rédactionnels, imprimés ou en ligne, du label *Nový Cas* sont élaborés.

Cela dit, Ringier Axel Springer Slovaquie s'est propulsée à la tête du marché des «news» en lançant trois applis pour iPhone et pour iPad, alors que l'appli du quotidien

slovaque *Nový Cas* trône encore dans le top ten d'Apple Store sept mois après son lancement. Avec le kiosque électronique *iStanok*, on a créé une application qui permet d'accéder aux sept magazines les plus populaires de la maison d'édition Ringier Axel Springer Media. L'acquisition du portail leader *azet.sk* a permis de regrouper les départements développement et annonces dudit portail et de Ringier Axel Springer Slovaquie.

Serbie

Avec ses trois journaux et ses sept magazines, Ringier Axel Springer Serbie est la maison d'édition affichant le plus grand tirage et le plus fort taux de pénétration globaux. *BLIC* est numéro un des quotidiens de Serbie. En mars 2011, la joint-venture a acquis la licence du plus important magazine automobile mondial, *AutoBild*. Ce faisant, Ringier Axel Springer Serbie a réussi à conforter sa position dominante dans ce créneau en termes d'exemplaires vendus. Les journaux de boulevard *BLIC* et *ALO!* ont maintenu leurs positions de leaders du marché. Avec 907 400 lecteurs, *BLIC* est resté le journal le plus lu de Serbie en 2011 également, *BLIC Zena* le plus grand magazine féminin du pays tandis que le magazine de boulevard *ALO!* a réussi de nouveau à augmenter et son tirage et son taux de pénétration. Dans le domaine numérique, *blic.rs* reste le portail d'infos le plus important de Serbie.

Ringier Axel Springer Media Portfolio

Pologne

Médias imprimés

		Tirage 2011
Auto Swiat	Magazine auto	94 833
FAKT	Quotidien de boulevard	394 789
FAKT TV	Supplément TV	547 246
Forbes	Magazine news	37 720
Komputer Swiat	Magazine ordinateur	39 646
Newsweek	Magazine news	116 350
Przegląd Sportowy	Journal sport national quotidien	47 545
Sport	Journal sport régional	7 509
Top Gear	Magazine auto	58 456

Websites

www.autoswiat.pl
www.fakt.pl
www.forbes.pl
www.komputerswiat.pl
www.newsweek.pl
www.sportowy.pl
www.sportnicy.pl

Mobile Apps

Forbes
Gamezilla
Komputer Swiat
Newsweek
Porady do iOS 5
Przegląd Sportowy

Slovaquie

Médias imprimés

		Tirage 2011
Eva	Magazine féminin	53 337
GEO	Magazine de reportages	6 708
Madam Eva	Magazine féminin	18 543
Nový Cas	Quotidien de boulevard	135 609
Nový Cas Bývanie	Magazine d'habitat	42 428
Nový Cas Križovky	Cahier de mots croisés	106 584
Nový Cas Nedela	Journal dominical	49 431
Nový Cas pre ženy	Magazine féminin	140 495
Nový Cas Vikend	Supplément TV	200 869
Život	Magazine people	95 305

Websites

www.adam.sk
www.cas.sk
www.ktoskym.sk
www.ktotoje.sk
www.lesk.sk
www.shopping.cas.sk
www.tivi.sk
www.vas.cas.sk
www.zivot.sk

Mobile Apps

Cas.sk
Foto spravy
iStanok
Novy Cas

Serbie**Médias imprimés**

24sata
ALO!
AutoBild
BLIC
BLIC TV Magazin
BLIC Zena
BLIC Zena Kuhinja
NIN
Puls

Journal gratuit
Quotidien de boulevard
Magazine auto
Quotidien de boulevard
Supplément TV
Magazine féminin
Magazine de cuisine
Magazine d'information
Magazine people

Tirage 2011

135 136
113 947
24 837
137 120
164 235
185 805
34 279
12 581
60 834

Websites

www.24sata.rs
www.alo.rs
www.blic.rs
www.e24.24sata.rs
www.nin.co.rs
www.nonstopshop.rs
www.plusonline.rs
www.ringieraxelspringer.rs
www.sport.blic.rs
www.superodmor.rs
www.zena.blic.rs

Mobile Apps

Blic News

Ringier Axel Springer Media Portfolio

République tchèque Médias imprimés

		Tirage 2011
Aha!	Quotidien de boulevard	88 671
Aha! TV	Supplément TV	106 451
ABC	Magazine de jeunes	48 603
Auto Tip	Magazine auto	24 037
Blesk	Quotidien de boulevard	347 566
Blesk Hobby	Magazine de bricolage	41 241
Blesk Krizovky	Cahier de mots croisés	56 598
Blesk Magazin TV	Supplément TV	470 777
Blesk pro zeny	Magazine féminin	195 625
Blesk Vase recepty	Magazine de cuisine	218 849
Blesk Zdravi	Magazine de santé	29 376
GEO	Magazine de reportages	2 535

Nedelni Aha!	Journal dominical	82 032
Nedelni Blesk	Journal dominical	203 398
Nedelni Sport	Journal de sport dominical	33 138
Reflex	Magazine de société	61 615
Sport	Journal sportif	50 228
Sport Magazin	Hebdomadaire de sport	56 226
Svet Motoru	Magazine auto	33 690

¹ Tirage moyen d'octobre à décembre

E-commerce

Sleviste

Websites

www.ahaonline.cz	www.isport.cz
www.auto.cz	www.i-autotip.cz
www.autofun.cz	www.i-svetmotoru.cz
www.bijak.cz	www.nejpes.cz
www.blesk.cz	www.njebabicka.cz
www.bleskhobby.cz	www.reflex.cz
www.bleskpromuze.cz	www.ringier.cz
www.bleskprozeny.cz	www.ringieraxelspringer.cz
www.geo-magazin.cz	www.ringierprint.cz
www.iabc.cz	www.sleviste.cz

Sites

Serbie

Ringier Axel Springer d.o.o.

Žorža Klemansoa 19
RS-11000 Beograd
Téléphone +381 11 333 4 701
Téléfax +381 11 333 4 703
www.ringieraxelspringer.rs

APM Print d.o.o.

III Bulevar 29
RS-11070 Novi Beograd
Téléphone +381 11 313 0 438
Téléfax +381 11 313 0 439
www.apmprint.rs

Trans Press d.o.o.

Milutina Milankovića 29
RS-11070 Novi Beograd
Téléphone +381 11 333 4 701
Téléfax +381 11 337 6 996
office@transpress.rs
www.transpress.rs

IP Euroblic Press d.o.o.

Miše Stupara 3
BA-78000 Banja Luka
Téléphone +387 51 257 980
Téléfax +387 51 257 075
office@euroblic.com

Slovaquie

Ringier Axel Springer Slovakia a.s.

Prievozska 14
SK-812 09 Bratislava
Téléphone +421 2 582 27 111
Téléfax +421 2 582 27 450
www.ringieraxelspringer.sk

République tchèque

Ringier Axel Springer CR a.s.

Komunardů 1584/42
CZ-170 00 Praha 7
Téléphone +420 225 977 475
www.ringieraxelspringer.cz

Ringier Axel Springer Print CZ a.s.

Plant Praha
Cernokostelecká 613/145
CZ-100 00 Praha 10
Téléphone +420 225 283 111
www.ringierprint.cz

Ringier Axel Springer Print CZ a.s.

Plant Ostrava
Na Rovince 876
CZ-720 00 Ostrava–Hrabová
Téléphone +420 596 668 111
www.ringierprint.cz

Pologne

Ringier Axel Springer Polska z.o.o.

Ul. Domaniewska 52
PL-02-672 Warszawa
Téléphone +48 22 232 00 00
www.ringieraxelspringer.pl

Ringier Asia Pacific / New Markets

Ringier Chine
Ringier Vietnam
Ringier New Markets



Ringier Asia Pacific / New Markets

Ringier Chine

En 2011, en Chine également, dans le domaine des médias, et plus particulièrement dans celui des produits imprimés, l'environnement commercial a aussi été influencé par la situation économique générale. Les chiffres d'affaires de la publicité souffrent encore et toujours de cette pression. Sous ces auspices, en 2011 Ringier Chine a poursuivi l'optimisation de son secteur des magazines imprimés et a heureusement réussi à augmenter de plus de 40 pour cent par rapport à l'année précédente ses chiffres d'affaires numériques.

Le magazine chinois de cuisine *Betty's Kitchen* a pu dépasser les objectifs fixés pour 2011, et cela en dépit d'un marché des annonces pour magazines toujours en crise. Grâce à une diversification permanente et à sa stratégie numérique, *Betty's Kitchen* a de nouveau laissé sur place ses concurrents et a conforté, comme l'année d'avant, sa position de leader du marché des magazines chinois de cuisine. Toutefois, les objectifs fixés pour 2011 n'ont pas été entièrement atteints en raison d'un marché des annonces

pour magazines toujours en crise. Dans la ligne de l'immense succès de l'école de cuisine de Pékin, ouverte en 2007 déjà, Ringier Chine a lancé au milieu de l'année 2011 deux autres centres de formation semblables, l'un à Shanghai, l'autre à Canton. Cela dit, le site web de *Betty's Kitchen* a bénéficié en novembre 2011 d'une relance complète. Ce faisant, ses deux e-magazines très prisés pour iPhone et pour iPad, plus son shop en ligne ainsi qu'une présence séduisante dans les médias sociaux permettent à *Betty's Kitchen* de toucher chaque mois plus de lectrices et de lecteurs à travers ses canaux numériques qu'à travers ses éditions imprimées.

Il en va de même des magazines de bord de Ringier CAAC: en 2011, ils ont été très rentables. Et cela en dépit de la concurrence en sérieuse augmentation de nouveaux magazines de bord publiés par des compagnies aériennes nationales.

Avec une part de marché de 40 pour cent, *City Weekend*, le magazine Ringier de langue anglaise de divertissement et de lifestyle pour Shanghai et Pékin, est de nouveau resté numéro un dans son créneau. Son site web a connu une augmentation de son chiffre d'affaires de 50 pour cent. Le magazine Ringier de langue anglaise *Shanghai Family*, lui aussi, réussi une solide progression grâce à un concept ciblé et à l'arrivée massive de familles étrangères à Shanghai.

En plus de la consolidation réussie de ses titres existants, en 2011 Ringier a aussi lancé de nombreux nouveaux projets numériques. En septembre, *Betty's Kitchen* a, par exemple, créé un nouveau site web présentant aux consommateurs divers produits et les comparant les uns aux autres.

Ringier Asia Pacific / New Markets

Ringier Trade Media Ltd

Les magazines professionnels de Ringier Trade ont heureusement bouclé l'année comptable 2011 sur une nette augmentation de leur chiffre d'affaires. Le bénéfice net a été multiplié par quatre. Favorisés par une bonne situation économique dans le domaine de la construction, les vingt-cinq magazines professionnels de *Ringier Trade* ont réussi une progression à deux chiffres, et même de plus d'un tiers pour les quatre magazines asiatiques (sud-est). En 2011, encore, a été lancé *Aerospace Manufacturing and Design China*, un nouveau magazine professionnel destiné à un secteur en plein développement en Chine.

Les activités numériques de Ringier Trade, elles aussi, se développent bien grâce au portail *industrysourcing.com*. De surcroît, huit différentes applis pour iPhone et iPad sont désormais disponibles. Elles permettent aux utilisateurs d'accéder virtuellement aux trente-deux magazines en question. La fructification réciproque des canaux imprimés et numériques exerce aussi une influence sur la marche des affaires: ainsi, les

chiffres d'affaires en ligne de Ringier Trade ont été nettement stimulés après le lancement d'*industrysourcing*, première appli pour Android en chinois et en anglais. L'équipe de conférence et d'événements de Ringier Trade a également réussi une belle croissance durant la dernière année comptable. La remise de sept Industry Innovation Awards, récompenses de grande valeur, a fait de Ringier l'une des plus importantes maisons de médias B2B de Chine.

Ringier New Markets

Par nouveaux marchés, Ringier entend ses activités et initiatives exploratoires dans des secteurs thématiques et géographiques émergents présentant un potentiel de développement prometteur. Il s'agit d'opérations relativement modestes et plutôt expérimentales avec un seuil de risques élevé. Pour l'heure, ce sont des plateformes pour l'internet et le mobile en Afrique (gérées par les trois hubs du Kenya, du Ghana et du Nigeria), ainsi que des activités regroupées dans les Studios Ringier pour développer des applications interactives à haute valeur ajoutée destinées au marché B2B des tablettes.

Ringier Vietnam

En dépit des marchés mondiaux en crise, le Vietnam affiche une croissance commerciale de 6 pour cent. D'un autre côté, le taux d'inflation a atteint la valeur record de 19 pour cent. Cette conjonction de croissance et d'inflation a poussé de nombreuses entreprises à se montrer prudentes en termes d'investissements et de projets.

En dépit de ces conditions plutôt négatives, Ringier Vietnam a poursuivi son développement avec succès. En enrichissant son portefeuille d'une licence pour la publication d'*ELLE*, Ringier Vietnam a réussi à pratiquement doubler son chiffre d'affaires global durant l'année comptable. Le plus grand magazine féminin et de mode du monde est ainsi devenu en 2011 no 1 de son genre dans le pays; grâce à quoi les attentes des vendeurs d'annonces ont été largement dépassées. En collaboration avec la centrale d'*ELLE* à Paris, Ringier a organisé au Vietnam différents événements de mode et de beauté et a montré des mannequins internationaux en couverture d'*ELLE* Vietnam. En 2012, Ringier Vietnam compte également lancer un site web *ELLE* interactif ainsi qu'une édition pour tablette de ce magazine bien connu.

Dans le sillage d'*ELLE*, l'an dernier Ringier Vietnam a lancé avec *Women's Health* un autre magazine international. Cette publication consacrée à la santé et au lifestyle, qui s'adresse à un lectorat féminin en pleine croissance, est le pendant de *Men's Health*, le titre pour hommes le plus important du monde. Grâce à un partenariat signé avec Rodale, propriétaire et éditeur de la marque, Ringier se pose progressivement en leader du marché sur ce créneau florissant et en plein boom de la santé et de la beauté.

Le partenaire local *ThoiTrangTre*, qui publie depuis des années déjà avec Ringier Vietnam le magazine féminin éponyme, peut lui aussi se réjouir des résultats positifs de l'année écoulée: *ThoiTrangTre* a dépassé de 15 pour cent les objectifs publicitaires fixés et a réussi une fois encore à augmenter nettement le nombre de ses lectrices. Les contrats de ce partenariat prospère ont donc été prolongés jusqu'en 2014. En plus de l'excellente performance des titres imprimés, la plateforme de mariage interactive *marry.vn* a, elle aussi, dépassé ses objectifs. En 2011, ce site web a lancé trois suppléments sur papier et a ainsi établi de nouvelles normes dans le domaine

des synergies entre le numérique et l'imprimé. Stimulé par ce succès, l'équipe de Marry a lancé fin 2011 la plateforme d'achat collectif *dealhunter.vn*. Ce site web mise résolument sur le contenu géré par les utilisateurs et aide en cela Ringier Vietnam à faire en 2012 ses premiers pas dans l'e-commerce.

Les chiffres de la filiale vietnamienne de Ringier *Nhat Viet Group* sont également réjouissants. Cette entreprise technologique développe des logiciels et gère avec *muabannhadat.com.vn* un site immobilier fructueux. Avec plus d'un million de visiteurs par mois, cette dernière plateforme est devenue durant l'année comptable no 1 de ce marché au Vietnam. Le magazine imprimé mensuel du même nom complète ses activités dans ce domaine immobilier en pleine croissance. Parallèlement, le *Nhat Viet Group* gère aussi la plateforme internet *www.myproperty.ph* aux Philippines. Il s'agit d'une joint venture avec le partenaire local Summit Media lancée à l'automne 2010. En un an, ce site web immobilier est devenu numéro un aux Philippines.

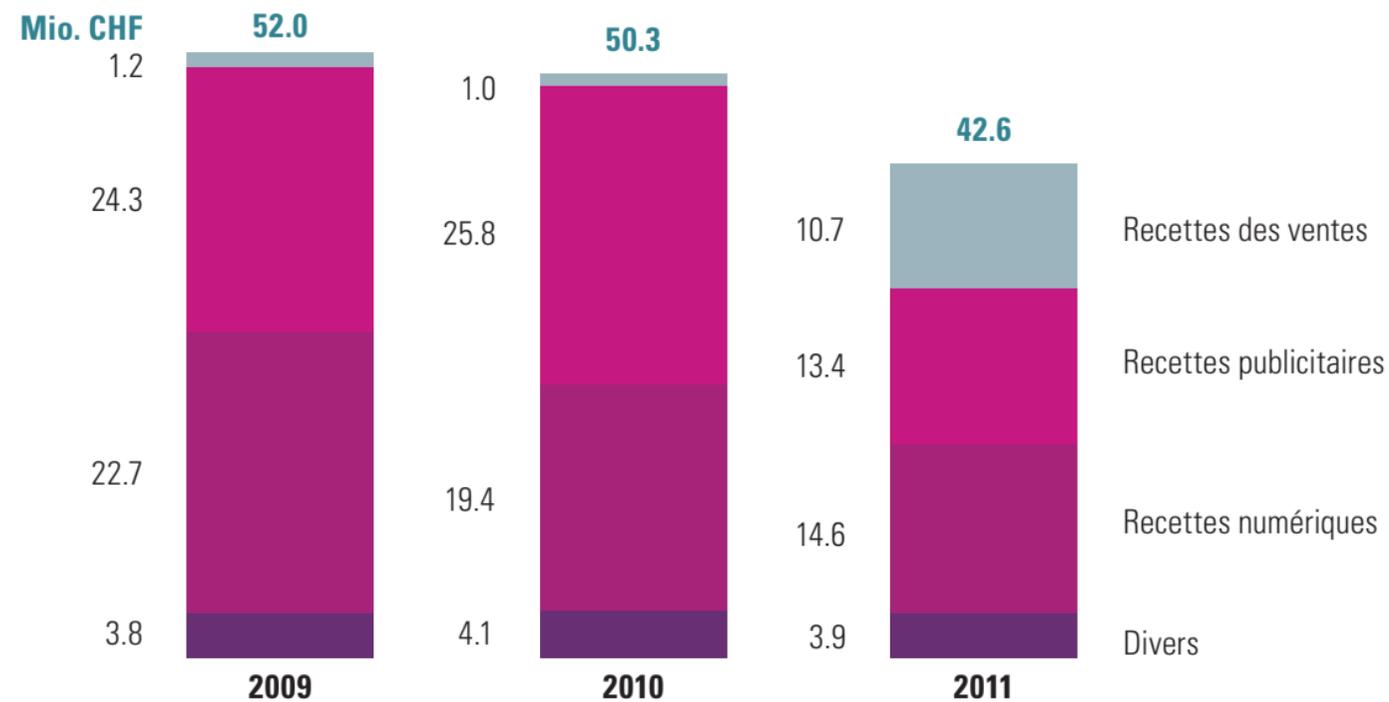
En plus de ses activités immobilières au Vietnam, le *Nhat Viet Group* est aussi responsable de la programmation et de l'actualisation régulière des applis pour iPhone,

Android et tablettes pour le *media swiss group*. Grâce à son expérience, l'ensemble des activités commerciales des applications pour mobiles de media swiss a connu une croissance remarquable.

De surcroît, avec les Studios Ringier de Ho Chi Minh Ville, Ringier Vietnam offre une autre plaque tournante pour les applications de mobiles. Les ingénieurs et graphistes de logiciels développent des applications interactives de haut niveau pour un marché des tablettes en plein boom, surtout pour les plateformes d'iPad et d'Android. De plus, chez Ringier, à Lausanne (Suisse), on a développé un logiciel permettant d'éditer la création et la production des applications du Vietnam. La commercialisation passe par les services de vente locaux sur les marchés visés.

Ringier Asia Pacific / New Markets Chiffres d'affaires

Mio. CHF	2011	2010	2009
Recettes des ventes	10.7	1.0	1.2
Recettes publicitaires	13.4	25.8	24.3
Recettes numériques	14.6	19.4	22.7
Divers	3.9	4.1	3.8
Total	42.6	50.3	52.0



Portfolio

Chine

Médias imprimés

Betty's Kitchen	Magazine de cuisine	622 700
CAAC	Magazine de bord	350 000
City Weekend	Magazine de loisirs	150 000
Shanghai Family	Magazine pour les étrangers à Shanghai	38 000
Magazines professionnels		25 à 8 000
Magazines professionnels South East Asia		4 à 8 000
Magazines professionnels Middle East		3 à 8 000

Tirage 2011

Websites

www.beitaichufang.com
www.chongsifang.com
www.cityweekend.com.cn
www.foodpacific.com
www.icmedicalproducts.com
www.industrysourcing.com (32 magazines)
www.restaurateur.cn
www.ringier.cn
www.ringierpacific.com
www.sensorschina.net
www.shfamily.com

Mobile Apps

Betty's Kitchen
City Weekend



Ringier Asia Pacific / New Markets Portfolio

Vietnam

Médias imprimés

Bep Gia Dinh	Magazine de cuisine	45 000
Mua Ban Nha Dat	Magazine immobilier	50 000
Phai Dep ELLE	Magazine de mode	20 000
Thoi Trang Tre	Magazine de mode	80 000
Women's Health	Magazine féminin	20 000

Tirage 2011

Websites

www.bepgiadinh.com
www.elle.vn
www.marry.vn
www.myproperty.ph
www.muabannhadat.com.vn
www.ringier.vn
www.tapchithoitrongtre.com.vn
www.womenshealthvn.com

Kenya, Ghana, Nigeria

Sites internet et mobile

Philippines

Plateforme immobilière



ELLE, plus grand magazine féminin et de mode du monde, est devenu en 2011 numéro un des magazines féminins du Vietnam.

Sites

Ringier China

Room 303–305
Shuo Dong International Tower
Building 5 Guangqu Jiayuan
Dongcheng District
Beijing, China, 100022
Téléphone +86 10 5637 2388
services@ringierasia.com
www.ringier.cn

Ringier China

Room 1501
500 Guandong Road
Shanghai, China, 200001
Téléphone +86 21 6362 0022

services@ringierasia.com
www.ringier.cn

Ringier Pacific Ltd

9F, Cheong Sun Tower
118 Wing Lok Street
Sheung Wan
Hong Kong, China
Téléphone +852 2369 8788
services@ringierasia.com
www.ringier.cn

Asia Inflight Ltd

9F, Cheong Sun Tower
118 Wing Lok Street

Sheung Wan
Hong Kong, China
Téléphone +852 2524 1520
info@asiainflight.com
www.ringier.cn

Ringier Trade Media Ltd

9F, Cheong Sun Tower
118 Wing Lok Street
Sheung Wan
Hong Kong, China
Téléphone +852 2369 8788
www.industrysourcing.com

Ringier Trade Media Ltd

Shanghai Representative Office
Room 1001, Tower 3
Donghai Plaza
No. 1486 West Nanjing Road
Shanghai, China, 200040
Téléphone +86 21 6289 5533
www.industrysourcing.com

Ringier Trade Media Ltd

Unit 2, 9/F.
200 Zhongming Road
Taichung, Taiwan
Téléphone +886 4 2329 7318
www.industrysourcing.com

Shenzhen Ringier Trade Advertising Ltd

Room 201–08, 2F, Wing B
Haisong Building
Tai Ran 9 Road, Futian District
Shenzhen, China, 518040
Téléphone +86 755 8835 0829
www.industrysourcing.com

Ringier Vietnam Co. Ltd

25 Thanh Mien
Dong Da District
Hanoi, Vietnam
Téléphone +84 4 3747 1648
www.ringier.vn

Ringier Vietnam Co. Ltd

Head office
111B Ly Chinh Thang
Ward 7, District 3
Ho Chi Minh City, Vietnam
Téléphone +84 8 3526 8154
info@ringier.com.vn
www.ringier.com.vn

Participations importantes Ringier AG

Ringier Suisse et Allemagne

Ringier AG, Zofingen	100 %	Goodshine AG, Zürich (deideal.ch)	60 %	2R Media SA, Locarno (il caffè)	45 %
Ringier Print Adligenswil AG, Adligenswil	100 %	Swissprinters Holding AG, Zofingen	59 %	Pool Position Switzerland AG, Zug	40 %
Ringier Print Holding AG, Zofingen	100 %	Energy Zürich AG, Zürich	51 %	Grundy Schweiz AG, Zürich	35 %
Energy Bern AG, Bern	100 %	Ringier Africa AG, Zofingen	51 %	SMD Schweizer Mediendatenbank AG, Zürich	33 %
Geschenkidee.ch GmbH, Opfikon	100 %	Ringier Axel Springer Media AG, Zürich	50 %	Teleclub AG, Zürich	33 %
Rose d'Or AG, Luzern	100 %	The Classical Company, Zürich	50 %	Presse TV AG, Zürich	30 %
media swiss group ag, Flamatt	100 %	Betty Bossi Verlag AG, Zürich	50 %	Schober Direct Media AG, Bachenbülach	20 %
Ringier Publishing GmbH, Berlin	100 %	ER Publishing SA, Lausanne (Le Temps)	50 %		
Juno Kunstverlag GmbH, Berlin	100 %	Qualipet Digital AG, Dietlikon	50 %		
Ringier France SA, Paris	100 %	Eventim CH AG, Zürich (Ticketcorner)	50 %		
Prevision AG, Luzern	85 %	Infront Ringier Sports & Entertainment Switzerland AG, Zug	50 %		
JRP I Ringier Kunstverlag AG, Zürich	80 %	Sat.1 (Schweiz) AG, Küsnacht	40 %		
Energy Schweiz Holding AG, Zürich	65 %	Good News Productions AG, Zürich	48 %		
Ringier Studios AG, Zofingen	65 %	Starclick Entertainment AG, Zürich	48 %		

Situation au 31 décembre 2011

Ringier Central Europe

Ringier Kiadó Kft., Budapest	100 %
Népszabadság Zrt., Budapest	71 %
MédiaLOG Logisztikai Zrt., Budapest	60 %
S.C. Ringier Romania s.r.l., Bukarest	100 %
S.C. Ringier Print s.r.l., Bukarest	100 %
S.C. Editura Bauer s.r.l., Bukarest	50 %
Ringier Axel Springer CZ a.s., Prag	50 %
Ringier Axel Springer Print CZ a.s., Prag	50 %
Ringier Axel Springer Slovakia a.s., Bratislava	50 %
Azet.sk a.s., Žilina	35 %
Ringier Axel Springer d.o.o., Belgrad	50 %
APM Print d.o.o., Belgrad	50 %
NIN d.o.o., Belgrad	50 %
Ringier Axel Springer Polska Sp z.o.o., Warschau	50 %

Ringier Asia Pacific/New Markets

Ringier Pacific Ltd., Hongkong	100 %
Ringier China Co. Ltd., Peking	100 %
Asia Inflight Ltd., Hongkong	100 %
Ringier Vietnam Company Ltd., Ho Chi Minh City	90 %
Ringier Application Production, Ltd., Ho Chi Minh City	65 %
Get Sold Corporation, Manila	50 %
Ringier Media Nigeria Ltd., Lagos	70 %
Ringier Ghana Ltd., Accra	46 %
Rupu Ltd., Nairobi	41 %

Corporate Responsibility

En tant qu'entreprise de médias, Ringier est conscient de sa responsabilité à l'égard de la société et de l'environnement. Cette *corporate responsibility* implique pour Ringier de poursuivre ses objectifs économiques en ménageant l'environnement et la société. Au début des années 50, déjà, Werner Meier, à ce moment-là rédacteur en chef de la *Schweizer Illustrierte*, avait esquissé ce qui allait devenir **le Code of Conduct de Ringier**. Ce faisant, Ringier a été l'une des premières maisons de médias de Suisse à rédiger des règles de comportement. Aujourd'hui encore, il constitue le fondement même de la conduite responsable de tous les collaborateurs de la maison. A travers diverses **fondations, initiatives et contributions**, Ringier s'engage en faveur de son environnement social et culturel. De surcroît, l'entreprise s'efforce de diminuer en permanence ses propres atteintes à l'environnement. Ringier optimise ses canaux de transport et recourt, dans la mesure du possible, aux moyens de transport les plus judicieux et les moins dommageables à l'environnement pour la livraison et la distribution.

Ringier réduit **la consommation de papier** dans ses rédactions et son administration et a lancé dans cette perspective son projet «paperless administration». En plus de mesures concrètes, il s'agit d'encourager les collaborateurs à économiser le papier. A Zurich, par exemple, depuis août 2011 on envoie les décomptes de salaire électroniquement et non plus sur des feuilles de papier. Les imprimeries pèsent aussi d'un certain poids sur le bilan écologique de Ringier. Depuis 2011, en plus du **groupe Swissprinters, Ringier Print Adligenswil** est la première imprimerie de journaux de Suisse à participer au **programme myclimate**. Grâce à ce programme, les clients de Ringier ont la possibilité de compenser les émissions de CO₂ qu'ils génèrent. Le gaz à effet de serre émis lors de l'exécution d'une commande est compensé par le versement d'une somme à myclimate pour des projets de protection de l'environnement soutenant les énergies renouvelables ou l'efficacité énergétique.

En tant que partenaire organisateur, Ringier a soutenu la conférence Green Manufacturing China 2011 de Pékin. L'accent de cette manifestation, mise sur pied pour la première fois en Chine, portait sur l'efficacité énergétique et la durabilité. L'objectif est de proposer à l'industrie des solutions confirmées par des pays industriels de pointe pour réduire le CO₂ et abaisser les coûts.

Ringier soutient de façon ciblée des projets et initiatives dans les domaines où l'entreprise a fait ses expériences. **La Fondation Hans Ringier** regroupe ainsi des activités pour promouvoir la relève et la qualité journalistiques. **L'école des journalistes Ringier** qui fait partie de cette fondation forme depuis 1974 des jeunes débutants dans les médias toutes disciplines journalistiques confondues. Une nouvelle année de formation, axée sur la pratique, a commencé en 2011; elle est fréquentée par dix-huit étudiantes et étudiants qui la suivront pendant un an.

L'amélioration des conditions-cadres pour la diversité et la liberté des médias est fondamentale pour Ringier. L'entreprise s'engage donc dans toute une série d'associations professionnelles nationales et internationales. En 2011, également, elle a pris fait et cause pour **l'amélioration des conditions de la concurrence** (copyright/protection des contenus journalistiques, réglementation des offres en ligne des fournisseurs de droit public, promotion de la diversité des médias par le soutien indirect de la presse). L'éditeur Michael Ringier est depuis 2011 membre du comité de patronage de l'organisation **Reporters sans frontières** de Suisse. Cette organisation observe et suit la situation de la liberté de la presse dans plus de cent cinquante pays. Elle fournit aussi une aide internationale aux journalistes menacés, persécutés ou emprisonnés.

La formation est une des clés pour permettre à une société de s'armer pour l'avenir. Voilà pourquoi Ringier soutient depuis neuf ans **la Fondation Dariu** au Vietnam. Celle-ci accorde des bourses d'études à des enfants sans moyens et renforce son engagement dans le domaine de la formation en construisant ses propres jardins d'enfants et en mettant sur pied des écoles itinérantes. Par le biais d'un système de microcrédits, la fondation permet à des familles indigènes d'accéder à l'indépendance financière et d'assurer leur existence. Lors d'une cérémonie festive organisée à Ho Chi Minh Ville le 21 novembre, on a inauguré la deuxième **Helena Mobile's School** et le nouveau **jardin d'enfants Xuan Hiep**. On y a aussi fêté la distinction accordée à la fondation par la City Bank qui l'a classée parmi les dix meilleures **institutions de microfinance** du pays. Les orateurs du jour en ont été Michael Ringier, Gerhard Schröder et Thomas Trüb qui ont été honorés par la **Vietnam Union of Friendship Organization** pour leur remarquable contribution à l'amitié entre les peuples.

Depuis 2011, Ringier soutient aussi la fondation **MyHandicap** qui, en collaboration avec des partenaires de l'économie, de l'administration, de la politique et des médias, a lancé un programme indépendant de mobilisation, de motivation et de sensibilisation sous le signe de **«Emplois pour handicapés – Handicapés pour emplois»**. L'objectif de ce programme est de mettre en contact direct travailleurs et employeurs. Il a été mis sur pied en 2010. Au sein du comité de patronage on trouve, entre autres personnalités, Ellen Ringier, présidente de la fondation Eltersein, et Marc Walder, CEO de Ringier Suisse et Allemagne.

Structure des collaborateurs

Ringier Groupe	2011	2010
Ringier Suisse et Allemagne	3 238	3 276
Ringier Central Europe	¹ 3 691	3 790
Ringier Asia Pacific / New Markets	545	548
Total	7 474	7 614

¹ Ringier Axel Springer Media AG consolidé pro rata (50%)

² Ringier Schweiz Verlag inclus Grundy Schweiz AG, JRP | Ringier Kunstverlag AG, Previa AG, SMI AG, Rose d'Or AG

³ media swiss group inclus Scout24 Schweiz AG, Scout24 Schweiz Holding AG, media swiss ag, Xmedia AG, Xmedia Annoncen AG, Xmedia Services AG, Omnimedia AG, Anibis GmbH, Géomatic SA, baugate24 ag, ms Serbia, FN Croatia, Nhat Viet Group

⁴ En 2010 intégré au Ringier Schweiz Verlag; en 2011 Energy Schweiz Holding AG inclus Energy ZH AG, Energy BE AG, Energy CH AG, Energy Media AG

Ringier Central Europe	2011	2010
Ringier Hongrie	1 027	1 147
Ringier Roumanie	387	385
Ringier Axel Springer Media		
Pologne	757	773
République tchèque	732	766
Slovaquie	398	298
Serbie	390	421
Total	3 691	3 790

Ringier Suisse et Allemagne	2011	2010
Ringier Schweiz Verlag	² 1 349	1 479
Ringier Print Adligenswil AG	262	276
Swissprinters Group	811	973
Betty Bossi AG	130	145
media swiss group	³ 431	370
Energy Schweiz Holding AG	⁴ 220	⁴ 0
Geschenkidee.ch	35	33
Total	3 238	3 276



Ringier soutient la Fondation Dariu, au Vietnam. Celle-ci s'engage en faveur de l'amélioration des conditions de vie des familles défavorisées en accordant des microcrédits et en construisant des écoles et des jardins d'enfants.



Organisation

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
Robin Lingg
Jan. O. Frøshaug
Prof. Dr. h.c. Hans-Olaf Henkel
Martin Werfeli
Dr. Christiane zu Salm

Ringier Direction du Groupe

Christian Unger, CEO Ringier
Florian Fels, CEO Ringier Central Europe
Tobias Schulz-Isenbeck, CFO
Marc Walder, CEO Ringier Suisse et Allemagne

Ringier Group Management du Groupe

Caterina Ammann, Service juridique
Collin Crowell, Ringier Vietnam
Matthias Graf, Corporate Communications
Mike Hay, Ringier Trade Media, Hong Kong
Jean-Luc Mauron, Human Resources
Attila Mihok, Ringier Hongrie
Mihnea Vasiliu, Ringier Roumanie
Thomas Trüb, Ringier Asia Pacific / New Markets
Kenny Zhou, Ringier Chine

Ringier Suisse et Allemagne Management

Marc Walder, CEO
Stefan Kastenmüller, Entertainment
Urs Heller, Magazines
Thomas Huwiler, Digital Business
Daniel Pillard, Suisse romande
Daniel Terzoni, Controlling
Caroline Thoma, Groupe Blick
Michael Voss, COO

Ringier Axel Springer Media AG Conseil d'administration

Ralph Büchi, Président
Christian Unger, Vice-Président
Lothar Lanz
Tobias Schulz-Isenbeck

Ringier Axel Springer Media AG Management

Florian Fels, CEO
Patrick Boos, CDO
Mark Dekan, CFO

Swissprinters AG Conseil d'administration

Martin Werfeli, Président
Dr. Urs Schweizer, Vice-Président
Samuel Hügli
Peter Karlen
Andreas Schaffner
Jörg Schnyder
Marc Walder

Swissprinters AG Management

Alfred Wälti, CEO
Gianni Giordano, Technique
Bruno Hörler, Marketing & Business Development
Heinz Liebi, Management Services
Stephan Meier, Finances & IT
Nicolas Sauvant, Swissprinters Lausanne

Epilogue par Frank A. Meyer

En quoi nous, journalistes, sommes-nous compétents? En tout, cela va de soi: en politique comme en people, en culture comme en sport. Nous nous y entendons au niveau expression, écrite ou orale, ou les deux. Nous donnons la parole au cours des choses: au quotidien avec ses bonheurs et ses malheurs, aux crises et aux catastrophes.

Nous tissons les événements en un merveilleux tapis représentant la réalité. Nous créons donc la réalité: par notre vision très personnelle des faits, à travers nos interprétations, tout particulièrement par notre style.

Nous sommes chargés des figures du discours et des images de la pensée. C'est beaucoup; beaucoup trop, en fait. Notre compétence est déjà presque prétentieuse. Mais justement, évidente, pourtant. Nous faisons simplement ce qu'il faut faire; nous le faisons parce que c'est le métier que nous avons appris, notre profession, dans le meilleur des cas notre passion.

Mais la compétence des journalistes ne se limite pas à l'exercice de leur métier. Car tout ce qui va de soi dans notre profession n'est concevable que dans le cadre très particulier de la démocratie.

Bien sûr, la démocratie aussi nous semble évidente. Or, si on écoute et si on regarde attentivement, on perçoit du scepticisme et de la lassitude face à la démocratie.

Différents concepts circulent pour cerner ce phénomène: on parle, par exemple, de «post-démocratie» et de «méritocratie», voire de «démocratie conforme au marché».

Depuis peu, la démocratie est affublée d'épithètes. Elle est rebaptisée. Des termes ambigus se réfèrent à un fond et à un sens équivoques. Ils débouchent sur une démocratie coupée en deux. Car la notion de démocratie ainsi transformée montre que quelqu'un s'est emparé des commandes, qu'une minorité tente de conquérir un pouvoir supérieur à sa représentativité démocratique.

Par exemple «les élites», qui se bousculent aujourd'hui ouvertement dans les anti-chambres de la politique ou par le biais des marchés, et s'arrogent avec aplomb ce qui ne leur appartient pas: le pouvoir politique.

Mais qu'ont donc à faire ensemble ces nouveaux concepts de démocratie et le travail journalistique quotidien? En priorité ceci: nous sommes aussi – nous sommes de nouveau! – en charge de la démocratie.

Bien sûr, nous l'étions déjà auparavant, de tout temps même, car sans l'usage libre de la parole, la démocratie est impossible. Pourtant cette évidence a déjà été plus manifeste dans le passé. Par exemple au temps de la guerre froide, entre 1945 et 1989. A cette époque-là, la démocratie participait de l'identité même du monde libre. Car l'autre choix s'appelait le communisme, raison pour laquelle l'autre caractéristique de l'Ouest, le capitalisme, se retranchait derrière la démocratie.

La mondialisation de ces vingt dernières années a libéré les forces et les marchés des liens démocratiques – de la surveillance des citoyens et de leurs politiciens. Mais cette liberté nouvellement acquise du capital, qui en profite allégrement, éveille la convoitise d'encore plus de pouvoir. C'est la toile de fond des exercices intellectuels qui tournent autour d'une question: ne serait-il pas temps de redéfinir la démocratie et de l'axer sur une «élite», comme elle aime à s'auto-proclamer. Au lieu du pouvoir au peuple, il faut dorénavant que s'impose le pouvoir pour soi.

La démocratie, ce mot limpide, est défiée. Donc notre profession, elle aussi, est défiée, elle qui tire tout son sens, toute sa légitimité de ce mot limpide.

Voilà pourquoi toute relativisation de la démocratie se mue soudain en relativisation du journalisme.

Mais comment nous battre pour une seule et indivisible, donc unique, démocratie? En manifestant «plus de courage pour le pouvoir bourgeois», comme le formule Odo

Marquard. Dans ses écrits, le philosophe d'Essen explique que le pouvoir bourgeois est la culture de la démocratie: quand il est vécu au jour le jour, donc également en politique, donc aussi dans les médias, règne alors la culture démocratique.

Et quelle allure a-t-elle, cette culture démocratique au quotidien? Odo Marquard le formule ainsi: «Le monde bourgeois libéral privilégie, selon l'esprit aristotélicien, le centre par rapport aux extrêmes, les petites améliorations par rapport aux grandes remises en question, le quotidien par rapport à l'ajournement du quotidien, il préfère l'ordinaire au sublime, l'ironie à l'extrémisme, l'ordre au charismatique, le normal à l'extraordinaire, l'individu à la communauté salvatrice.»

Le pouvoir bourgeois serait-il donc si discret, si modeste? La culture de la démocratie doit-elle être aussi simple? Aussi peu excitante pour nous journalistes qui, semaine après semaine, jour après jour, voire heure après heure sur internet, cherchons, et trouvons aussi, le sublime, le charismatique, l'extraordinaire: chez les puissants qui

font battre plus fort notre cœur de journaliste avec leur brutalité, leur orgueil, leur goût de l'autorité – quels sujets!

En revanche, que peut nous offrir le politicien bourgeois – avec ses petits pas, deux en avant, un en arrière, avec son minuscule objectif de compromis et de consensus?

En vérité, le journaliste a besoin de courage pour adhérer à la bourgeoisie. Et un grand savoir-faire. Parce que, de cet ordinaire, de cet ordre, de cette normalité, il doit sortir des articles qui emballent le lecteur, l'auditeur et le spectateur; de la rectitude bourgeoise il doit forger une réalité qui force le respect du lecteur, de l'auditeur et du spectateur pour la démocratie. C'est alors que le travail journalistique se mue en œuvre artistique.

La démocratie est un atelier. Nous, journalistes, sommes responsables de cet atelier. C'est le seul que nous ayons.

A propos de l'artiste

L'artiste italien **Maurizio Cattelan** est né à Padoue en 1960 et vit à New York depuis 1993. Il provoque, brusque, persifle et réfléchit le monde de l'art depuis la fin des années 1980 avec des objets qui, par leur insistance, leur évident attrait, mais également leur aspect à la fois oppressant et ridicule, semblent issus de la rubrique « photo de presse de l'année » — et la commenter avec ironie.

Des masses d'animaux empaillés, surtout des animaux de trait comme des chevaux et des ânes, qui croulent sous le poids de leur charge, sont hissés vers le ciel devant des charriots remplis à ras bord, meurent comme des ersatz de Christ ou ont la tête enfoncée dans le mur; un Hitler trompeusement authentique, réduit à l'état d'écolier et agenouillé dans l'espace de Haus der Kunst à Munich, cet exemple monumental de l'architecture nazie; le pape Jean-Paul II, frappé par une météorite et gisant sur un tapis rouge; un écureuil qui s'est suicidé, à moitié couché sur une table dans une sorte de maison de poupée; des enfants pendus à des arbres à Milan; des morts

dans des caisses de musée, dûment emballés et assurés, dans les règles de l'art; des drapés de marbre blanc dans le plus pur style de la sculpture classique qui forment une rangée de sarcophages; et des sculptures dans l'espace public, comme la main monumentale *L.O.V.E.* en marbre de Carrare que l'artiste a fait installer, début 2010 (durant la Fashion Week), devant la Bourse de Milan sur la Piazza Affari, tous les doigts bien proprement coupés à leur base, sauf le majeur tendu en un signe qui laisse peu de place à l'imagination ... Et toujours Maurizio Cattelan lui-même, miniaturisé, malicieux, la tête surgissant du sous-sol d'un musée et regardant par-dessus un trou dans le sol, assis dans les rayons d'une bibliothèque, suspendu à une patère dans un costume de feutre ou encore un nuage de visages de Cattelan, prêts à se répandre sur le monde comme des cellules sournoises.

Mais les provocations de Maurizio Cattelan trouvent leur inspiration dans les grands thèmes de l'homme et de sa réalité existentielle: l'échec de l'individu, en particulier

de l'artiste, qui veut créer et obtenir du signifiant, la mort, la sexualité, la politique, l'économie — les perversions avec lesquelles ces thèmes ne cessent de se présenter à nous et nos vains et ridicules efforts pour les maîtriser.

En novembre 2011, Maurizio Cattelan a présenté une grande rétrospective de ses objets au Musée Guggenheim, à New York. Un mobile géant de 129 œuvres a été suspendu sous la grande coupole du musée, dans la rotonde vide, un assemblage spectaculaire de ses réalisations, une « ascension » quasi religieuse de l'ensemble de ses créations, un acte grandiose de métamorphose de l'œuvre d'une *vie*, comme on dit (c'est toujours ce qu'offre une rétrospective) — une œuvre dont Maurizio Cattelan a sonné le glas avec l'annonce simultanée de la fin de son activité artistique.

En 2010, sur l'île grecque d'Hydra, Maurizio Cattelan s'était déjà étendu dans son lit de mort dans la plus pure tradition du deuil à l'italienne, en une double Coupure

représentation de lui-même – et, simultanément, il avait lancé un tout nouveau travail, le magazine *Toiletpaper*. Avec ce magazine, qui paraît entièrement sans texte sur le marché régulier des revues d'art, Maurizio Cattelan édite des mondes d'images, qu'il prend sur Internet, dans tous les domaines des médias, dans la production d'autres artistes comme dans la sienne propre, sur des sites commerciaux et privés, et qu'il distille en de nouvelles images rappelant la publicité, l'art, les mythes et l'effet des médias eux-mêmes.

Pour le Rapport annuel 2011 de Ringier, Maurizio Cattelan a réalisé un nouveau numéro de *Toiletpaper*. Les images développées pour cette édition sont, de nouveau, un concentré des informations provenant du flot d'images d'Internet, qui présente l'attrait, la séduction et la provocation en tant qu'irritation constructive, et lance ainsi le débat sur l'origine et la circulation des images elles-mêmes. Les informations du Rapport annuel à proprement parler sont livrées avec le magazine sous la forme

d'un rouleau de papier-toilette, en reprenant le titre du magazine et en caricaturant de façon polémique le caractère éphémère de toute information.

Beatrix Ruf, curatrice Collection Ringier

Impressum

Editeur

Ringier AG, Corporate Communications

Directeur du Projet

Matthias Graf, Directeur Corporate Communications Ringier AG

Coordinatrice Projet

Myrta Bugini, Ringier Corporate Publishing et Design

Communication Finance

Annabella Bassler, Directrice Corporate Finance

Direction du Projet artistique

Beatrix Ruf, curatrice de la Collection Ringier, Directrice Kunsthalle Zurich

Artistes

Maurizio Cattelan & Pierpaolo Ferrari, New York

Design graphique, Lithogravure

Michael Zwysig, Premedia Swissprinters AG

Traduction

Jean-Luc Ingold, Genève

Papier

Publication rapport annuel, 90/170 gm²Cyclus Offset Recycling blanc mat

Imprimerie

Swissprinters Zürich AG, Schlieren

Emballage, Envoi

Drahtzug, Enterprise sociale, Zürich

Contact

Ringier AG, Corporate Communications
Dufourstrasse 23, 8008 Zürich, Suisse
Téléphone +41 44 259 68 39
Téléfax +41 44 259 86 35
info@ringier.ch, www.ringier.com

Zürich, avril 2012