

DOMO

 Ringier

Magazine d'entreprise,
septembre 2013

Le journalisme people

**Ce que les bons ragots
provoquent**

50 ans après l'assassinat de Kennedy
**La plus grande story de
tous les temps**

4 John F. Kennedy

Cinquante ans après, l'attentat contre le 35^e président des États-Unis fascine toujours autant les écrivains, les journalistes et les cinéastes.

9 Commentaire

«Comment j'ai vécu l'assassinat de JFK au Blick»: Fibo Deutsch se souvient de la soirée du 22 novembre 1963.

10 Presse people

Bunte et hot! Ces deux magazines people complètement différents connaissent chacun un vif succès. Les rédacteurs en chef Patricia Riekel et Csaba Illés nous expliquent pourquoi.

14 Interview

Michael Krüger, auteur et éditeur, nous parle de la «vraie» vie et de la lecture qui aide à décompresser.

16 En point de mire

Les meilleures photos Ringier du trimestre à travers le monde.

18 RMC Belgrade

Mario Garcia, concepteur de journaux, magazines & web: «On est toujours surpris» - l'une des déclarations entendues à la réunion des managers de Ringier à Belgrade.

24 Inhouse: ELLE beauty

Naissance d'un périodique - le nouveau magazine de beauté d'Elle Vietnam

26 Ringier à la rencontre des stars

Le photographe Manuel Bauer prend son petit-déjeuner avec le dalaï-lama.

28 Michael Ringier

Lettre ouverte de l'éditeur à Mathias Döpfner, CEO d'Axel Springer.

29 Talk

Questions à la direction.

30 Entre nous

Rubrique nécrologique / Anniversaires de service / Conseils de lecture.

Photo de couverture: Bettmann/Corbis/Dukas

Impressum

Editeur: Ringier AG, Corporate Communications. **Direction:** Edi Estermann, CCO, Dufourstrasse 23, 8008 Zurich. **Rédactrice en chef:** Bettina Bono. **Collaborations rédactionnelles:** Hannes Britschgi, Ulli Glantz (réalisation visuelle), Helmut-Maria Glogger, René Haenig, Peter Hossli, Lisa Merz. **Traducteurs:** Xavier Pellegrini/Textes.ch (français), Claudia Bodmer (anglais), Imre Hadzsi/Word by Word (hongrois), Adina Preda (roumain), Lin Chao/Yuan Pei Translation (chinois). **Relecture:** Verena Schaffner, Peter Voser (allemand), Patrick Morier-Genoud (français), Claudia Bodmer (anglais), Zsófia Vavrek (hongrois), Adela Bradu (roumain). Conception graphique: Stéphane Carpentier. Layout/Production: Nadine Zuberbühler, Claudia Trinklér (Suisse), Jinrong Zheng (Chine). **Edition d'image:** Ringier Redaktions Services Zurich. **Impression:** Ringier Print Ostrava et SNP Leefung Printers. Reproduction (même partielle) uniquement avec l'accord de la rédaction. Edition: 12 400 exemplaires. DOMO paraît en allemand, en anglais, en français, en roumain, en hongrois et en chinois.

Photos: Manuel Bauer, Stephanie Füsserich, Oliver Bunic, Dukas, Márta Csorba





Quelques secondes après la fusillade visant le président américain John F. Kennedy, son épouse Jackie (robe rose) tente désespérément d'attraper une partie de son cerveau. Des agents des services secrets suivent la voiture du président. Ils n'ont encore rien remarqué.

Le choc

Qui a tué John F. Kennedy? Un assassin isolé? S'agissait-il d'un complot? Fomenté par les Russes? Les Cubains? Le vice-président américain lui-même? Depuis cinquante ans, aucune histoire n'aura autant passionné les cinéastes, écrivains et journalistes que celle de l'assassinat du 35^e président des États-Unis, le 22 novembre 1963, à Dallas.

Texte: Peter Hossli. Photos: David Woo/The Dallas Morning News, Corbis/Dukas (3), Getty Images (3), Handout (2)

Le matin du jour où John F. Kennedy meurt, le temps est nuageux et humide. A 9 h 30, une éclaircie pointe. Puis un soleil radieux brille sur la ville de Dallas. A 12 h 29, la limousine décapotable du président américain s'engage sur Dealey Plaza. Le long des rues, une immense foule acclame le cortège. «Monsieur, vous ne pouvez pas dire que Dallas ne vous aime pas», lui dit Nellie Connally, l'épouse du gouverneur du Texas. Kennedy sourit, saluant la foule de son bras droit.

Tout à coup, un bruit sourd. Le premier coup de feu est suivi d'un deuxième, puis d'un troisième. Une demi-heure plus tard, le président meurt à l'hôpital Parkland Memorial, entouré de quatorze médecins. Il avait 46 ans. La deuxième balle a traversé son dos et est ressortie par sa gorge, la troisième lui a défoncé l'arrière de la tête. «Ils ont tué mon mari et je tiens son cerveau entre mes mains», aurait crié la First Lady, Jacqueline Kennedy, dans la voiture.

Le 22 novembre prochain aura lieu le 50^e anniversaire de l'attentat de John F. Kennedy. Aujourd'hui encore, c'est l'une des histoires les plus captivantes de tous les temps. L'histoire d'un président mondialement populaire qui a apporté la modernité aux Etats-Unis, la nation la plus puissante du monde. Un homme jeune et beau, issu d'une famille célèbre, qui ne s'embarrasse pas de fidélité conjugale. Parmi ses nombreuses aventures, on se souvient tous de sa liaison avec Marilyn Monroe.

C'est l'histoire d'un assassinat qui aura des conséquences politiques considérables. Il a lieu à un moment où la guerre froide est sur le point de devenir chaude, les Etats-Unis et l'Union soviétique étant engagés dans une course à l'armement nucléaire. Si l'on en croit les historiens, le monde d'aujourd'hui serait différent si Kennedy avait vécu plus longtemps. Par ailleurs, cet attentat est l'une des pièces maîtresses d'un fantastique thriller. Le même jour, la police arrête Lee Harvey Oswald (24 ans), un jeune marxiste au comportement perturbé, qui avait vécu en Russie. Cet ancien militaire a abattu le président avec un fusil à répétition italien avec lunette de visée, depuis le sixième étage d'un entrepôt de manuels scolaires. Oswald s'est procuré le fusil par correspondance - une arme de la Seconde Guerre mondiale - et se l'est fait envoyer à Dallas.

Oswald meurt deux jours après Kennedy. Lors de son transfert du commis-



▲ Peu de temps avant le bain de foule: le président John F. Kennedy se déplace à travers la ville de Dallas en limousine décapotable, la First Lady, Jackie, à son côté. Le gouverneur du Texas John Connally et sa femme Nellie sont assis devant eux.

sariat à la prison, il est descendu par Jack Ruby, un propriétaire de bar, sous les yeux de milliers de téléspectateurs. Dès les premières annonces de l'attentat contre JFK par téletypewriter, une nuée de caméras s'envole à travers le pays. Certains journalistes se précipitent à Dallas, d'autres aux quatre coins des Etats-Unis, racontant un pays en état de choc. Le jour où le président est enterré, tous les Américains sont devant leurs postes. Les spectateurs assistent avec émotion à son enterrement en direct. Un petit garçon salue le cercueil de son père. Une image forte qui restera gravée dans les mémoires. Cette tragédie continue toujours d'alimenter les médias. L'assassinat de JFK est devenu depuis longtemps un véritable genre médiatique. Un thème dont ne se lassent pas les éditorialistes et qui inspire les romanciers de fiction, comme Stephen King, avec son roman de 849 pages intitulé 22/11/1963.

Les journalistes d'investigation découvrent régulièrement de nouveau



▶ Le 24 novembre 1963, le propriétaire de bar Jack Ruby (à droite) descend Lee Harvey Oswald, l'assassin présumé de JFK (au centre). La police est en train de transférer Oswald du poste à la prison. Des millions d'Américains assistent au meurtre en direct devant leur téléviseur.

indices. Leurs recherches alimentent les auteurs de scénarios de documentaires, de films de cinémas ou de télévision. Près de 30 acteurs ont incarné au cinéma et à la télévision le personnage de Lee Harvey Oswald. On trouve sur Amazon près de 11 500 livres et films sur Kennedy et son assassinat. Cet automne, 30 nouvelles œuvres sur ce thème paraissent.

Abraham Zapruder, un couturier pour dames qui se trouvait là au moment des faits, a filmé la scène en couleur pendant 26,6 secondes, avant, pendant et après l'attentat, au moyen d'une caméra 8 millimètres, sans son. Le magazine Life lui a acheté les droits du film pour 150 000 dollars et a publié, le 29 novembre 1963, 30 images en noir et blanc. Le film ne sera projeté pour la première fois en public qu'en 1969, dans une salle de tribunal. Les téléspectateurs américains n'ont pu, quant à eux, regarder le film de Zapruder qu'en 1975.

En 1999, les héritiers de Zapruder ont cédé les droits au gouvernement américain pour 16 millions de dollars. Chaque seconde du film leur a rapporté 601 504 dollars. Aujourd'hui, on en trouve sur YouTube d'innombrables versions.

Trois autres cinéastes amateurs ont pu filmer la scène, de plus loin cependant. En tout, 32 personnes ont pris des photos au moment des faits. Elles sont régulièrement publiées dans la presse mondiale, qui diffuse aussi des vidéos en ligne. Le Dallas Morning News a consacré pendant un an une rubrique en l'honneur du 50^e anniversaire de la mort du président Kennedy. On y a publié des témoignages, couvert des expositions et



▶ L'arme du crime: Lee Harvey Oswald a tiré sur Kennedy avec un fusil Mannlicher-Carcano. Celui-ci a été fabriqué en 1940 en Italie, utilisé au cours de la Seconde Guerre mondiale et introduit aux Etats-Unis en 1960. Oswald a acheté le fusil le 13 mars 1963, pour 12,78 dollars, auprès d'un vendeur par correspondance.

des congrès. Les chaînes de télévision ont diffusé de nouveaux rapports documentaires, ont fait appel à des experts qui se basent sur des techniques médico-légales dernier cri. On essaie toujours de répondre à la même question: qui a vraiment tué JFK? Il fut un temps où 80% des Américains croyaient que JFK avait été victime d'un complot. «Oswald et Ruby, des tueurs fous isolés? Impossible!» Aujourd'hui, 60% de la population américaine croit encore à un complot. En 1964, une commission menée par Earl Warren, président de la Cour suprême des Etats-Unis, arrive à la conclusion suivante: Oswald a agi seul. Ce rapport, accompagné de 26 volumes contenant des preuves, est une véritable claque pour les sceptiques et les théoriciens privilégiant le complot. Depuis lors, reporters, détectives amateurs, cinéastes et hommes politiques ont cherché à trouver des contradictions et des erreurs dans le rapport d'enquête. Les nombreux décès parmi les personnes directement concernées par cette affaire suscitent des interrogations. Des dizaines d'ouvrages sont publiés chaque année, comme Rush to Judgment, Best Evidence, Reasonable Doubt, High Treason et Coup d'Etat in America.

Ceux-ci suscitent aussi l'intérêt du gouvernement américain. Une commission nommée par la Chambre des représentants en 1978 n'exclut pas la thèse du complot. Elle conclut qu'il y a une «forte probabilité que deux hommes armés aient tiré sur le président». Mais aucun suspect ne sera nommé. Bien qu'en fait on soupçonne toujours les mêmes. Les complices en

question sont des exilés cubains. Ils détestaient Kennedy en raison de l'invasion ratée de la baie des Cochons. Les généraux américains et l'industrie de l'armement craignaient que JFK ne retire ses troupes du Vietnam et ne réduise considérablement le budget militaire. A moins que cela ne soit la mafia? Il est vrai qu'elle craignait le procureur général Robert Kennedy. Le frère du président avait déclaré la guerre au crime organisé. Des espions de la CIA et des membres du FBI ont aussi été accusés d'avoir tiré les ficelles.

Les extraterrestres ont même joué leur rôle dans l'assassinat de Kennedy, tout comme son chauffeur - à moins que cela ne soit les deux en même temps. ▶



▼ Une nation entière partage la douleur d'une famille: le petit John F. Kennedy Jr., âgé de 3 ans, salue le cercueil de son père lors des funérailles à Washington, DC. Sa sœur, Caroline (6 ans), tient la main de sa mère, Jackie. Les frères du défunt - Edward (à gauche) et Robert (à droite) - les réconfortent.

Quand un commentateur pleure...

Lorsque Kennedy meurt, les caméras ne sont pas prêtes. Même le présentateur américain de légende Walter Cronkite, d'ordinaire si serein, se laisse submerger par l'émotion.



Le bon journalisme est objectif. Mais il y a des moments où un reporter, un présentateur ont aussi le droit de montrer leurs sentiments.

Au moment même où les coups sont tirés, à 12 h 30 précises, CBS est en train de diffuser le feuilleton As the World Turns. Un homme se tourmente à l'idée de savoir s'il doit épouser son ancienne femme.

A 12 h 40, une image fixe interrompt le programme. On peut y lire «CBS News Bulletin». Le présentateur Walter Cronkite lit un court communiqué: «A Dallas, au Texas, trois coups de feu ont été tirés sur le cortège du président Kennedy, au beau milieu de la ville. Selon les premières informations, le président Kennedy est gravement blessé.» Cronkite n'apparaît pas à l'écran. Les caméras ne sont pas prêtes. Lorsque le présentateur apparaît enfin à l'écran, il déclare: «Le président Kennedy a été assassiné peu de temps après que son cortège avait quitté le centre ville de Dallas. Mme Kennedy a bondi en saisissant M. Kennedy. Elle a crié: «Oh, non!», le cortège est parti en trombe. United Press affirme que les blessures du président Kennedy pourraient être fatales.»

CBS diffuse ensuite une pub pour Nescafé. Le journaliste de CBS Dan Rather rapporte enfin que deux prêtres ont administré les derniers sacrements au président catholique. Cronkite retransmet cette info, tout en soulignant que rien encore n'a été confirmé officiellement et qu'il espère que Kennedy est encore en vie.

A 13 h 38, Cronkite confirme les faits: «Nous venons de recevoir un communiqué officiel de Dallas, au Texas: le président Kennedy est décédé à 13 heures Central Standard Time, 14 heures Eastern Standard Time, il y a trente-huit minutes.» Il s'arrête, ôte ses lunettes, semble retenir une larme, se tait. Puis il annonce, les yeux humides, que Lyndon B. Johnson, en sa qualité de vice-président, est sur le point d'accéder à la présidence des Etats-Unis.

► Les soupçons se sont également portés sur un homme dans un costume noir. En cette journée ensoleillée, il se tenait au bord de la route, exactement là où Kennedy est mort, son parapluie grand ouvert. Aurait-il camouflé une arme à feu dans son parapluie? Aurait-il aidé d'autres tireurs à trouver la cible? Mauvaises pistes. Cet homme manifestait ce jour-là contre la politique d'apaisement du père de Kennedy, Joseph, et de Neville Chamberlain, premier ministre britannique. Celui-ci avait presque toujours un parapluie sur lui. Cette histoire est racontée dans le court métrage *The Umbrella Man*, l'un des essais les plus poignants sur l'assassinat de Kennedy. Pourquoi toutes ces théories sur le complot? La version officielle ne semble pas crédible. Est-il vraiment possible qu'un individu isolé puisse accomplir une telle chose? Oswald, qui était un tireur moyen, a-t-il vraiment pu, en sept secondes, tirer trois coups d'une telle précision? Et pourquoi l'a-t-on lui aussi assassiné? Il se qualifiait lui-même de patsy, bouc émissaire.

Dans son célèbre livre *Case Closed*, Gerald Posner écrit en 1993 que, malgré tous les doutes, il se trouve qu'Oswald a bien agi tout seul. Il a raconté plus tard de quelle manière il a présenté son ouvrage à l'éditeur. «Savez-vous qui a vraiment tué Kennedy?» lui a-t-il demandé. «Qui?» a demandé l'éditeur, intrigué. «Oswald», répondit Posner. «Et puis qui d'autre?» «Oswald», répète Posner. L'éditeur l'a regardé comme «s'il venait d'une autre planète». Toujours est-il que le livre est devenu un véritable best-seller.

C'est Vincent Bugliosi qui bat le record en 2007 avec *Reclaiming History: The Assassination of President John F. Kennedy*. Le livre contient



1650 pages, plus un CD-ROM et 960 notes de bas de page. La conclusion de Bugliosi: c'était uniquement Oswald.

Mais un an plus tard paraît *Legacy of Secrecy* de Lamar Waldron. Se basant sur de nouveaux documents de la CIA, il cherche à prouver que JFK et son frère Robert ont été assassinés parce qu'ils projetaient de renverser le dictateur cubain Fidel Castro. La mafia serait de la partie. Une version cinématographique du livre, avec Leonardo DiCaprio et Robert De Niro, est actuellement en cours de tournage. La mafia aurait non seulement commandité le double meurtre des Kennedy, mais aussi celui de Martin Luther King Jr., et serait également impliquée dans le scandale du Watergate.

D'autres nouveaux films sur JFK sont en cours de réalisation. Tom Hanks a produit *Parkland*, en référence à

▲ L'homme au parapluie: au moment de l'attentat, Louie Steven Witt se trouvait sur le bord de la route et tenait un parapluie ouvert malgré le ciel bleu. Il a été soupçonné d'assassinat alors qu'il protestait contre la politique du père de JFK, Joseph Kennedy.

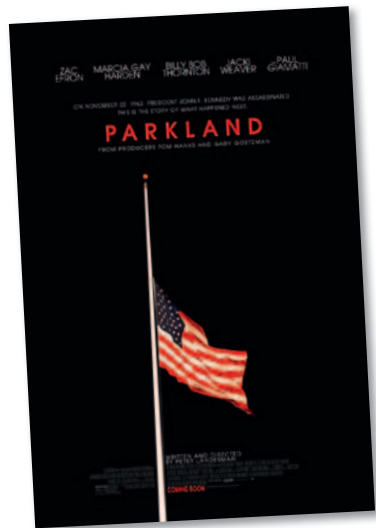
l'hôpital où fut annoncée la mort de Kennedy. Le film sera en salle en octobre. L'auteur et réalisateur David Mamet tourne *Blackbird* avec Cate Blanchett. Elle incarne une jeune femme qui soupçonne son grand-père d'avoir la mort de Kennedy sur la conscience.

Mais le roi du scénario du complot reste Oliver Stone. Avec JFK, son long métrage de trois heures sorti en 1991, il réussit à toucher la corde sensible. Des acteurs de grande envergure comme Kevin Costner, Donald Sutherland, Gary Oldman, Jack Lemmon et Sissy Spacek démontent d'une manière poignante la théorie de l'assassin isolé. Le film s'inspire d'une histoire vraie: celle du procureur Jim Garrison de la Nouvelle-Orléans. En investiguant sur l'assassinat, il découvre des réseaux de prostitution gay, des politiciens corrompus, des gangsters sans scrupules, des Cubains dissimulateurs. Stone soupçonne tout le monde: des agents de la CIA, le FBI, et même le successeur de Kennedy, le vice-président Lyndon B. Johnson. Le film se termine avec le procès de l'homme d'affaires Clay Shaw, la seule personne jusqu'à aujourd'hui à avoir été poursuivie pour l'assassinat du président Kennedy.

Garrison a essayé de prouver que le meurtre avait été orchestré par Shaw et la CIA. Pas trois, mais six coups de feu auraient été tirés sur JFK. Le jury n'a pas cru Garrison. Il a perdu le procès.

Stone a gagné. Son film a remporté plusieurs centaines de millions de dollars ainsi que deux oscars - et remis la théorie du complot au goût du jour. 🌐

▶ Le film *Parkland* (2013) décrit l'assassinat de Kennedy vu sous l'angle de l'hôpital où le président a été déclaré mort. Dans JFK (1991), le réalisateur Oliver Stone s'inspire de la théorie du complot et en fait une épopée touchante.



«Comment j'ai vécu l'assassinat de JFK au «Blick»»

Dring, dring, dring, dring, ça n'arrête pas de sonner. Le téléx, dans son coffret en bois, se met à trembler frénétiquement et à cracher du papier. Le front des nouvelles est en état d'alerte. Les flashes d'actualités déferlent à grand bruit de touches. Ce soir-là, ils annoncent: «Tirs à Dallas sur le président».

C'était le vendredi 22 novembre, peu après 20 heures dans le couloir du trois pièces et demi, au 3 de la Dianastraße, où plusieurs de ces appareils de transmission avaient été installés. Ici, au quartier général du quotidien suisse Blick, à Zurich-Selnau. Je les entends encore bourdonner. Après huit heures de service, j'aurais dû rentrer à la maison. Un hasard que je sois resté. En tant que jeune responsable du service de rédaction des actualités, j'avais 23 ans à l'époque, je m'occupais de trier toutes les dépêches, de les évaluer et de distribuer des copies aux différents départements. J'ai arraché cette info de dernière minute du téléx et crié la nouvelle dans la salle de rédaction. On m'a répondu, incrédule: «C'est vrai?» Ensuite, tout le monde est resté figé d'horreur. Puis quelqu'un, je ne me souviens plus qui, fit ce qu'il fallait faire: «On augmente le tirage!» Tout ça sans en demander la permission, comme d'habitude...

Les nouvelles de l'assassinat de John F. Kennedy arrivèrent ainsi à la rédaction par téléscripteur. Les lignes de téléx des agences de presse étaient à l'époque de véritables cordons ombilicaux qui retransmettaient les événements en Suisse et dans le monde. En 1963, le Blick, dont c'était la troisième année d'existence, se payait le luxe de bénéficier, en plus de la version allemande de United Presse International, de la connexion di-

recte avec l'agence de presse américaine de Londres. On recevait les news en anglais bien des heures avant qu'elles ne nous parviennent traduites de Vienne. Ce soir-là, les téléx s'activèrent sans répit. Les compléments d'information succédaient aux compléments d'information. C'était encore l'époque où la rédaction travaillait jusqu'à minuit. Le samedi, le Blick a pu publier un article de quatre pages sur l'attentat. Il parlait du vice-président Lyndon B. Johnson, le successeur de Kennedy, et de l'arrestation du tireur présumé. L'article était accompagné de la citation: «Voilà, pour le moment, il n'y a plus rien à faire.»

A l'époque, les images en direct de Dallas firent sensation: le Blick reçut les photos par radiotéléphonie. Les modes de communication étaient en effet encore archaïques: l'internet n'existait pas, ni le fax, ni les téléphones mobiles, ni même les ordinateurs. Le premier télécopieur a été lancé sur le marché en 1974. C'est pour cette raison que le Blick avait toujours des correspondants dans toutes les villes du monde, de Berlin à New York. La nuit où Kennedy mourut, la petite rédaction de 24 personnes du premier tabloïde de Suisse a montré de quoi elle était capable. Et cela n'a pris que quelques heures: les deux rédacteurs en chef adjoints, Claus Wilhelm et Martin Speich, qui avaient travaillé à UPI, avaient une grande expérience. Le Blick publia des articles en béton sur les événements de Dallas, relatant la tristesse du monde, et dressant un portrait détaillé de JFK. Dans l'édition du samedi 23 novembre 1963, Claus Wilhelm (décédé en 1994), sans doute l'un des meilleurs journalistes de tabloïde de Suisse, honorait le président américain assassiné. Son article d'une demi-page se concluait par: «Main-



tenant, Kennedy est mort. Je ne reverrai jamais plus ce grand président élané. J'avais l'intention de couvrir sa campagne l'année prochaine, laquelle ne pouvait qu'aboutir à sa réélection triomphale. En cette heure de deuil, je partage la peine et l'inquiétude de millions, de milliards de personnes à travers le monde. Kennedy laisse derrière lui un monde de désordre et de danger. On ne peut pas penser à lui sans oublier qu'il œuvra en faveur de la paix.»

C'était il y a cinquante ans. A cette époque, le Blick écrivait au sujet de l'attentat: «Les nègres portent des pancartes sur lesquelles on peut lire: «Ici, les discriminations raciales ne sont pas abolies.» Arriver à instaurer la paix devrait encore prendre un certain temps. Mais au moins, les nègres sont entretemps devenus des Noirs. Comme Kennedy l'avait prévu, l'un d'eux réside aujourd'hui à la Maison Blanche.



Fibo Deutsch (grande photo de gauche, petite photo où il est assis), aujourd'hui consultant journalistique chez Ringier, a dirigé en 1963 le service de rédaction des actualités du Blick. Il y a cinquante ans, des célébrités visitaient déjà la rédaction du tabloïde suisse: Deutsch reçoit le chef d'orchestre du big band Teddy Stauffer (deuxième à partir de la gauche) accompagné de deux musiciens de son orchestre.

Photos: Sabine Wunderlin/ SoBi/ RDB, Milou Steiner/ Blick/ RDB

«Je dois savoir ce que les femmes pensent»

Le magazine Bunte nous montre chaque semaine ce qu'est un journalisme de boulevard intelligent et divertissant. Des politiciens de haut rang et même des chefs d'entreprise influents dévoilent des histoires privées à la rédactrice en chef **Patricia Riekell**, comme c'est le cas de la chancelière allemande Angela Merkel ou encore du dirigeant de Daimler, Dieter Zetsche. Visite chez la journaliste la plus influente d'Allemagne, qui occupe la première place depuis dix-sept ans.

Texte: René Haenig Photos: Stephanie Fuessenich, Juri Reetz / dpa Picture-Alliance

Depuis son plus jeune âge, Patricia Riekell, qui a aujourd'hui 64 ans, rêve de devenir écrivaine. Comme son père, «Rester assise à son bureau, regarder le lac par la fenêtre et écrire.» Elle a toujours su ce qu'elle voulait faire. Aujourd'hui, Patricia Riekell est rédactrice en chef à Bunte. Depuis son bureau situé au 6^e étage d'un gratte-ciel dans l'est de Munich, elle jouit d'une vue imprenable sur le parc

Arabella. Elle préfère sa Smart à une grosse limousine, aime sa petite maison située au bord du lac de Starnberg, son labrador Bruno et ses trois chats. Voilà maintenant dix-sept ans qu'elle est rédactrice en chef de Bunte. Avec 563 166 exemplaires écoulés par semaine, c'est le magazine de boulevard le plus vendu dans les régions germanophones. Surtout, c'est la vache à lait des éditions Burda en

Allemagne. Chaque semaine, Patricia Riekell écrit, avec son équipe de 40 journalistes, des articles sur les personnalités de ce monde afin de divertir un lectorat composé de plusieurs millions de personnes. L'hebdomadaire allemand totalise 3,64 millions de lecteurs. Dès le jeudi, on le trouve non seulement dans les supermarchés allemands mais aussi dans tous les kiosques, en Autriche et en Suisse. «J'adore travailler ►



Un ensemble bleu nuit de chez Chloé et des sandales plateau argentées. Patricia Riekkel aime le «rock'n'roll»: «J'ai du mal à m'habiller comme un homme d'affaires.»



La rédactrice en chef trouve qu'il y a encore trop d'hommes dans le magazine et qu'on n'a pas trouvé de grand sujet. Fort heureusement il y aura à Monaco un mariage le week-end prochain - celui d'Andrea, fils de la princesse Caroline.

► à Bunte», s'extasie-t-elle, convaincue que les magazines de boulevard sous leur forme papier, et en particulier Bunte, ne sont pas près de disparaître. Sa recette: «Être toujours à la pointe de l'actualité et toucher le public. Les femmes souhaitent lire des histoires qui leur permettent de s'identifier. Elles se demandent: «Qu'est-ce que je ferais si j'étais à sa place?» C'est aussi pour cette raison que Patricia Riekkel a ouvert le magazine people aux personnalités politiques et aux grands noms du business. Leur vie est plus réelle que celle des stars du showbiz. C'est le dernier mardi du mois d'août. Il est presque 9 h 30 quand elle arrive à son bureau. Elle n'est pas du

genre à traîner au lit. Aujourd'hui, le réveil a sonné à 6 h 45. Elle commence par consulter les toutes dernières infos sur Focus.de et Bild.de avec son iPad mini. Ensuite, petite séance de Pilates et de power yoga. Deux fois par semaine, une entraîneuse personnelle vient à la maison. «Mais à la fin de l'entraînement je n'éprouve pas ce flash de bonheur.» La veille fut une journée bien remplie. Le lundi, c'est le jour de bouclage, pas une minute de répit. Cette semaine, la star internationale Maximilian Schell et sa jeune épouse font la une. En couverture: «Mariage d'amour à 82 ans». Les accroches sont là pour attirer le regard: Sylvie van der Vaart «Sexe et trahison» et, côté

familles royales, Caroline de Monaco («Le mariage princier de son fils»). Ce sont surtout les femmes qui achètent Bunte. «Des femmes qui ne s'intéressent pas qu'à leur propre vie, dit Patricia Riekkel. Contrairement aux jeunes qui sont nombrilistes et qui ne s'occupent que d'elles-mêmes, nos lectrices aiment se comparer aux autres.» Quand elle planifie la page de couverture, la rédactrice en chef de Bunte s'imagine les rayons journaux des supermarchés. «Je vois une femme qui pousse son caddie, qui se demande si elle n'a rien oublié, qui s'avance en direction de la caisse et qui passe devant le rayon journaux. Là, quelque chose doit attirer son



Patricia Riekkel au côté de l'éditeur Hubert Burda (à droite) et de son compagnon de vie Helmut Markwort, fondateur du magazine d'informations Focus.



La page de couverture doit éveiller des émotions en parlant de mariages, de naissances, de revers de fortune. La remise annuelle du Bambi à la maison Burda est l'événement majeur du calendrier de Bunte.



Conférence de rédaction à Bunte: chaque semaine, Patricia Riekkel et son équipe de 40 rédacteurs publient le magazine de boulevard le plus renommé des pays germanophones.

attention, quelque chose qu'elle connaît, une image accompagnée de quelques mots qui déclenchent chez elle des émotions.» Ce qui se vend le mieux, ce sont les histoires qui parlent de nouvel amour, de décès ou de revers de fortune. Mais, la semaine passée, il n'y avait rien de tout ça. Pour la page de couverture, le choix était réduit: Maximilian Schell ou Sylvie van der Vaart. Après une longue discussion, Patricia Riekkel a retenu Schell. «Car sa femme est jeune et belle et qu'il est une des rares stars internationales allemandes.» Bunte était en plus le seul magazine à avoir couvert le mariage de cet homme de 82 ans et de sa femme, de quarante-sept ans plus jeune. «Aujourd'hui, l'exclusivité, c'est ce qu'il y a de plus important.» Fondé il y a soixante-cinq ans, Bunte était quasiment le seul magazine qui racontait la vie des personnalités importantes et des membres de la noblesse. Depuis, le marché des beaux et des riches a attiré de nombreux concurrents. Parmi tous les magazines people, il y a ceux d'hier, comme Park Avenue ou Vanity Fair, ou ceux d'aujourd'hui, comme Gala et Closer. «Nous sommes et nous voulons être ceux qui donnent le ton», dit Patricia Riekkel. Park Avenue et Vanity Fair n'ont pas fait long feu. Même si Bunte a connu des baisses de tirage, comme bien d'autres magazines, il est toujours resté numéro un des magazines people. Patricia Riekkel en est-elle fière? «Non, je n'ai pas le temps pour ça. Garder le cap demande un investissement permanent.» La rédactrice en chef n'est pas encore près de prendre sa retraite.

A la réunion de la rédaction, on se rend très vite compte qu'on ne peut pas lui faire avaler n'importe quoi. Un rédacteur propose de faire un article

sur le scandale de mœurs à la Bundesliga. Selon le Bild, des professionnels de la Bundesliga auraient eu des relations avec une fille de 16 ans. «C'est tout au plus un scandale médiatique», répond Patricia Riekkel de manière concise. Rédactrice en chef exigeante, elle n'a toutefois jamais manqué de respect à quiconque. Ses anciens collaborateurs le confirment. Mais voilà qu'elle n'est pas encore satisfaite des sujets du prochain numéro. «On a pas mal de bonnes histoires, mais il nous manque encore un thème majeur. En plus, dans cette édition, on ne parle pratiquement que d'hommes.» Elle sait ce qu'aiment ses lectrices et écoute aussi les conseils de ses amies les plus proches.

Il se peut que l'éditeur livre cet après-midi encore quelques informations. Tous les mardis, elle rencontre Hubert Burda. «Il est très intéressé par Bunte, puisqu'il l'a dirigé lui-même pendant quelque temps», raconte Patricia Riekkel. Elle apprécie les conversations avec Burda. «C'est un homme qui observe notre société avec perspicacité, qui amasse des impressions et qui s'intéresse aux réseaux relationnels et aux structures de pouvoir.» Ayant toujours un de ses carnets blancs ou roses avec elle, elle affirme: «Ne va jamais à une rencontre avec ton éditeur sans ton crayon.» Pour elle, cette rencontre est un savant mélange de conversations, de cours magistraux et d'inspiration. Elle n'a pas abandonné son rêve de devenir écrivaine en regardant le lac. Un jour, quand elle sera à la retraite, elle écrira peut-être son fameux livre. Le rêve de tant de journalistes. Mais le livre de Patricia Riekkel sera forcément un best-seller. Au même titre qu'elle a su faire de Bunte le numéro un de la presse people. 🌐

«Nous produisons des contenus uniques»



Il y sept ans, Ringier lançait hot! en Hongrie. Avec 80 000 exemplaires vendus en kiosque, le magazine figure parmi les plus en vogue du pays. Le rédacteur en chef **Csaba Illés**, 37 ans, a du flair pour dénicher les sujets de la presse de boulevard qui captiveront les lecteurs semaine après semaine.

En fait, qu'est-ce que le magazine hot!?

Csaba Illés: C'est un magazine de divertissement qui s'occupe principalement des personnalités, mais aussi des sujets qui intéressent les femmes tels que les régimes, la forme physique, la gastronomie, l'ésotérisme et la mode. Peu importe le thème que nous traitons, nous le lions toujours à une personnalité - acteur, chanteur, politicien ou héros. 70% des histoires concernent des stars hongroises et environ 30% des stars étrangères.

Y a-t-il tant de stars que ça en Hongrie?

Peu de gens sont de grandes stars, mais bon nombre d'entre eux sont connus. Ce n'est pas étonnant car, chez nous, le marché de la télévision produit presque autant de reality shows que de talents. C'est vrai que, comparé aux Etats-Unis ou à l'Angleterre, notre marché est bien plus petit. Peu à peu, presque tous les Hongrois seront passés à la télé ou auront fait parler d'eux dans un magazine.

Et qui sont les heureux élus?

Des gens intéressants, connus et qui ont quelque chose à raconter ou qui attirent l'attention du moment. On trouve côte à côte l'histoire d'une star du showbiz et le récit du procès du jour contre un patron de la mafia. L'important est de trouver des thèmes qui alimentent les conversations de nos lecteurs en reprenant «les sujets du moment».

Quelle est la recette de votre succès?

Nous avons d'emblée ciblé notre public et déterminé la manière de s'adresser à lui. Nous ne l'avons pas changé et nous sommes restés sereins même quand les ventes ont chuté pendant un ou deux mois. On ne peut pas déterminer le contenu si on ne connaît pas son groupe cible. Hot! est un brin impertinent et courageux mais toujours dans le vent. Nous nous adressons aux femmes des métropoles qui ont entre 18 et 39 ans.

De nombreux magazines perdent des lecteurs depuis des années. Comparé à ses concurrents, hot! affiche un tirage parmi les plus stables. Nous n'enregistrons quasiment pas de baisse.

Est-ce que hot! fait également des reportages classiques directement chez les gens?

Autrefois, oui. Mais à la demande des personnalités, nous avons cessé de le faire. A cause des cambriolages qui sont de plus en plus fréquents. Il y a beaucoup de personnalités en Hongrie, mais seules quelques stars peuvent se permettre d'installer des protections appropriées dans leurs maisons luxueuses.

Quelles sont les histoires qui se vendent le mieux?

Celles où l'on apprend quelque chose de totalement inattendu sur une personnalité très connue. En dehors de cela, les gens raffolent toujours de thèmes à grand public comme les grossesses, les mariages, les divorces et les problèmes relationnels.



Tous les jeudis, en Hongrie, les thèmes à la mode font la couverture de hot!. La rédaction mise à 70% sur les stars nationales.

Michael Krüger

«La lecture est notre dernier frein»

Figure majeure de l'édition en Allemagne, Michael Krüger est convaincu que l'écriture et la lecture sont à même de nous sauver du rythme effarant de notre société. Rencontre dans le cadre du Festival international de littérature de Loèche-les-Bains.

Interview: Helmut-Maria Glogger
Photos: Andreas Nestl, SZ Magazin



Michael Krüger, avons-nous encore besoin de culture?

Michael Krüger: Il faut poser la question différemment: qu'est-ce que la culture a encore à faire avec ce monde? Il y a d'un côté un marché de l'art prolifique, où l'on vend tous azimuts à un rythme qu'on n'arrive plus à suivre et, d'un autre côté, on lit que des théâtres ferment. Les auteurs de théâtre se plaignent qu'on ne parle que des romans. Ces changements ne sont guère documentés. Nous devons pourtant nous préoccuper de leurs conséquences esthétiques.

Dans de telles circonstances, l'écrit aide-t-il?

En poésie, il se passe en ce moment énormément de choses dans le monde. Il y a dix ans, tout le monde disait qu'il fallait avoir une case en moins pour écrire de la poésie. Et voilà qu'on assiste à un grand retour de la poésie en Afrique, en Grande-Bretagne, en Irlande, mais aussi en Allemagne. Il nous reste encore à comprendre pourquoi.

Vous-même, êtes-vous en train d'écrire un livre?

Oui. Il s'agit d'un essai romancé intitulé *Le testament*. Un énorme projet. Je tente d'y déceler ce qui m'appartient en propre et ce que je me suis approprié, dans mon expérience du monde, pour le faire mien. Il ne s'agit pas forcément de grandes choses - d'une maison, par exemple, ni même de 3000 livres -, mais plus probablement de dix lignes au détour d'une lecture que je serais le seul à avoir lues.

Votre livre inclut-il également des souvenirs de vos rencontres avec des gens célèbres?

Oui, avec certaines personnalités bien particulières, comme le philosophe, politologue et sociologue Herbert Marcuse. Quelqu'un qui était bien différent, en réalité, de la manière dont il a été perçu publiquement.

Et qui était vraiment Marcuse?

Laissez-moi vous le décrire en me fondant sur une anecdote: j'étais assis en sa compagnie dans un café, à Cabris, sur les hauteurs de Cannes. Il y avait là un chien étendu par terre. Les pattes écartées, il nous fixait, profondément plongé dans ses pensées. Et nous avons eu tous deux le sentiment de voir la philosophie sociale de Marcuse se condenser, se comprimer dans cet animal. Alors nous les avons libérés, la philosophie sociale et le chien, par un grand éclat de rire!

Vous avez le charme d'un dilettante, mais vous êtes un énorme travailleur.

Je me suis levé ce matin à 6 heures, comme tous les matins, pour faire

mon courrier. Pas par manie saxonne ou petite-bourgeoise de vouloir tout mettre en ordre, mais parce que je pense que lorsque ces choses sont derrière moi, je peux regarder le monde plus librement.

Vous dirigez cinq maisons d'édition dans quatre villes...

Ce qui ne peut fonctionner qu'avec une bureaucratie réduite au minimum!

Les éditeurs ne sont-ils pas une espèce en voie de disparition?

C'est vrai. Je suis le premier qui n'a rien possédé de la maison d'édition dans laquelle il travaillait. Cela m'a donné la liberté de faire ce que je voulais. Je n'ai pas été, non plus, bridé par de grands groupes. Dès que vous êtes pris dans l'environnement d'un énorme appareil, vous êtes tenu de faire des livres qui ne vous plaisent pas.

La lecture a-t-elle encore de l'avenir?

Absolument! Le cas d'Edward Snowden et de la NSA n'est que le début de l'histoire. Toutes les conquêtes technologiques se sont toujours imposées, à leur début, parce qu'elles simplifiaient la vie. Mais l'invention de la roue, c'est aussi l'invention de l'accident de vélo, de moto, de voiture... L'histoire de l'électricité pour tous, bon marché, c'est aussi l'histoire des accidents nucléaires. Je suis persuadé que cette accélération délirante va s'arrêter.

La lecture comme décélérateur, alors?

Lire est la dernière activité où l'on ne peut pas aller plus vite!

Que voulez-vous dire?

Il faut trois minutes pour lire une page de Marcel Proust. A moins, on n'y arrive pas!

Nous devons donc ralentir?

Chacun le constate aujourd'hui. Nous sommes tous conscients du danger. Arrivera un moment où les gens auront besoin d'exprimer à nouveau quelque chose. Et pour ça, un SMS ne suffit pas.

Ce tempo fou nous a-t-il dépassés?

Ne serait-ce que pour des impératifs de survie, on va voir se développer des stratégies de ralentissement. La planète n'est pas équipée pour 7 milliards d'individus. C'est une aberration de voir 25% des jeunes Européens au chômage! Nous devons réorganiser le travail. Nous devons apprendre à partager. Le partage est terriblement difficile dans le système capitaliste. Mais il est indispensable. Et on doit trouver des moyens d'occuper ces masses.

Et vous pensez que la lecture ouvre une de ces possibilités?



Au cours de sa longue carrière, Michael Krüger a publié, en tant que responsable des éditions Hanser, plusieurs Prix Nobel et de nombreux best-sellers. Il est considéré comme la figure sans doute la plus importante du monde de l'édition allemande - un éditeur de l'ancienne école, qui écrit lui-même des livres. A la fin de l'année, il prendra sa retraite.

La lecture est un frein. Je ne peux pas imaginer que dans deux générations, les hommes soient devenus assez stupides pour dire «Tout nous est égal».

Mais on publie aussi beaucoup de bêtises.

Bien sûr, on imprime d'innombrables sottises en ce bas monde. Nous devons nous demander si tout cela est nécessaire. Mais malgré cela, la lecture n'a pas dit son dernier mot.

L'hebdomadaire Die Zeit a récemment publié un dossier sur le thème: «Qu'est-ce qu'une vie bien vécue?»...

... en invitant 25 philosophes à donner leur réponse. On n'y trouvait ni la lecture ni le livre. Il n'y a pourtant rien de meilleur dans la vie que de s'asseoir sous un arbre avec un livre. Et ce ne doit pas forcément être Le capital de Karl Marx.

L'auteure néerlandaise de best-sellers, Connie Palmen, rejoint notre table. Elle a perdu son iPhone. - C'est le mieux qui puisse t'arriver: vivre sans être joignable en permanence, rit Michael Krüger. - Vous voulez parler de la vraie vie? rétorque Connie Palmen. - Exactement! Voilà pourquoi je n'ai pas de smartphone.

Revenons à la lecture...

A la fin des fins, la lecture nous permet de ne pas aliéner notre humanité. Et la poésie reste toujours pour moi le genre littéraire le plus précieux. Un jour sans poésie est un jour gaspillé. 🌍

CURRICULUM



Michael Krüger dans son premier bureau, en 1961 aux éditions Herbig à Berlin.

Né le 9 décembre 1943 à Wittgendorf (Allemagne), Michael Krüger est écrivain, poète, traducteur, éditeur, président de l'Académie bavaroise des Beaux-Arts (Munich). A la tête des Editions Carl Hanser, Michael Krüger est responsable des éditions Hanser, Hanser Berlin, Hanser Livres pour enfants, Zsolnay, Deuticke, Nagel & Kimche et Sanssouci. Michael Krüger est docteur honoris causa des universités de Bielefeld et de Tübingen, lauréat des prix Joseph-Breitbach et Kythera. Outre ses propres publications, il est le responsable littéraire de quatorze Prix Nobel, dont Tomas Tranströmer, Derek Walcott, Joseph Brodsky. Parmi les auteurs dont il a la charge, on compte Salman Rushdie, Philip Roth, Umberto Eco et, plus récemment, Roberto Saviano et Barack Obama. Michael Krüger vit à Munich.

Les photos Ringier du trimestre

Parfois, il faut du courage. Parfois, il faut la bonne idée. Et la plupart du temps, il faut beaucoup de patience pour que surgisse une bonne photo. Voici sept images redevables à au moins un de ces éléments. Quatre d'entre elles viennent de Hongrie, deux de Suisse et une d'Allemagne.

MÁRTA CSORBA
MÁRTA CSORBA

Photographe
Rédaction photo

1 Des sucettes, des boucles d'oreilles surdimensionnées et des flacons de vernis à ongles assez grands pour s'y baigner. Le magazine de mode hongrois Pop Up a créé une galerie d'images conformes à son caractère jeune et dynamique. Les modèles jouent dans une série de la chaîne Viasat 3 et ont été mis en scène en fonction de leur personnage. Comme l'explique la photographe Márta Csorba, il a fallu quatre étapes de fabrication: «En premier lieu, nous avons défini ce que nous voulions comme image, et collecté le matériel. Dans une deuxième étape, j'ai photographié la couverture fictive et l'arrière-plan. Puis, après le shooting proprement dit avec le modèle, il y a eu la quatrième phase: le travail complexe de réconciliation de tous les éléments, autrement dit la postproduction.»

ZSOLT REVICZKY
GÁBOR FEJÉR

Photographe
Rédaction photo

2 Quelques heures avant le coucher du soleil, il est tombé sur cette jeune fille qui dansait au pied d'une petite scène. Zsolt Reviczky: «Elle avait une présence renversante. Il me fallait la photographe, c'était impératif.» Reviczky avait pour commande d'immortaliser, pour le quotidien Népszabadság la vie des festivaliers du Sound Balaton, une des plus grosses manifestations open air d'Europe. Le bon côté du travail? «Les gens sont tellement détendus qu'ils se laissent volontiers prendre en photo.» L'inconvénient? «La fatigue de devoir fendre la foule de midi aux petites heures de la nuit.» Mais le jeu en a valu la chandelle. Cette image exprime mieux que des mots ce qu'est la jeunesse.

ADRIAN BRETSCHER
ULLI GLANTZ

Photographe
Bildredaktion

3 Lorsqu'un artiste comme Freddy Nock se marie, on attend fatalement des photos spectaculaires de la cérémonie. Du genre sur la corde raide, où cet acrobate de l'extrême a remporté sept records du monde. La Schweizer Illustrierte n'a donc pas raté une seconde des

noces de Freddy et Ximena. C'est comme ça que le photographe Adrian Bretscher a saisi le moment où le couple, lancé à 100 km/h sur l'autoroute qui conduisait de l'église à la fête, a soudain levé les bras au ciel. La photo a fait des remous, dans les autres médias et auprès de la police. La conduite mains libres est en effet interdite et passible d'amende. Mais au bout du compte, la police a exceptionnellement accepté de fermer les yeux...

KATJA NIEDERÖST
NICOLE SPIESS

Fotografín
Rédaction photo

4 Le Cervin et le cor des Alpes sont tous deux des symboles de la Suisse. Pour autant, on ne voit pas tous les jours 508 joueurs de cor des Alpes réunis, même en Valais. La raison de ce déploiement de forces à 3135 mètres d'altitude, sur le Gornergrat? Dépasser le record de 2009, de 366 musiciens, inscrit dans le livre Guinness des records. La Schweizer Illustrierte a pourtant rencontré un problème: son photographe a peur de voler. Katja Niedörst, qui d'ordinaire photographie les chevaux dans leurs prairies, a donc embarqué à sa place dans l'hélicoptère. Penchée très en dehors de l'appareil pour ne pas être gênée par l'ombre des pales du rotor sur l'image, elle a senti l'adrénaline courir dans ses veines. «Lors du survol, j'ai remarqué que les joueurs de cor formaient un motif. Je n'ai eu que quelques secondes pour presser sur la détente.» Mission accomplie: la photo est entrée dans le livre Guinness des records réussis.

SIMON MÓRICZ
GÁBOR FEJÉR

Photographe
Rédaction photo

5 La patience mène à tout et même, parfois, à une photo sensationnelle. Simon Móricz: «Je suis tombé sur ce couple par hasard, ils portaient tous les deux le même T-shirt avec une image de chien. J'ai marché pendant vingt minutes à côté d'eux, et je n'ai pas été déçu. Soudain, un promeneur est apparu, qui tenait en laisse deux chiens exactement pareils à ceux qui ornaient les T-shirts du couple!» Cette photo a servi d'accroche au reportage publié par Népszabadság sur l'exposition canine mondiale de Budapest, à laquelle ont participé 18 000 chiens venus du monde entier.

JANOS M. SCHMIDT
GÁBOR FEJÉR

Photographe
Rédaction photo

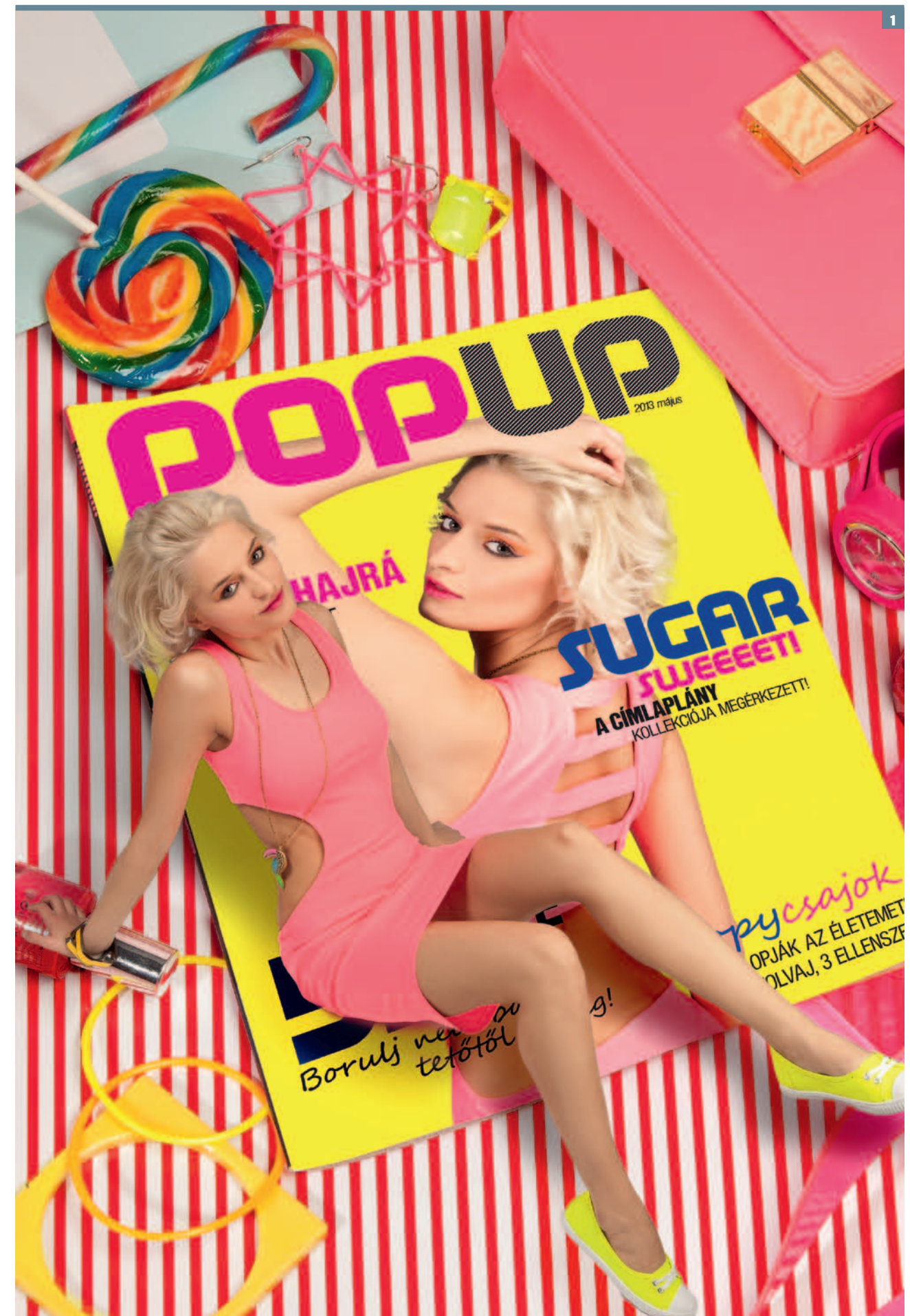
6 Cette photo a été prise pendant les manifestations à Istanbul. Le photographe Janos M. Schmidt a suivi les événements pour Népszabadság, en particulier la manifestation d'un groupe de jeunes membres d'une organisation de protection de l'environnement contre l'abattage des arbres du parc Gezi. Les manifestants ont occupé la place Taksim et dressé des tentes dans le parc. Ce jour-là, la police a répondu aux jets de pierres des manifestants avec des canons à eau et des cocktails Molotov. Schmidt: «Pour être en mesure de tout photographier, je voulais rester au plus près de l'événement. Ce n'était pas facile. La tension était extrême. De part et d'autre.» La photo montre le début de l'offensive de la police, qui est finalement parvenue à déloger les manifestants de la place Taksim. Les autorités avaient pour projet de remplacer les arbres du parc par un centre commercial. Mais après tous ces affrontements, la chambre de commerce a renoncé à ouvrir des magasins sur un lieu où le sang avait coulé.

ANDREAS MÜHE
ISOLDE BERGER

Photographe
Rédaction photo

7 L'Allemagne, vue de la vitre pare-balles. L'édition de septembre de Monopol, le magazine allemand de culture et de société, montre la cheffe du gouvernement en voyage à travers son pays. C'est le photographe Andreas Mühe qui a saisi le regard d'Angela Merkel à travers une vitre de sa limousine. Avec une question en tête: «Comment s'exprime le pouvoir, comment est-il utilisé et mis en scène?» Les réponses sont dans cette suite de onze images des falaises de craie sur l'île de Rügen, dans la mer Baltique; l'Oderbruch aux alentours de la ville de Küstrin, à la frontière de la Pologne; jusqu'à la prison de la Fraction Armée rouge à Stuttgart-Stammheim. Tout est fait avec distance, au point de paraître glacial. Le rédacteur en chef Holger Liebs: «Cette froideur apparente provient de la mise en scène de Mühe. Je trouve cela fascinant, car ces photos ressemblent à des peintures romantiques.» La mère de la nation, Angela Merkel, a été incarnée par deux modèles, et pour le regard porté à travers la vitre, une portière d'Audi a été transportée sur les lieux de prises de vue.

Domo présente ici régulièrement les meilleures photos Ringier du trimestre écoulé.



EN POINT DE MIRE



Domo présente ici régulièrement les meilleures photos Ringier du trimestre écoulé.

Parlons de journalisme

Marc Walder

Belgrade, September 4th

Début septembre, le management de Ringier AG s'est réuni à Belgrade. Pendant trois jours, cent cadres de Ringier, entourés d'intervenants de premier plan, ont parlé de journalisme. Ils ont cherché à savoir ce qu'est une bonne histoire, sur quels canaux elle doit être diffusée, ce qui touche les lecteurs, quelles sont les possibilités de gagner de l'argent dans le futur. On a parlé de design, de contenus, de photographies – mais aussi du courage qu'il faut pour être différent.

Texte: Bettina Bono, Peter Hossli. Photos: Oliver Bunic, Emil Conkic, Goran Srdanovic

«Act fast and boldly!»

Robert Bednarski, CEO Onet

«Success comes from quality, crazy ideas, wild people and passion.»

Rainer Esser, CEO ZEIT

«Go where the audience is.»

Koda Wang, Chief of Staff HUFFINGTON POST

«The definition of news has changed.»

Mario García, Designer of newspapers, magazines & web

«Make sense!»

Philipp Riederle, Podcaster

«I believe in newspapers.»

Michael Ringier, Publisher & Chairman Ringier

«Produce relevant and iconic work.»

Marco Grob, Photographer

«If a line extension fails, try the next one.»

Urs Heller, Head of Magazines Ringier Switzerland

«Learn from the brave!»

Georg Mascolo, Former Editor in Chief DER SPIEGEL

«If you do what you always did, you get what you always got.»

Arthur O. Sulzberger Jr., Publisher NEW YORK TIMES

«Average journalism is of no value.»

Michael Ringier, Publisher & Chairman Ringier



Koda Wang Chef du personnel au «Huffington Post»

Le Huffington Post est le projet journalistique en ligne qui a connu le plus de succès ces dernières années. Le site a été fondé par la millionnaire Arianna Huffington en 2004. C'était la première fois que les médias numériques jouaient un rôle dans une élection présidentielle américaine. Aujourd'hui, le HuffPo compte plus de lecteurs en ligne que le New York Times. Koda Wang, chef du personnel au Huffington Post, nous explique pourquoi. «Nous ne publions pas uniquement des nouvelles, mais permettons aux lecteurs d'échanger des idées sur des thèmes d'actualité.» Tous les mois, huit millions de commentaires sont laissés par les lecteurs. Parmi les blogueurs, on compte aussi des personnalités comme Hillary Clinton, Oprah Winfrey ou Bill Gates. Chaque jour, 500 journalistes et rédacteurs publient quelque 1600 articles. On trouve aussi bien des sujets sérieux que des sujets légers. «Nombreux sont les gens qui s'intéressent à la fois à la crise financière ET au bébé royal», nous déclare Koda. Avec son canal vidéo en direct, le HuffPo s'attaque au secteur du petit écran. «Il est crucial d'être présent là où il y a du public. Notre stratégie est d'intégrer les médias sociaux.» Le HuffPo permet aux entreprises de présenter leurs marques en ligne. Le HuffPo est aussi en pleine expansion. Il propose une offre locale adaptée aux différents pays dans lesquels il est en train de s'implanter. Cela concerne la Russie, le Japon, l'Espagne, la France, l'Italie et l'Afrique du Nord.



▼ Dîner au White Palace à Belgrade: Alexandre II, prétendant au trône de Serbie de la Maison des Karađorđević (à partir de la gauche); Gerhard Schröder, ancien chancelier allemand; Ivica Dacic, Premier ministre serbe; Michael Ringier; Marc Walder, PDG de Ringier; et Heinz Wilhelm, ambassadeur d'Allemagne.



► Une conférence animée par des orateurs de premier plan: quelque 100 chefs d'entreprise, rédacteurs en chef et auteurs de Ringier se sont réunis à la salle de bal Crystal de l'Hôtel Hyatt à Belgrade. L'occasion de participer à des conférences et des discussions, d'échanger des points de vue.



«Focus on cooperation between management and editorial staff.»

Rainer Esser, CEO ZEIT

«Digitization improves quality of life.»

Philipp Riederle, Podcaster

Rainer Esser Directeur de «Zeit»

Le PDG de Ringier, Marc Walder, a présenté Rainer Esser comme étant «le meilleur gérant de l'industrie de l'édition de ces dernières années». Esser, CEO de l'hebdomadaire allemand Die Zeit, a répondu modestement: «C'est complètement absurde, mais ma grand-mère en serait fière.» Puis il a décrit son succès avec humour. Il a réussi à ressusciter Die Zeit pour en faire l'une des marques de médias les plus puissantes d'Allemagne. Avec un grand tirage et de jolis profits. Esser nous donne sa recette: «Comportez-vous comme si vous étiez toujours en temps de crise et cherchez à vous améliorer en permanence.» Pour lui, l'important est de «trouver les meilleures personnes et de les garder». Die Zeit améliore constamment sa présentation. Une moitié de la réussite dépend de la mise en page, et l'autre du journalisme. «Ce qui nous intéresse, ce n'est pas ce qu'Obama a dit hier, mais ce que signifient ses déclarations.» Esser ne se mêle pas des contenus, mais entretient des contacts étroits avec la rédaction. En installant des parois vitrées, il a créé au Zeit une atmosphère ouverte. Esser s'investit en permanence dans de nouveaux secteurs d'activité. Son objectif principal est de toucher les jeunes, de fidéliser les clients en leur proposant des reportages et des articles sur des invités de marque. Die Zeit tire ses principaux revenus du print, mais «nous sommes à la recherche d'opportunités numériques».



Michael Ringier Président du Conseil de Ringier

On a installé sur scène deux fauteuils confortables. Hannes Britschgi interviewe l'éditeur Michael Ringier, assis en face de lui. «Depuis les années 70 et 80, les choses n'ont pas tellement changé, déclare Ringier. Les journalistes font toujours le même travail. Le problème n'est pas le journalisme mais plutôt de trouver des lecteurs – et d'arriver à financer le journalisme.» Comment voyez-vous l'avenir ? «Aucune idée, mais je suis très optimiste, répond Michael Ringier. Nous avons besoin des bonnes personnes pour créer les bons contenus. C'est comme ça que nous pourrions les vendre.» Ringier n'est pas encore prêt à installer un paywall dans l'espace en ligne. «Notre offre n'est pas assez intéressante, nous devons l'améliorer.» Personne ne paiera juste pour lire l'actualité. «Mais peut-être que les gens sont prêts à payer pour obtenir des réponses, déclare Michael Ringier. Je me demande si nous sommes assez pertinents.» Qu'est-ce qui est pertinent? «Les sujets qui touchent les gens.» Lui-même aime les magazines portant notamment sur l'art, l'automobile et la gastronomie. «Je préfère regarder des photos plutôt que des vidéos.» Il lit les principales informations dans la presse le soir, en savourant un cognac et un bon cigare. Mais aussi «en parlant avec les gens».



«Never stop surprising people.»

Mario García, Designer of newspapers, magazines & web

«Develop your magazines for both markets.»

Urs Heller, Head of Magazines Ringier Switzerland

«I don't believe in plans. I believe in people.»

Michael Ringier, Publisher & Chairman Ringier

«If we get boring, we are dead.»

Marco Grob, Fotograf

Georg Mascolo (Ex-«Der Spiegel»), Csaba Illés («Hot!»), Rainer Esser («Zeit»), Patrick Bauer («Neon»), Christoph Schwennicke («Cicero»)

Comment réalise-t-on un bon produit imprimé? L'animateur Hannes Britschgi s'est penché sur la question, ainsi que cinq journalistes. «Il faut être obsédé», déclare Christoph Schwennicke, rédacteur en chef du magazine allemand Cicero. «Il faut aimer son travail», explique Csaba Illés, rédacteur en chef du magazine hongrois hot!. «Il faut trouver les bonnes personnes qui font exactement ce qu'on leur dit de faire.» Ancien rédacteur en chef du Spiegel, Georg Mascolo se défend contre le fait qu'on reproche au magazine d'information allemand de stagner. «Il y a vingt ans, Der Spiegel publiait seulement des photos en noir et blanc, puis on a vu des photos en couleur, d'abord d'animaux, ensuite de politiciens. Aujourd'hui, toutes les pages sont en couleur.» Le plus important est d'avoir de «bons journalistes». Et comment faites-vous pour les retenir? «Ce n'est pas évident de garder les jeunes journalistes», explique Rainer Esser, CEO de Die Zeit. «Ce qui est encore plus important que l'argent, c'est la liberté, et les soirées.» Le rédacteur en chef de Neon, Patrick Bauer, déniche les talents dans les écoles de journalisme. Selon Schwennicke, le patron de Cicero, les journalistes cherchent des modèles. «Pour se développer, ils ont besoin d'un environnement créatif et sain.» Mascolo: «Le secret est de bien les payer et de leur donner tout ce dont ils ont besoin.»



«Data is everybody's job.»

Koda Wang, Chief of Staff HUFFINGTON POST

Marco Grob, photographe

On projette sur l'écran les photos des couvertures emblématiques du magazine américain Rolling Stone. On peut y voir Madonna et les Rolling Stones. Mais le mercredi matin, sur la scène du Palais des Congrès, c'est Marco Grob qui est sous les projecteurs. Le photographe suisse vit et travaille à New York: «Si je prends mon appareil, c'est pour faire des photos de valeur. Des photos destinées à être publiées dans un magazine, exposées dans un musée ou dans un salon.» Depuis onze ans, Grob travaille pour des magazines comme Time, Vogue, Esquire et The New York Times Magazine. Il a aussi bien photographié des stars de Hollywood que les plus grands hommes d'Etat. Grob souligne: «Pour obtenir un travail remarquable, il ne suffit pas d'avoir un photographe audacieux et courageux.» Il faut que la rédaction photo le soit aussi. Il faut pouvoir faire des photos qui racontent des histoires. Il faut éviter les présentations figées. Mais le plus important: «Il ne peut pas y avoir plusieurs capitaines à bord.» C'est ce qui fait la grande différence avec la Suisse, son pays d'origine. Grob, qui met habituellement moins de deux minutes à prendre ses photos, nous révèle en passant: «Aux Etats-Unis, les chefs de rédaction photo font confiance à leurs photographes.»



«Young people do love print products, but they must have special value.»

Patrick Bauer, Editor-in-chief NEON

Donata Hopfen

«Nous avons de l'endurance»»

Sur Bild.de, certains contenus en ligne sont soumis à un accès payant. Est-ce que le modèle Freemium va pouvoir s'imposer sur le marché? Donata Hopfen, directrice du BILDdigital, nous explique: il ne suffit pas d'installer un «péage» pour faire de l'argent sur l'internet.

Texte: Hannes Britschgi



Depuis mai 2013, Donata Hopfen est à la direction du BILD. Elle est responsable de toutes les activités numériques du BILD : BILD.de, BILDmobil et les applis BILDApps sur smartphones, tablettes et téléviseurs.

BILD.de a installé le 11 juin dernier un paywall. Comment cela fonctionne-t-il?

Donata Hopfen: Nous avons délibérément supprimé le mot «paywall» de notre vocabulaire. BILDplus est un abonnement payant qui donne accès à des contenus journalistiques numériques. Nous avons opté pour un modèle freemium qui, parallèlement au BILD.de, met à disposition des contenus payants et gratuits. Pour l'instant, tout fonctionne au mieux et notre bébé nous procure beaucoup de joie!

Et question chiffres?

Nous sommes satisfaits, même s'il est trop tôt pour tirer des conclusions.

Avec son «Metered Model», le New York Times a réussi à vendre la première année des abonnements à 1,5% de ses utilisateurs internet. Avez-vous des objectifs similaires?

On ne peut pas comparer BILDplus au New York Times, car celui-ci possède un modèle de paiement complètement différent.

Il est vrai que BILDplus sonne mieux que paywall. Qu'est ce qui est inclus dans le «plus»?

Le «plus» comprend tous les

«If you never try, you will never know.»

articles, tels que seul le BILD sait en proposer. Il peut s'agir de contextes particuliers ou d'interviews et d'articles pour lesquels nous avons des droits et des contenus exclusifs.

Les utilisateurs constatent avec étonnement que le BILD encaisse deux fois: pour BILDplus et pour BILD Bundesliga!

Non, ce n'est pas comme ça que ça marche: BILDplus est un forfait de base vendu à un prix très raisonnable. Les fans de foot ont en plus la possibilité de s'abonner à BILD Bundesliga.

Notre objectif est de proposer une offre journalistique du BILD sur tous les canaux, imprimés ou numériques. Notre souhaitons de cette manière opérer un changement de paradigme vers des contenus journalistiques payants sur l'internet. L'offre concernant la commercialisation des droits de la Bundesliga peut nous y aider.

Qu'avez-vous appris depuis que vous avez lancé BILDplus?

BILDplus est pour nous un projet très motivant parce qu'il nous donne l'occasion d'essayer quelque chose de complètement nouveau. Nous apprenons chaque jour de

nouvelles choses, en observant par exemple les flux d'utilisateurs.

Pouvez-vous nous donner un exemple précis?

On peut voir en temps réel à quoi s'intéressent les utilisateurs, quels sont les articles qui les motivent à prendre un abonnement.

Contrairement au NYT, BILD.de est sélectif: pas de demi-mesure concernant le paywall, pas de moyens détournés via les médias sociaux.

Pourquoi être si sélectif?

Pour le moment, nous avons décidé de ne pas publier gratuitement des contenus du BILDplus sur des plateformes de médias sociaux. Bien sûr, nous utilisons des accroches en montrant une partie des articles, mais seuls les abonnés payants peuvent les lire en totalité.

Avec BILDplus, le BILD fait ses premiers pas dans la commercialisation d'abonnements. On s'attend d'habitude à ce que les petits nouveaux apportent un vent de fraîcheur. Mais ce que vous proposez semble tout à fait classique...

Je ne dirais pas classique: notre modèle est un abonnement de marque multimédia qui relie tous les canaux. En outre, les abonnements sont résiliables chaque mois et n'ont pas d'échéance fixe. Je trouve cela très adapté au numérique et très juste. Malheureusement, une nouvelle étude en Suisse montre que 80% des utilisateurs ne sont pas prêts à payer

pour accéder à des contenus sur l'internet. Ce ne sont pas des nouvelles très réjouissantes, surtout pour vous qui venez juste de commencer.

Je crois que nos marques fortes nous assurent une position avantageuse. Depuis plusieurs années, de nombreux utilisateurs se servent de nos applications payantes. Si les lecteurs sont si nombreux à utiliser notre offre web, c'est parce les gens s'intéressent avant tout à nos contenus. Le fait que l'offre ait été gratuite jusqu'à maintenant est secondaire. C'est ce qui m'incite à penser que les lecteurs n'hésiteront pas à payer pour accéder aux contenus numériques du BILD. Plus de 2,5 millions de gens le font bien tous les jours pour acheter leur journal imprimé en kiosque.

Combien de temps cela prendra-t-il pour que l'utilisateur accepte ce changement?

Nous nous sommes lancés dans un projet de longue haleine. Faire bouger les choses demande toujours un certain temps. Arriver à ce que les contenus internet gratuits deviennent payants constitue un changement culturel.

Cela ne vous inquiète-t-il pas de savoir qu'un des principaux acteurs, le Spiegel, ne procède pas de la même manière?

Le Spiegel fait ses propres expériences avec des applications et des journaux électroniques. Mais le Spiegel devra tôt ou tard décider de quelle façon il souhaite financer le journalisme sur

Donata Hopfen travaille chez Axel Springer depuis 2003: «BILDplus va devenir une partie intégrante de notre entreprise. Mais il faut du temps pour que les choses se mettent en place durablement.»

l'internet. Plus le BILDplus aura du succès, plus nos concurrents seront tentés de s'orienter vers les contenus «premium».

Vous allez bientôt avoir un nouveau concurrent sur le marché allemand: le Huffington Post propose un modèle gratuit. Cela représente-t-il une véritable concurrence?

Nous observons tout ça de très près: le Huffington Post propose un modèle bien différent, mais cherche à conquérir le même marché. Le BILD est la plus grande marque de média en Allemagne, et il le restera. Mais bien sûr, si nous voulons rester en haut de l'échelle, nous devons aussi nous améliorer, mettre en place de nouveaux modèles et les tester.

Etes-vous déjà allé dans la Silicon Valley faire des formations?

Cela fait des années que je suis régulièrement des formations dans la Silicon Valley. C'est là-bas que le commerce numérique a fait ses premiers pas. Il est pour moi tout naturel de garder le contact.

Le Bild est-il en train de vivre un changement culturel?

Tout à fait. Axel Springer veut être la première entreprise de médias numériques, et le BILD en est l'une des figures de proue. Un changement extérieur correspond généralement à un changement intérieur. Justement, l'expérience dans la Silicon Valley m'a vraiment beaucoup servi et a contribué à cette transformation.

Beauté vietnamienne

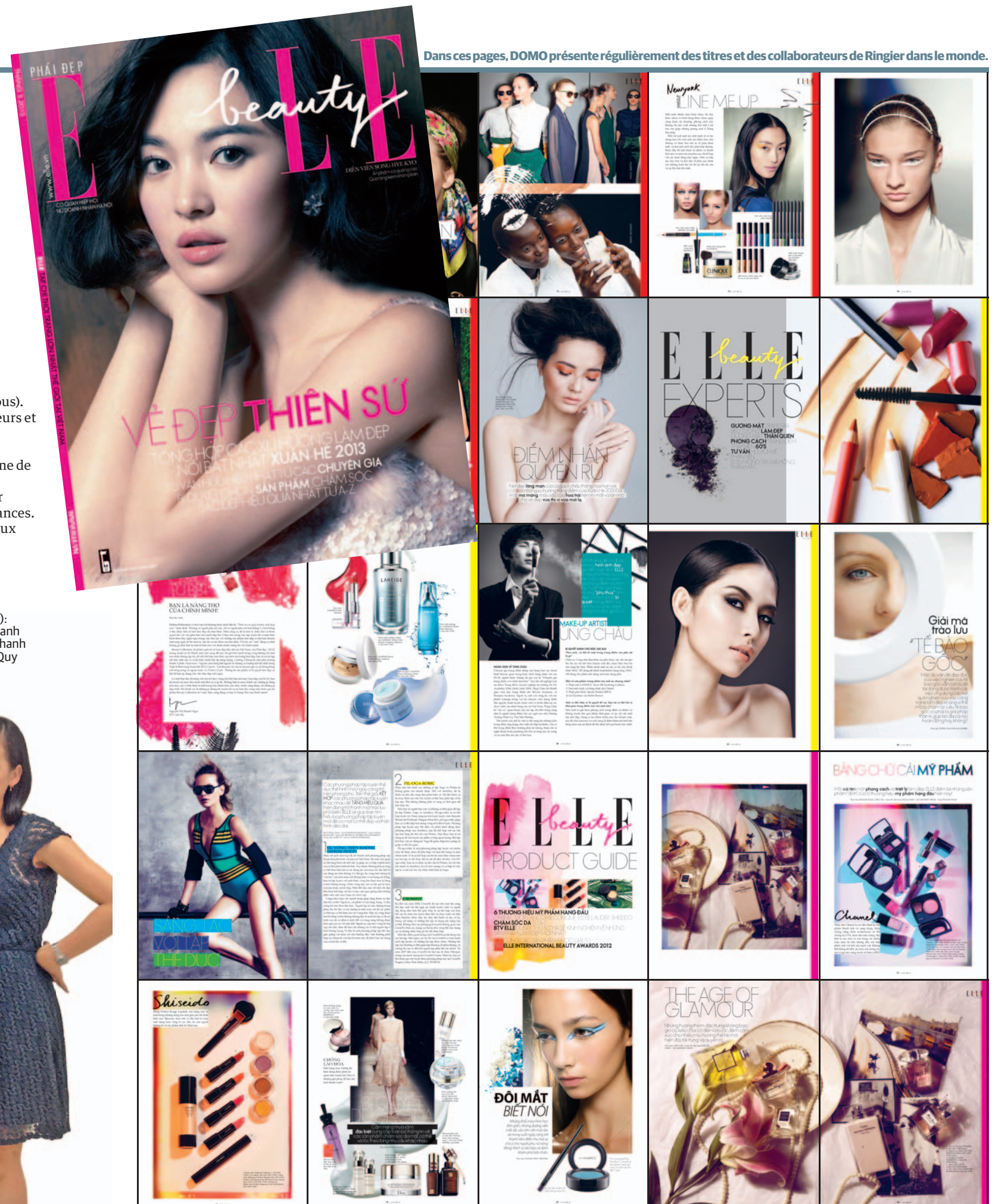
Parfums, crèmes et poudres! Dans **ELLE beauty**, le magazine beauté d'Elle Vietnam, les lectrices trouvent tout ce qu'il faut pour se sublimer. Sorti sur le marché en mai 2013, le semestriel est déjà le chouchou des Vietnamiennes ainsi que des marques cosmétiques japonaises et coréennes.

ELLE beauty

- ▶ Magazine de beauté
- ▶ Parution semestrielle (mai et octobre)
- ▶ Tirage: 20 000 exemplaires
- ▶ Rédaction: sept collaborateurs (photo ci-dessous). Avec la participation de photographes, rédacteurs et stylistes indépendants
- ▶ Leader des magazines de beauté au Vietnam
- ▶ En octobre 2010, ELLE a été le premier magazine de mode international à être lancé sur le marché vietnamien. Il incite les lectrices à trouver leur propre style en s'inspirant des nouvelles tendances. En 2013 sont apparues pour la première fois deux éditions d'ELLE beauty. y

www.elle.vn

Toute l'équipe réalisant ELLE beauty (de gauche à droite): Dzung Yoko, Art Director, Thuy Linh, Managing Editor, Danh Quy, Deputy Managing Editor, Lien Chi, Beauty Editor, Khanh Ngoc, Senior Beauty Editor, Kim Chi, Designer. Absent: Quy Phuong, Junior Designer.



Dans ces pages, DOMO présente régulièrement des titres et des collaborateurs de Ringier dans le monde.

Le **dalai-lama** et Manuel Bauer se connaissent depuis plus de vingt ans. Sa Sainteté considère le photographe suisse comme son ami, et Bauer ose faire des choses qu'un Tibétain ne se permettrait jamais comme, par exemple, s'asseoir et prendre le petit-déjeuner au côté de cet «être éveillé».

Photo: Manuel Bauer, texte enregistré par Lisa Merz

Pour prendre cette photo, il m'a fallu un certain courage. C'est vrai qu'il en faut pour demander au dalai-lama de poser personnellement pour une séance de prises de vues. C'est seulement parce que je le connais depuis plus de vingt ans que je me le suis permis. Pourtant, ça m'a quand même coûté de le faire: je souhaite déranger Sa Sainteté le moins possible. Or, il se trouve que le dalai-lama a accepté. Pendant cinq jours, j'ai donc eu le plaisir de l'accompagner, à l'occasion d'un reportage pour L'illustré. Au cours de son voyage à travers la Suisse, je souhaitais le montrer dans son intimité, en train de méditer.

L'occasion s'est présentée le 15 avril 2013, à 5 heures du matin à l'hôtel Le Vieux Manoir, à Morat. Le dalai-lama médite depuis 3 heures du matin. Il est assis sur le lit avec son mālā (chapelet de prière tibétain) entre les mains, éclairé par une seule lampe de chevet. À l'heure convenue, je passe devant les gardes du corps, plantés dans le couloir, et suis accueilli par un moine. Ce dernier ouvre doucement la porte et me fait entrer. À ce moment précis, j'essaie d'être totalement invisible. Le dalai-lama lève les yeux, me regarde brièvement, puis retombe dans sa méditation. Maintenant, je sais que je peux commencer mon travail.

Il me faut quelques secondes pour m'habituer à la pénombre. Je sors mon appareil photo, cherche le bon angle, entend la respiration calme du dalai-lama, les pas feutrés de son homme de confiance, et appuie sur le déclencheur. La photo est un art très intuitif. Vous devez être réceptif aux ambiances et pouvoir communiquer de façon non verbale. Je fais toujours en sorte que les gens se reconnaissent dans mes photos.

De 2001 à 2004, je n'ai rien fait d'autre que photographier le dalai-lama. Durant cette période, je l'ai accompagné jour et nuit pour constituer des archives d'images. Je voulais créer un document historique. Quelque chose d'inédit. Cela a été une expérience merveilleuse, au cours de laquelle nous sommes devenus assez proches. Aujourd'hui, il m'arrive encore occasionnellement d'accompagner le dalai-lama. Et même si je ne suis pas bouddhiste, je continue à lutter contre l'oppression du Tibet.

Au bout d'un quart d'heure, le dalai-lama a mis son mālā de côté, a glissé du lit et est passé voir ses gardes du corps. Puis il m'a invité à partager son petit-déjeuner. Nous nous asseyons à une table et mangeons des croissants avec de la confiture. Une autre table attend les personnes de son entourage. S'asseoir au côté du dalai-lama est un grand honneur. Si



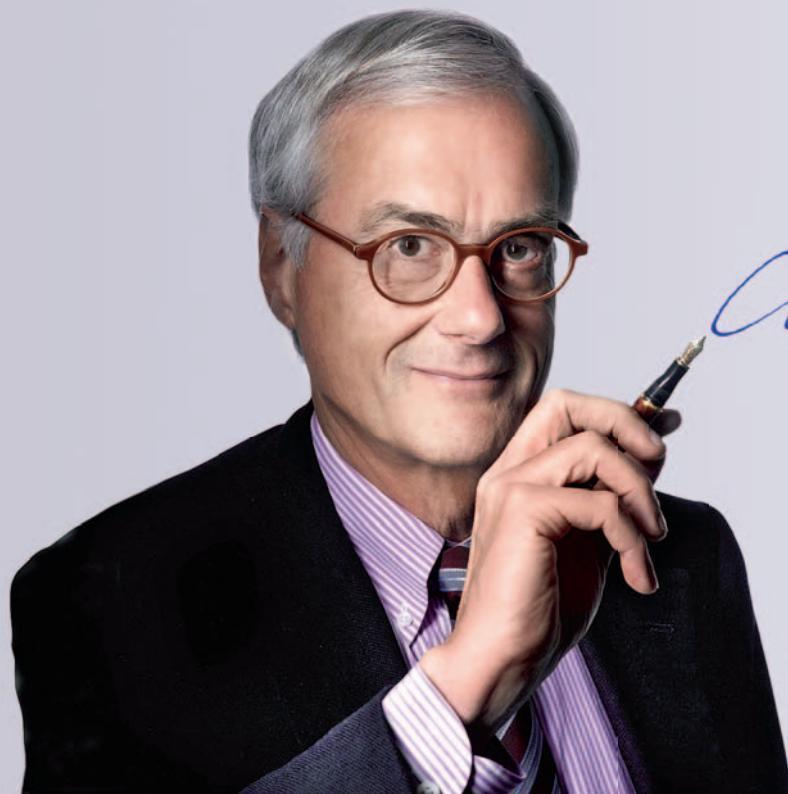
À 5 heures du matin, à l'hôtel Le Vieux Manoir à Morat: depuis deux heures, le dalai-lama est assis sur son lit et médite. À son côté, le photographe suisse Manuel Bauer.

je peux me le permettre, c'est sans doute grâce à mon statut d'Occidental, lequel me permet de jouir de la «liberté du fou». Un Tibétain n'oserait jamais faire une telle chose. Le contact est aussi beaucoup plus décontracté. Le dalai-lama lance quelques idées et il attend que je riposte. C'est d'ailleurs ce que je fais. Nos conversations sont parfois tellement personnelles que je préfère les garder pour moi.

Même quand le dalai-lama me dit que je suis son ami, je prends la nouvelle avec retenue. C'est quand même le dalai-lama, et pas un quelconque ancien camarade de classe. J'ai parfois du mal à concilier travail et vie privée. Ainsi, il m'est arrivé de l'accompagner lors d'un voyage de trois semaines sans pouvoir le saluer. C'est que, dans la mesure du possible, je souhaite poursuivre mon travail sans déranger. Cela peut conduire à des situations absurdes, comme lors de cette visite officielle d'un monastère, où il lui est arrivé de me regarder pendant un certain moment jusqu'à ce que je vienne le saluer. Du coup, j'ai fait attendre tout le monde.

À 6 heures et demie du matin, le dalai-lama termine son petit-déjeuner. Ma visite est finie. Le temps de prendre une dernière photo. Et même si je n'en suis pas à ma première photo, il me fascine toujours autant, comme sujet et comme personne. 📷

Petit-déjeuner en paix avec le dalai-lama



Cher Mathias

On t'a traité de tous les noms: beau parleur, comédien, traître au journalisme. On t'a même accusé de sonner le glas du journalisme ou de le brader - j'en passe et des meilleures. On a pourtant pour habitude de féliciter les CEO lorsqu'il leur arrive de se débarrasser d'un business peu porteur pour un si bon prix. Mais ce n'est pas ton cas: tu aurais coupé les racines de ton entreprise, bradé son héritage, sonné le glas de la profession.

Loin de moi l'idée de donner des leçons aux coryphées du journalisme du Spiegel et de la FAZ. Mais ces injures sont-elles vraiment justifiées? Considérons cette vente sous un angle pragmatique. De quoi viens-tu de te débarrasser, au fond? En matière de journalisme régional, vous occupez une place en retrait par rapport aux autres - avec des journaux hétérogènes. Dans le segment des magazines, vos titres n'arrivent malheureusement pas non plus à s'imposer en première ligne sur le marché national. Vous arrivez à peine à décrocher la deuxième place des magazines de programme TV.

S'il y a bien quelque chose que nous avons tous les deux appris ces dernières années, c'est que, sur un marché mature, on doit être en tête ou alors laisser tomber. Tu as donc fait quelque chose de parfaitement logique. Tu as décidé d'abandonner une position sur un marché dont l'avenir s'annonce morose. Il y a quelques années, des CEO de certaines entreprises pharmaceutiques se sont séparés de l'industrie chimique, moins prometteuse - bien qu'étant à l'époque le cœur de métier de certaines d'entre elles. Cela ne les a pas empêchés d'être grandement félicités pour leurs décisions.

C'est vrai que, en ce qui te concerne, il ne s'agit pas de chimie mais de journalisme. Mais au fait, les magazines féminins, les programmes TV ou le Berliner Morgenpost sont-ils vraiment des fleurons du journalisme allemand? Il se peut que tout cela ait tout de même un petit quelque chose à voir avec la chimie. La chimie qui existe entre toi et certains journalistes. Take it easy et accepte mes plus sincères salutations.

Michael Ringier

En juillet, Axel Springer AG a vendu son groupe de journaux régionaux Berliner Morgenpost et Hamburger Abendblatt ainsi que ses magazines de programmes et ses publications féminines, ce qui a valu au CEO Mathias Döpfner une pluie de critiques.

Envoyez vos questions à: domo@ringier.com

TALK



Les questions des collaborateurs...

Récemment, Ringier a également développé des activités au Myanmar, l'ancienne Birmanie. Quelles sont ses intentions et ses attentes?

Robin Lingg, Head of Business Development: Le Myanmar a connu un changement politique profond ces vingt-quatre derniers mois, considéré comme tout à fait unique de par sa cohérence. Ce pays de près de 60 millions d'habitants, jusqu'à présent isolé, s'ouvre soudain à l'économie mondiale. Dire que Ringier est implanté au Myanmar serait quelque peu exagéré. Notre projet consiste actuellement à mettre en place un réseau local qui devra être opérationnel dans le futur. Nous cherchons aussi à dénicher des occasions en procédant à des analyses de marché. En outre, nous sommes la première société occidentale à soutenir un espace «iHub». Ce projet lancé par deux jeunes gens ambitieux permet à sept jeunes entrepreneurs de réaliser leur projet tout en bénéficiant de stages et de formations. Ringier s'est engagé à financer partiellement leur environnement de travail. Notre engagement nous a valu au Myanmar un écho médiatique retentissant et un formidable accueil.

Ringier compte renforcer ses activités numériques. En 2013, la part de son chiffre d'affaires dans le numérique devrait représenter 25% (contre 18% en 2012 et 13% en 2011). Quel est selon vous le secteur le plus porteur?

Thomas Kaiser, Chief Digital Officer Ringier AG: Ce chiffre comprend la part des revenus basés sur les activités numériques des trois secteurs d'activité de Ringier: l'édition, le divertissement et le numérique. Il est question d'augmenter le chiffre d'affaires lié au numérique dans chaque secteur. Nous misons sur plusieurs vecteurs de progression: tout d'abord, le potentiel de rattrapage au niveau de la publicité numérique. Comparé aux autres pays européens, en Suisse, la part de marché de la publicité en ligne est encore faible. Dans le domaine de l'image en mouvement, par exemple, on peut

«Le secteur du commerce électronique a connu un énorme boom»

Thomas Kaiser
Chief Digital Officer
Ringier AG



apprendre beaucoup de la technologie Onet. Les marchés en ligne représentent aussi un secteur à fort potentiel. Le domaine des petites annonces est aujourd'hui l'un des segments en ligne les plus importants et les plus rentables. Nous nous intéressons aux résultats aussi bien financiers que commerciaux. L'acquisition de JobCloud, en partenariat avec Tamedia, nous a notamment permis de faire un énorme bond en avant. Les positions de marché fortes de Scout24, JobCloud et Anibis nous servent à exploiter de nouveaux potentiels de rendement. Last but not least, le commerce électronique a connu cette année un formidable élan sur de nombreux marchés - également en Afrique. Ce secteur est soumis à une rude concurrence, mais il est passionnant. Il est constitué aussi bien de services transversaux que de chaînes thématiques simples offrant de nouvelles parts de marché à conquérir. DeinDeal, avec ses offres dans les domaines Home & Living, Sport et Fashion & design, ou IdéeCadeau, avec l'extension de la boutique en ligne de parfums et cosmétiques, ne sont que quelques exemples de cette expansion. En résumé, tous les domaines en ligne offrent encore de très grandes possibilités de croissance. 🌐



AVEC NOUS DEPUIS 10 ANS:
Allerstorfer Amgwerd S., Ringier AG. **Atasoy Sithara**, Ringier AG. **Eschbach Marianne**, Ringier AG. **Griesbach Katarina**, Ringier AG. **Karrer Michael**, Ringier AG. **Sturzenegger Jürg**, Ringier AG. **Haldimann Michèle**, Ringier AG. **Hanselmann-Diethelm Sabina**, Ringier AG. **Pastore Barbara**, Ringier AG. **Fischer David**, Ringier AG. **Höhener Denise**, Ringier AG. **Frischknecht Adrian**, Ringier Print. **Wacker Catherine**, Ringier Romandie. **Utz Zimmermann**, Ringier Allemagne. **Beránek Michal**, RASMAG. **Kopecký Tomáš**, RASMAG. **Mračková Lucie**, RASMAG. **Böle Tamás**, Ringier Hongrie. **Galamboš Dániel**, Ringier Hongrie. **Fodor Borbála**, Ringier Hongrie. **Fábri Dóra**, Ringier Hongrie. **Novák Petra**, Ringier Hongrie. **Capraru Marieana**, Ringier Roumanie. **Dima Carmen**, Ringier Roumanie. **Paul Potec**, Ringier Roumanie. **Gonghua**, Ringier Chine.

AVEC NOUS DEPUIS 20 ANS:
Stöckli René, Ringier Print. **Geiser Roger**, Ringier Print. **Bucher Heidi**, Ringier Print. **Burcioiu Cristian Gerard**, Ringier Roumanie. **Kuthan Karel**, RASMAG. **Vilímcová Milena**, RASMAG.

AVEC NOUS DEPUIS 25 ANS:
Fusi Arnaldo, Ringier AG. **Baumgartner Cornelia**, Ringier Print. **Marfurt Franz**, Ringier Print.

AVEC NOUS DEPUIS 30 ANS:
Staubli Otmar, Ringier AG. **Planzer Josef**, Ringier Print.

AVEC NOUS DEPUIS 35 ANS:
Werfeli Martin, Ringier AG. **AVEC NOUS DEPUIS 40 ANS:**
Steffen René, Ringier Print.

RETRAITE
Halter Bruno, Ringier Print. **Dubach Robert**, Ringier Print.

DÉCÈS:
Mastalier Franz, 6.4.2013
Stebler André, 8.4.2013
Arnold Katharina, 9.4.2013
Fankhauser Fritz, 10.4.2013
Eisner Eric, 18.4.2013
Neri Rosalbina, 18.4.2013
Häfliger Karl, 25.4.2013
Schärer Max, 28.4.2013
Lutz Franz, 11.6.2013
Lang Julia, 22.5.2013
Baumann Danielle, 26.5.2013
Thomann Hans, 27.5.2013
Schmid Gertrud, 4.6.2013
Friedli Hans, 24.6.2013
Lupu Lonita, 25.6.2013
Schneider Erwin, 1.7.2013

Dix ans de mode chez Ringier

Sabina Hanselmann-Diethelm a longtemps rêvé devenir rédactrice en chef d'un prestigieux magazine de mode. Un rêve exaucé il y a quatre ans, lorsqu'elle est devenue responsable de la rédaction du «SI Style».

«Angelina Jolie»! Voilà ce qu'elle nous répond sans hésitation quand on lui demande qui était sur la première couverture de la première édition du SI Style. C'était en février 2006, Sabina Hanselmann-Diethelm, 38 ans, faisait alors partie de l'équipe fondatrice. Aujourd'hui, cela fait quatre ans qu'elle est rédactrice en chef du magazine féminin. Sabina Hanselmann-Diethelm travaille depuis dix ans chez Ringier. «Je suis très heureuse, nous dit-elle. Ringier a fait beaucoup pour moi, et j'ai aussi, en retour, beaucoup fait pour Ringier.» Son parcours jusqu'à la Pressehaus de la Dufourstrasse passe par Milan. Après avoir terminé la Textilfachschule (école textile), Sabina Hanselmann-Diethelm a travaillé comme correspondante à Milan – métropole de la haute couture – pour des magazines de mode allemands. Six mois plus tard, elle postule à un poste d'assistante de rédaction chez Bolero. Après avoir travaillé huit ans pour ce magazine de mode, on lui propose de participer à la création du SI Young. Le magazine sera finalement publié sous le nom de SI Style. Sabina Hanselmann-Diethelm est alors Fashion-Beauty-Director, et son supérieur hiérarchique n'est autre qu'Urs Heller, directeur des publi-



Sabina Hanselmann-Diethelm est rédactrice en chef du «SI Style» depuis 2009.

cations Ringier Suisse. «Non seulement il m'a appris à faire un magazine, mais il m'a également montré comment faire de l'argent avec.» Elle a fêté sa promotion de rédactrice en chef avec son mari, à l'hôtel La Réserve à Beaulieu-sur-Mer. Cette ville côtière de la Côte d'Azur est son petit refuge. C'est ici que, depuis des années, elle passe ses vacances d'été. «Mes activités préférées? Faire mes courses au marché, puis cuisiner et manger.» Elle adore les légumes et les poissons façon méditerranéenne. Sabina Hanselmann-Diethelm est particulièrement fière que son équipe de SI Style soit restée la même depuis sept ans et demi. Pour l'anniversaire de son entrée chez Ringier, elle souhaite «que la part du numérique au SI Style soit plus importante. Notre nouveau site est un bon début.»

B. B.



Foto: Streetstrut.com



Conseils de lecture

de Marc Walder

Intuition ou raison? Personnellement, je suis toujours mon intuition. Mais en fait, comment prenons-nous nos décisions?

DANIEL KAHNEMAN
Pensée lente, pensée rapide

Nombreux sont les ouvrages qui ont essayé d'expliquer la pensée humaine. Ce livre de Daniel Kahneman, qui a obtenu le prix Nobel, est un réel chef-d'œuvre. Il explique quels sont les schémas de pensée que nous suivons, et comment se prémunir contre les erreurs fatales. Un livre qui changera votre manière de penser.
ISBN: 978-3-88680-886-1
Editions Siedler



MALCOLM GLADWELL
La force de l'intuition

Tout à coup, une petite voix vous dit: «Il y a quelque chose qui ne va pas!» Gladwell appelle cela un «Blink», c'est-à-dire un moment où l'on pense sans penser. Le cerveau fonctionne alors à cent à l'heure pour nous permettre de prendre la bonne décision. Mais on peut aussi développer cette intelligence cachée. Penser avant d'agir n'est pas toujours une bonne chose car, parfois, deux secondes peuvent changer toute une vie.
ISBN: 978-3-492-24905-8
Editions Piper



ROLF DOBELLI
L'art de la pensée claire

Nous considérons que les autres sont plus bêtes que nous. Que quand des millions de gens croient à la même chose, cela doit forcément être vrai. Nous continuons à miser sur des théories pourtant reconnues comme fausses. D'où cela vient-il? Lisez ce livre. Dobelli met en lumière les zones d'ombre de la pensée.
ISBN: 978-3-446-42682-5
Editions Hanser



Les leaders romands lisent D'ABORD

L'Hebdo

Leader

L'Hebdo 39% = 37'000

Le Matin Dimanche 37% = 35'000

Le Temps 24,3% = 23'000

PME 23,6% = 22'000

Bilan 22,2% = 21'000

Top Leader

L'Hebdo 40,4% = 15'000

Le Matin Dimanche 37,5% = 14'000

PME 27,5% = 10'000

Bilan 27,4% = 10'000

Le Temps 27,1% = 10'000

Pénétration et lecteurs en Suisse romande
(Magazines et quotidiens de qualité)
Univers francophone Leader 94'000 personnes
Univers francophone Top Leader 37'000 personnes

Verdict de l'étude MA Leader 2013: *L'Hebdo* est le titre qui s'impose auprès des leaders et top leaders romands! Nos annonceurs le savent et choisissent *L'Hebdo* pour toucher au mieux les décideurs de Suisse romande. Rendez-vous sur www.go4media.ch pour découvrir nos solutions variées.

Source : MA Leader 2013



Ringier

Ringier SA
Département Publicité • Pont Bessières 3 • Case postale 7289
CH-1002 Lausanne • Tél. 021 331 70 00 • Fax 021 331 71 21
www.go4media.ch

SHOWROOM
EDITION
2013

JULY 2013
swiss fashion contest
by
L'ORÉAL
PARIS

EDELWEISS

présente plus de 40 labels de mode, d'accessoires et
de bijoux suisses dans une grande boutique éphémère

11 au 13 octobre 2013

Hôtel Tiffany, Genève

ven 13h-20h • sa 10h-20h • di 11h-19h

Infos: www.edelweissmag.ch

Entrée libre

L'ORÉAL
PARIS

LA REDOUTE


TIFFANYHOTEL
GENEVE

— HEAD
GENÈVE