

DOMO

 Ringier

Magazine d'entreprise
Décembre 2013



Nous sommes

AL JAZEERA

L'ADN de la chaîne d'informations arabe

4 Al Jazeera: La chaîne arabe est captée par 220 millions de foyers dans plus de 100 pays. Rien qu'à Doha travaillent des reporters et des producteurs de plus de 60 pays. Un conte des 1001 nuits?

8 La réalité arabe: Mostefa Souag, directeur général d'Al Jazeera, s'exprime sur «le projet arabe qui a connu le plus grand succès ces vingt dernières années».

12 Interview: Les e-mails rendent stupides. Facebook nous abrutit. C'est l'avis de la «thérapeute numérique» Anitra Egglar.

14 Rédactions de nuit: Ringier va bientôt introduire des services de nuit. D'autres éditeurs ne jurent que par ça.

16 Point de mire: Les meilleures photos de presse Ringier du trimestre, en provenance de tous les pays.

18 Nécrologies: Ce sont les articles les plus lus du New York Times. Responsable de la rubrique, William McDonald en dévoile les raisons.

22 La fin du silence: Le photographe star Marco Grob dit pourquoi la photographie et le film doivent être alliés.

24 Inhouse «L'illustré»: La nouvelle formule du magazine romand est un succès.

26 Ringier rencontre des stars: Comment Peter Hosli a fini par recevoir un compliment de la légende du rock Lou Reed.

28 Michael Ringier: Le point de vue de l'éditeur sur la ressemblance entre les princes et les éditeurs, ainsi que sur l'importance de la langue.

29 Talk: Les questions au management.

30 Entre nous: Retraites/jubilés de service/chronique de livres

Photo de couverture: Azad Essa, Dareen Abughaida, Sam Bollier, Joelle Naayem, Steff Gaultier, Carlos Van Meek, Ramzan Al Naimi
Photo: Katarina Premfors

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 Hosli, 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).
Layout/Production: Nadine Zuberbühler (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: Katarina Premfors / Getty Images (2), Christian Postl, Marco Grob, Tara Rice, Keystone (2), Chris Blaser, Karin Kohlberg



4

8

16

24

26



12



22



14



18



La chaîne d'informations **Al Jazeera** a diffusé ses premières émissions en 1996, faisant frémir les dirigeants arabes. Dans les rues, l'ambiance était à la liesse. Aujourd'hui, on reçoit Al Jazeera aussi bien que la BBC et CNN. Des journalistes de plus de 60 pays travaillent au siège de Doha. Les pétrodollars leur garantissent des conditions de travail de rêve.

Texte: Peter Hossli
Photos: Katarina Premfors / Getty Images

Dans les entrailles d'

ALJAZEERA



Carlos Van Meek (au centre avec une écharpe) mène la conférence de midi d'Al Jazeera English, avec fermeté. L'ambiance est concentrée, le rythme soutenu. De manière brève et précise, il explique ses objectifs du jour.

Il fait froid dans le désert. Avec son écharpe, Carlos Van Meek se protège de l'air climatisé réglé à fond. «Londres, vous nous entendez?» dit-il. C'est ainsi qu'il commence l'émission. Il parle avec un accent américain. «Nous avons deux bombes à Beyrouth, nous ne savons pas avec certitude qui sont les responsables.» La banlieue de Doha, au Qatar, dans le golfe Persique. Il est 13 heures. Van Meek, 45 ans, directeur de l'information, dirige la conférence de midi à la chaîne d'informations Al Jazeera English. Des collègues de Londres et de Sarajevo y participent par vidéo interposée. Rythme et concentration soutenus. En un rien de temps, Van Meek annonce les faits connus. Beyrouth: 22 morts, dont l'attaché culturel iranien. Probablement des voitures piégées. On va procéder comme ça: «Zena rapporte l'info en direct de Beyrouth, Soraya de Téhéran. Je veux connaître la réaction des Saoudiens, des Qataris, de toute la région.» C'est une info importante, dit-il, en expliquant: «La guerre civile en Syrie s'étend au Liban.» Une collègue l'interrompt. «C'est un phénomène complexe. Comment expliquer ça?» Van Meek connaît la réponse. Il explique lentement, prudemment, dans un anglais très clair. C'est un Américain de Miami. Il travaille pour Al Jazeera depuis 2006. «Parce que cette chaîne d'information

cherche à expliquer ce qui se passe dans le monde, dit-il. Aujourd'hui, presque personne ne fait ça.» Al Jazeera diffuse ses programmes depuis novembre 1996. Au début, uniquement en langue arabe. Elle se veut être une voix objective dans un monde de censure, ouverte à toutes les opinions. Aujourd'hui, Al Jazeera, qui signifie «l'île» en français, est considérée comme «le projet arabe le plus réussi de ces vingt dernières années», selon Mostefa Souag, directeur général de la chaîne. 220 millions de foyers dans plus de 100 pays la reçoivent. Des correspondants fixes installés dans près de 70 pays rapportent l'info. Des reporters et des producteurs de plus de 60 nations travaillent dans la seule ville de Doha. Depuis 2006, en plus d'Al



Le présentateur Adrian Finighan a travaillé à la BBC et chez CNN avant de rejoindre Al Jazeera. «Aucun présentateur doté d'un minimum de bon sens ne refuse une offre d'Al Jazeera.» Que la chaîne de télévision ne cherche pas à faire de profit à ses bons et ses mauvais côtés.

Jazeera Arabic, il y a Al Jazeera English. A l'été 2013, New York Al Jazeera America a été lancée. Le trafic s'écoule paisiblement sur les routes larges et bouchonnées de Doha. Le vent souffle du sable du désert. La ville ressemble à un immense chantier. Il y a des quartiers délabrés, comme certains à Beyrouth, d'autres flambant neufs, comme à Dubaï. La zone autour du siège d'Al Jazeera est loin des gratte-ciels de verre du centre-ville, elle a l'air inhospitalière. Derrière la porte d'entrée bien gardée, on accède à un parking couvert avec des bâches qui servent à protéger les voitures de la chaleur pendant la canicule en été. Des antennes paraboliques recouvertes d'une fine couche de sable dépassent des hautes clôtures. Deux bâtiments sobres se font face. L'un diffuse Al Jazeera Arabic, l'autre, Al Jazeera English - deux mondes différents mais qui n'en font qu'un. La chaîne en langue anglaise a la douceur du flegme britannique, celle en arabe est vive et puissante. Il paraît qu'on mange mieux au café anglais, mais que les Arabes racontent des blagues plus raffinées. Des deux côtés, on trouve des journalistes en jeans ou en costume, des hommes en dishdasha, vêtement blanc traditionnel, et des femmes à la chevelure voilée.

Peu avant 10 heures. En plein milieu de la salle de rédaction vivement éclairée d'Al Jazeera English, on aperçoit le pupitre de la présentatrice, tout près de l'équipe du directeur de l'information Van Meek. Sue Turton se regarde une dernière fois dans le miroir, rajuste son maquillage et sa coiffure, vérifie son texte dans le prompteur. Derrière elle, on aperçoit une vaste carte du monde. «Silence, s'il vous plaît! s'écrie une productrice, le direct dans vingt secondes.» Des horloges indiquent l'heure à Washington, Londres, Doha et Kuala Lumpur.

Cinq, quatre, trois, deux, un. La lumière rouge s'allume. «Bonjour... c'est Al Jazeera... je suis Sue Turton... voici les dernières nouvelles...» Dans un anglais précis, elle présente les actualités en provenance du Chili, de Russie, des Philippines et des Etats-Unis.

Le bureau d'Al Anstey est de la taille d'une salle de basketball. Au mur, de vastes écrans diffusent des nouvelles sans interruption. Depuis trois ans, cet homme imposant de nationalité anglaise est rédacteur en chef d'Al Jazeera English. Il parle de sa rédaction avec enthousiasme. «Aucune chaîne de télévision n'est aussi internationale que la nôtre», explique-t-il, confortablement installé dans un canapé en cuir moelleux. «Pour chaque histoire, nous avons quelqu'un qui est originaire de la région dont on parle.» A l'abri des restrictions économiques qui touchent l'industrie des médias, Al Jazeera continue de croître. «Nous avons les moyens de produire de bonnes histoires.»

C'est d'ailleurs ce qui décida Anstey à quitter la chaîne ITN pour Al Jazeera. Il raconte avoir une fois couvert une inondation au Bangladesh et filmé des centaines de cadavres. Personne à la rédaction d'ITN n'a été intéressé par son histoire qui «n'avait aucun lien avec l'Angleterre». A Al Jazeera, c'est bien différent. «Nous pensons de manière globale. Peu importe où les choses se passent. Nous rapportons ce qui est important.»

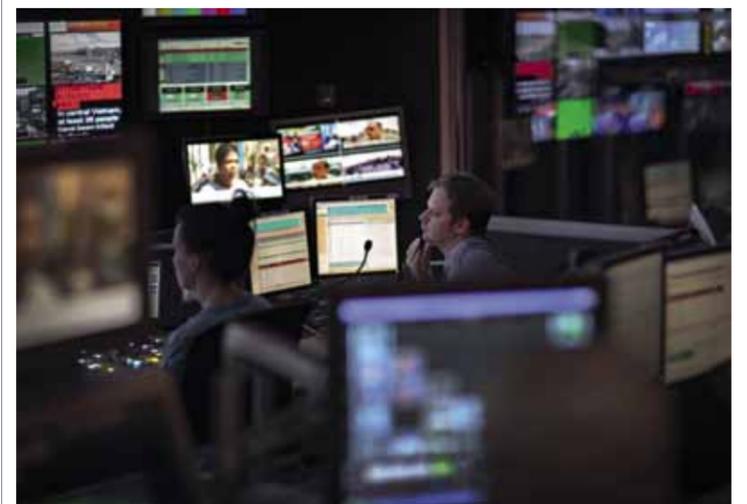
Il dit se méfier des a priori, au même titre que ses journalistes. «Nous cherchons toujours à aller au fond des choses.» Pourtant la chaîne a une aura négative. Après les attaques terroristes du 11 septembre 2011, un vent de discrédit a soufflé sur Al Jazeera. Le prince de la terreur Oussama ben Laden avait envoyé des vidéos à Doha. Al Jazeera les a diffusées. ▶



«Dans vingt secondes nous sommes en direct.» La présentatrice d'Al Jazeera English Sue Turton vérifie une dernière fois son texte. Elle va présenter dans un instant le journal télévisé de 10 heures.

A Doha, des journalistes de plus de 60 pays travaillent dans la salle de rédaction moderne d'Al Jazeera English. La chaîne offre d'excellentes conditions de travail et un salaire important, exempté d'impôts. Mais les familles de la plupart des collaborateurs restent en Occident.

La salle de commande d'Al Jazeera English.



«Expliquer la réalité du monde arabe»

Mostefa Souag travaille depuis onze ans pour Al Jazeera. Aujourd'hui, il est directeur général de l'ensemble du réseau. Auparavant, il était rédacteur en chef de la chaîne arabe. Il vient d'Algérie, un pays où il ne peut toujours pas envoyer de correspondants. Pour Souag, Al Jazeera est le «projet arabe le plus réussi de ces vingt dernières années».



Mostefa Souag, directeur général d'Al Jazeera, dans son bureau à Doha.

Al Jazeera diffuse ses programmes depuis 1996. La chaîne a-t-elle influencé d'autres médias arabes ?

Mostefa Souag : Dès le début, la population arabe a salué l'arrivée d'Al Jazeera. Mais elle constituait une menace pour les gouvernements arabes. Avant son arrivée, les chaînes de télévision étaient la plupart du temps au service du pouvoir. Les journalistes pouvaient rarement travailler librement. Al Jazeera, elle, était libre et indépendante. Nous sommes devenus un modèle pour les médias arabes. Nous leur avons montré ce qu'est le vrai journalisme.

Quel a été l'impact pour Al Jazeera ?

Nous avons énormément grandi et nous avons gagné en influence et en téléspectateurs. Certaines chaînes arabes avaient beaucoup plus d'argent que nous. Cela ne les a pas empêchées de disparaître. Nous sommes toujours là parce que nous sommes restés fidèles à nos principes. Nous devons notre succès à la qualité de nos journalistes.

Plus de 400 journalistes répartis dans le monde travaillent depuis 60 pays pour Al Ja-

zeera. Quels profils sont adaptés à Al Jazeera ?

Nous recherchons de vrais journalistes, qui ont de la passion. Nous versons de bons salaires, souvent meilleurs que ceux proposés par la concurrence. Et nous offrons à tout le monde l'espace nécessaire pour faire son travail de journaliste.

Les journalistes ont besoin d'indépendance. En Occident, Al Jazeera est considérée comme un porte-parole de la propagande arabe.

On nous critique, car nous présentons chaque événement sous ses différentes facettes. Ainsi, pendant la guerre d'Irak, nos reporters n'étaient pas uniquement intégrés à l'armée américaine. Ils ont aussi montré des scènes où l'on voit des bombes américaines manquer leurs cibles et tuer des civils. Nos concurrents auraient bien aimé avoir ce genre de matériel, mais ils n'étaient pas sur place. Plus tard, les Américains ont bombardé nos bureaux en Afghanistan et tué un de nos reporters en Irak.

Quelle est l'influence du propriétaire d'Al Jazeera, l'émir du Qatar ?

Al Jazeera est la propriété de l'Etat du Qatar et ne dépend pas d'une seule personne. Personne ne

nous dicte les reportages à faire. Al Jazeera est complètement indépendante sur le plan journalistique.

Mais l'émir n'est pas totalement désintéressé. C'est lui qui paie les factures. Vous n'avez pas à générer de profits.

Tous les gouvernements dans le monde cherchent à influencer les diffuseurs. Il y a ceux qui le font à l'arme au poing et d'autres qui se servent des «soft powers», tels que les médias ou la diplomatie. Cette manière d'exercer de l'influence ne tue pas. Doha est un centre de négociations de paix et de diplomatie. Ce qui est important, c'est la Coupe du monde de football en 2022. L'émir du Qatar souhaite développer le pays et aider l'ensemble de l'humanité.

Est-ce Al Jazeera qui a créé le printemps arabe, comme beaucoup le disent ?

Al Jazeera est le projet arabe le plus réussi de ces vingt dernières années. Personne d'autre n'a su aussi bien expliquer aux habitants des pays arabes leur réalité. Nous montrons la jeunesse et les femmes d'aujourd'hui, le monde de l'économie et de la politique. Ce sont les populations elles-mêmes qui ont entamé le printemps arabe. Plus tard, Al Jazeera a montré comment se battre pour instaurer la justice.

Qu'est-ce qui distingue Al Jazeera des autres chaînes globales d'informations telles que la BBC ou CNN ?

Nous ne mettons pas seulement Barack Obama et Angela Merkel à l'écran, mais également les gens des rues. Nous donnons une voix à ceux qui n'en ont pas.

Pourquoi Al Jazeera ne parle-t-elle pratiquement jamais du Qatar ?

Parce que ce qui se passe au Qatar n'intéresse pas le reste du monde. Nous ne sommes pas une chaîne de télévision locale mais globale. En novembre, nous étions bien évidemment sur place quand Amnesty International a publié un rapport sur les conditions de travail au Qatar.



Fier d'Al Jazeera: une télévision entourée d'un cadre en or trône devant le bureau de Mostefa Souag. Elle diffuse non-stop Al Jazeera Arabic.



► Au cours de la guerre en Irak, en 2003, Al Jazeera a montré comment des bombes américaines mal dirigées ont tué des civils irakiens. «Al Jazeera favorise le terrorisme», a grondé le secrétaire américain à la Défense Donald Rumsfeld.

Aujourd'hui, ces réserves ont disparu, affirme Anstey. Récemment, Hillary Clinton a même fait l'éloge d'Al Jazeera en disant que la chaîne diffusait de «vraies nouvelles», contrairement aux chaînes américaines. Dans le monde arabe, l'émetteur est même «le roi», a déclaré l'ancienne secrétaire d'Etat américaine.

Un thème brûlant à Doha. Surtout depuis que le monde arabe est en ébullition. On dit qu'Al Jazeera aurait contribué à la chute de Mouammar Kadhafi en Libye et à celle d'Hosni Moubarak en Egypte. «Le printemps arabe a été décisif, dit Ashtey. Nous ne l'avons pas déclenché, mais nous avons influencé la façon dont le monde le perçoit.»

Après le soulèvement en Tunisie en 2011, environ 50 000 Egyptiens se seraient prononcés sur Facebook contre le président Moubarak. Un fait qui n'a pas échappé aux journalistes

de Doha qui l'ont aussitôt diffusé. Les réactions ont été immédiates dans les pays arabes. «Cela a accéléré le mouvement.»

Il faut traverser une rue pour rejoindre la salle de rédaction d'Al Jazeera Arabic. Des hommes vêtus de dishdasha sont assis dans la salle de contrôle. La rédaction est séparée du pupitre du présentateur pour qu'il ne soit pas gêné par le brouhaha dans la salle. Les journalistes arabes dis-

«Cette chaîne cherche à expliquer ce qui se passe dans le monde»

Carlos Van Meek, directeur de l'information d'Al Jazeera English

cutent vivement de politique. «La politique occupe dans notre vie une place bien plus importante qu'en Occident», explique Rawan Al-Damen, 34 ans. Elle dirige le département documentaire d'Al Jazeera Arabic. «C'est le ministre de la Culture en place qui décide si tes enfants peuvent aller à l'école ou non. En Occident, tous les enfants vont à l'école.»

Elle partage son bureau sans fenêtre avec six personnes venant du Maroc, d'Irak, de Jordanie et du Royaume-Uni; musulmans et chrétiens tra-



▲ **En haut à gauche:** Un technicien d'Al Jazeera Arabic contrôle les caméras sur le plateau.

▲ **En bas à gauche:** Rawan Al-Damen vient de Palestine. Arrivée à Doha en 2006, elle dirige aujourd'hui le département des documentaires d'Al Jazeera. «Personne ne cherche à t'influencer et il y a assez d'argent pour faire des documentaires.» Elle ajoute: «En tant que femme, je dois travailler trois fois plus pour me faire accepter.»

▲ **En haut à droite:** Présentateur et présentatrice d'Al Jazeera Arabic quelques secondes avant le direct. Le pupitre est séparé de la salle de rédaction. Les journalistes arabes parlent trop fort.

vaillent côte à côte. «Je suis Palestinienne», nous dit Al-Damen. En 2006, elle est venue à Doha «pour pouvoir travailler au sein d'une chaîne panarabe».

Elle a découvert le secret d'Al Jazeera seulement en commençant à y travailler. «Personne ne cherche à t'influencer et il y a assez d'argent pour faire des documentaires.» Peu de journalistes occidentaux peuvent en dire autant: «Al Jazeera doit son succès à son budget important et au fait que la qualité journalistique prime sur tout. Enlevez un de ces deux éléments et vous assisterez à la disparition d'Al Jazeera.»

Mais jusqu'où va son indépendance? Les critiques disent qu'Al Jazeera Arabic n'est que le porte-parole du monde musulman. Que l'émir du Qatar s'en sert principalement pour faire connaître sa ligne politique. «C'est faux, répond Al-Damen. Mon chef ne m'a encore jamais appelée pour m'imposer mes interlocuteurs. Si ça devait arriver, je démissionnerais immédiatement.»

Travailler dans ces conditions privilégiées implique une grande responsabilité. Al-Damen cite comme exemple un reportage au sujet du conflit politique explosif entre Israéliens et Palestiniens. Son truc: elle laisse s'exprimer des historiens israéliens qui critiquent la politique de colonisation d'Israël. ▶



◀ Dalia Qader, 30 ans, vient de Palestine. Elle est graphiste chez Al Jazeera. Elle réalise les sous-titrages des documentaires, sélectionne les photos affichées à l'écran. Pour 2014, la chaîne prépare une nouvelle présentation.

► Il ne peut guère y avoir de solution au Proche-Orient et les médias arabes y sont pour quelque chose. «Nous devons arrêter de pleurer ensemble l'histoire des Palestiniens, dit Al-Damen. Nous devons parler de succès, d'histoires sur la Palestine qui se terminent bien.»

Se fait-elle entendre? «Les femmes qui travaillent à la télévision sont pour la plupart présentatrices, on trouve très peu de productrices», confie-t-elle. Sur ce plan, Al Jazeera fonctionne comme bon nombre de chaînes de télévision dans le monde:

«En tant que femme, je dois travailler trois fois plus pour me faire accepter.»

Adrian Finighan, 49 ans, est tranquillement assis dans son fauteuil. Dans cinq heures, le présentateur d'Al Jazeera English passe à l'antenne. Il a travaillé pendant dix-sept ans pour la BBC et pendant cinq ans pour CNN. Après un bref détour par les relations publiques, il a accepté une offre de Doha. «Aucun présentateur doté d'un minimum de bon sens ne refuse une telle offre, raconte cet Anglais. CNN licencie en permanence, la BBC a un budget limité, Al Jazeera investit.» Des journalistes peuvent monter dans un avion pour n'importe quel événement intéressant. Trois équipes ont couvert la catastrophe causée par le typhon Haiyan aux Philippines.

Comme tous les autres, Finighan travaille quatre jours suivis de quatre jours de congé. Il n'est pas la seule star de la télévision à avoir quitté une grande chaîne américaine pour rejoindre Al Jazeera. Doha attire de nombreux journalistes expérimentés, en raison des hauts salaires proposés. Ils ne paient pas d'impôts. Mais il faut supporter la solitude. Finighan vit seul au Qatar, comme bon nombre de journalistes occiden-

taux. Sa femme et ses enfants ne l'ont pas suivi. «Nous n'avons pas trouvé les bonnes écoles», explique-t-il. Il se rend régulièrement à Londres pour voir sa famille.

L'argent d'Al Jazeera provient de la terre. Le Qatar est une péninsule dans le golfe Persique et ne fait qu'un quart de la taille de la Suisse. A peine 20 000 personnes y vivaient après la Seconde Guerre mondiale. La plupart étaient analphabètes. Aujourd'hui, on compte 200 000 Qataris, et 1,8 million de travailleurs étrangers. Sous le sable se cache beaucoup de

«Je ne serais pas ici si Al Jazeera n'était pas neutre»

Adrian Finighan, présentateur d'Al Jazeera English

pétrole, et les fonds marins abritent de grandes quantités de gaz naturel. L'Etat a investi plus de 100 milliards de dollars à l'étranger, par exemple dans Volkswagen, dans l'aéroport d'Heathrow à Londres et dans le Credit Suisse.

Le montant des subventions accordées à Al Jazeera reste un secret bien gardé. Est-ce celui qui paie qui commande? Finighan précise: «Je ne serais pas ici si Al Jazeera n'était pas neutre. Je tiens à ma réputation.»

L'argent qui coule a ses bons et ses mauvais côtés. «En tant que journaliste, on apprécie de ne pas avoir à générer des bénéfices, confie-t-il. Mais le fait de ne pas avoir à faire de l'audimat peut aussi s'avérer dangereux: les changements nécessaires arrivent parfois trop tard.» La chaîne doit changer



DOMO-auteur Peter Hossli visité Al Jazeera à Doha.



Le bâtiment d'Al Jazeera Arabic abrite un petit musée. Parmi les objets exposés, la veste de Tareq Ayoub, reporter d'Al Jazeera. Il a été tué en avril 2003 à Bagdad par des bombes américaines. On y trouve aussi les premières calligraphies du logo de la chaîne ainsi que de vieux micros et caméras.

d'image pour paraître plus jeune. Le studio est tout à coup trop grand. D'autant que de plus en plus de personnes regardent les émissions sur leurs smartphones. «Sur l'iPhone, le présentateur est à peine visible.»

C'est ce que devra changer Ramzan Al Naimi, le directeur du département visuel. Il raconte que «l'année 2014 sera une année créative pour Al Jazeera». Al Naimi, 33 ans, travaille dans l'un des rares bureaux lumineux. Il porte une dishdasha et réarrange à plusieurs reprises sa coiffe. Sur le bureau se trouve un écran Apple. Les murs sont ornés de portraits de Steve Jobs, Einstein et Matisse.

Le Qatarien travaille depuis quatorze ans pour Al Jazeera, après avoir fait des études au Caire. Au début, il était derrière le téléprompteur. Aujourd'hui, il est responsable de 140 personnes, qui viennent de Hongrie, du Royaume-Uni, des Etats-Unis, de Singapour, de Malaisie et de Palestine. Une graphiste est originaire du Soudan. «Beaucoup de designers ont été autrefois journalistes, raconte-t-il. Ils s'y connaissent en matière d'info.» Ils développent et affinent l'image d'Al Jazeera, sont

◀ Le Qatarien Ramzan Al Naimi dirige le département visuel d'Al Jazeera. Sa tâche consiste à unifier l'image de l'ensemble des chaînes.



responsables des titres, sélectionnent les photos, déterminent les tenues des présentateurs et s'occupent du maquillage et des coiffures.

Al Jazeera English et Al Jazeera Arabic affichent encore des images distinctes. Mais maintenant, Al Naimi entend de les fusionner pour les adapter à l'image d'Al Jazeera America. «Le design doit être clair, impeccable et simple.» Son modèle? Apple.

La conférence de midi touche à sa fin. On termine par le sport. «Je m'intéresse à la qualification de la France pour la Coupe du monde, explique Van Meek, directeur de l'information. Une élimination de la France ferait chez nous les gros titres.» Il rit. Le plaisir sera pour une autre fois. La France gagne et ira à la Coupe du monde. Al Jazeera ne fait que donner le résultat. ☺

Des reportages sur l'Afrique

Azad Essa, 31 ans, travaille depuis trois ans pour Al Jazeera. Il a grandi en Afrique du Sud.



Azad Essa écrit pour le site internet en langue anglaise. Il est originaire de Durban, porte un jour des jeans et un chandail, et le lendemain un caftan, un vêtement qui tombe jusqu'aux chevilles.

Ce journaliste ne pouvait pas s'exprimer dans son pays natal. «Tout le monde me demandait sans cesse les mêmes histoires, ça a fini par me lasser.»

Essa voulait aller plus loin, faire de l'info en profondeur et élargir ses horizons. Il a lancé son propre blog, alliant journalisme et sociologie. Ses textes ont eu du succès. Un éditeur les a publiés dans un livre. C'est à ce moment même qu'il a postulé chez Al Jazeera, et obtenu un emploi.

Ici, à Doha, il a trouvé une entreprise de médias qui lui permet d'écrire des articles sur toute l'Afrique. «Ils m'envoient là où je souhaite aller.» Il a réalisé des reportages sur les famines en Somalie et au Kenya, couvert la guerre civile au Congo et la campagne électorale au Sénégal. Il a écrit sur une terrible sécheresse en Namibie: «Personne, à par moi, ne s'y intéressait.»

Assis en face d'un ordinateur au deuxième étage de la rédaction d'Al Jazeera à Doha, il est en train de former une Canadienne et un Canadien. Ses autres collègues viennent d'Iran, des Etats-Unis, de Somalie, du Pakistan et d'Inde, d'Angleterre et de Géorgie. C'est un grand avantage, explique Essa: «Chez Al Jazeera, pour chaque événement à couvrir, nous avons une personne originaire du pays, qui le connaît parfaitement bien.» Cela l'aide énormément dans son travail de journaliste. «Cela m'évite d'avoir des a priori erronés, dit Essa. De cette manière, ils sont identifiés avant même qu'Al Jazeera ne puisse les diffuser.»

Pour Essa, Doha est un «lieu étrange, sans culture, où il n'y a que de l'argent et où vouloir s'occuper des problèmes de la société s'avère être une tâche d'envergure.» Il dit y séjourner surtout pour se remettre de ses reportages. «Je fais le plein d'énergie avant de repartir.»

Dans tous les cas, il retournera un jour en Afrique du Sud. «Et cela pour y mettre en œuvre ce que j'ai appris auprès d'Al Jazeera.»

Anitra Egger: «Nous gaspillons notre vie au fil des e-mails»

Voilà une femme qui aime provoquer. Alors que nous vivons dans un monde moderne numérique, Anitra Egger affirme avec fougue que les e-mails nous rendent stupides, malades et finissent par nous appauvrir. Quant à Facebook, il ferait de nous des êtres bêtes, aveugles et ratés. Parole d'ancienne journaliste! Elle promet de nous prémunir de la terreur provoquée par les e-mails. Comment? Grâce à une thérapie du numérique. Comment ça marche? En mettant de côté son smartphone et en lisant le texte qui suit.

Interview: René Haenig, photo: Christian Postl

Madame Egger, votre propre site internet indique que vous consultez vos e-mails à 10 heures et à 16 heures. Il est justement 16 heures. Ne devriez-vous pas être en train de les lire?

Anita Egger: Il ne faut pas tout prendre au pied de la lettre. Je viens de terminer une tournée de conférences qui a duré toute une semaine. Les trois jours qui ont suivi m'ont permis de répondre à toutes les demandes. Je répondrai demain aux nouveaux e-mails. On ne doit pas non plus en faire un principe. Les «horaires d'ouverture» ne signifient pas que je réponds immédiatement: ce qui n'est pas important ou urgent peut attendre, c'est le cas de 95% des e-mails. Et quand c'est important ou urgent, je réponds par téléphone. L'expérience m'a appris qu'un appel téléphonique épargne une série d'e-mails inutiles.

Avant notre entretien, nous n'avons envoyé chacun qu'un seul e-mail. Est-ce habituel ou non?

Pour moi, c'est devenu une pratique courante. Mon site web, mes livres et ma façon de communiquer ont contribué à redéfinir mes attentes en matière de communication: ce qui prime, c'est le bon sens et l'estime pour les autres et non la technique pour la technique. Tout le monde peut ainsi mettre un terme à ce flot d'e-mails.

Et comment fait-on?

Je vous donne un exemple: je ne reçois maintenant plus que des e-mails avec des champs «objet» édifiants. Beaucoup d'expéditeurs trouvent malin d'écrire des titres qui attirent l'attention. Ils pourraient faire d'excellentes manchettes d'un tabloïd.

Vous vous définissez comme une «thérapeute du numérique». Qu'est-ce que cela veut dire au juste?

Aujourd'hui, les gens souffrent de maladies modernes: on rencontre des drogués du téléphone, des cas d'incontinence dus

à Facebook, le syndrome du surfeur à la dérive ou la folie des e-mails. Comment me définir si j'arrive à aider les gens à se débarrasser de leur maladie de vouloir communiquer à tout prix? C'est au moment où je me suis lancée comme indépendante que j'ai eu l'idée de devenir «thérapeute du numérique». Grâce à mes livres, cette appellation s'est peu à peu généralisée et les gens ont compris mon intention: un clin d'œil humoristique.

Vous mettez en garde contre le risque de distraction généré par le numérique. Pour quelle raison?

Parce que cela perturbe énormément notre capacité à nous concentrer. Aujourd'hui, ce sont les techniques de communication qui nous dictent le plus souvent la manière dont nous devons nous en servir. Puisque nous sommes en mesure d'envoyer un e-mail en quelques nanosecondes, nous croyons devoir y répondre dans les mêmes délais. Mais quand la distraction continue se généralise au quotidien, elle empiète sur notre vie, notre temps de travail et notre capacité à nous concentrer. Les médecins de Harvard appellent cela Attention Deficit Trait et ils pensent qu'un manager sur deux en est atteint.

Pour quelle raison?

Nous ne prenons par exemple pas le temps de configurer nos e-mails de manière à répondre à nos besoins. Cette sollicitation permanente et le contrôle incessant des e-mails (qu'on regarde rapidement à chaque message sonore) entraîne une distraction continue. Mais le «rapidement» consomme souvent beaucoup trop de temps.

C'est pourtant ce que tout le monde fait.

C'est ça qui est dingue. Nous, les humains, nous réagissons comme des maniaques à ces stimuli de distraction et notre cerveau finit par développer une dépendance à la dopamine et à l'adrénaline qui accompagnent ces moments. Et cela fonctionne de la même manière avec les pourriels: nous les vérifions immédiatement.

Quel est votre antidote?

Il faut désactiver tout ce qui nous avise visuellement ou de manière sonore de l'arrivée d'un mail. Vous vous voyez courir toutes les vingt minutes à la boîte aux lettres? Jamais! Consacrez alors deux à quatre moments de votre journée au traitement de vos messages. En dehors de ces plages, fermez votre messagerie. Vous constaterez que vous n'aurez rien loupé et que vous aurez gagné en productivité.

Je ne peux pas m'empêcher de consulter sans cesse mon smartphone.

Même conseil: éteindre le téléchargement automatique du courrier. Idem pour Facebook, Twitter & Co.: débrancher tous les messages push. Déterminez vous-même vos temps de connexion si vous ne voulez pas devenir un surfeur à la dérive.

Vous écrivez dans votre livre que la distraction numérique crée un énorme préjudice économique.

En effet. Il existe plusieurs recherches à ce sujet. Selon une étude américaine, la distraction sur le lieu de travail causerait à l'économie mondiale 588 milliards de dollars de pertes.

Vous est-il arrivé à vous aussi d'envoyer des e-mails à une heure indue et d'attendre que l'on vous réponde immédiatement?

J'étais une vraie fana des e-mails et une droguée de l'information comme vous n'en avez jamais connue. Je passais mon temps à faire des listes de choses à faire le samedi soir et j'étais constamment en ligne. La qualité de vie en souffre. Parmi mes collègues, il y a maintenant presque plus de cas de burn-out que de familles avec enfants.

Vous avez fait des déclarations intéressantes au sujet du raccourcissement de notre durée de vie.

J'ai calculé que mon temps passé sur l'internet représentait en tout quatre ans de ma vie. Un jeune d'aujourd'hui aura, à l'âge de 75 ans, passé huit mois de sa vie rien qu'à supprimer les pourriels. Et ceux qui passent deux heures par jour sur Facebook et Twitter auront perdu six années. ☹

AU SUJET DE Anitra Egger

Anitra Egger est née à Karlsruhe en 1973. C'est dans sa ville natale que l'Allemande reçoit son tout premier e-mail - envoyé de Cambridge, dans l'Etat du Massachusetts -, elle a alors 11 ans. Elle a des origines suisses, vit depuis 2001 à Vienne et a été élue première «femme à haut potentiel» d'Autriche en 2010 dans la catégorie Publicité et relations publiques. Avant de se mettre à son compte, elle a été journaliste, start-up manager et directrice d'édition en ligne. Aujourd'hui, âgée de 40 ans, elle conseille les plus grandes entreprises, telles que Procter & Gamble, Daimler, Tchibo ou L'Oréal. En privé, elle aime: sa baignoire avec vue sur le ciel et les polars de Michael Robotham. Elle déteste: publier son statut relationnel sur Facebook. «Ça ne crée que des ennuis.»



Bonne nuit, ici nous commençons à travailler!

De plus en plus d'agences, de journaux et de portails de news ouvrent des bureaux à l'autre bout du monde. De cette manière, le travail de nuit se transforme pour les journalistes en travail de jour. Quant aux lecteurs, ils reçoivent les nouvelles les plus fraîches 24 heures sur 24.

Texte: René Haenig. Photos: Plaetary Visions/Science Photo Library/Keystone, 20min.ch, Handout

Aminuit, que ce soit à Paris, à Berlin, à Munich, à Zurich ou à Genève, les lumières et les ordinateurs sont éteints dans les rédactions. C'est à ce moment qu'à l'autre bout du monde, les rédacteurs de news des portails online «lemonde.fr», «bild.de» ou «20min.ch» se réveillent, allument leur laptop, prennent leur premier

café et passent les nouvelles en revue. C'est le début du travail de nuit qui - qu'il se passe à Hong Kong, à Sydney, à Séoul ou à Los Angeles - devient du travail de jour. Bienvenue dans le monde des news 24 heures sur 24!

Manuel Jakob, 34 ans, rédacteur au portail de news suisse «20min.ch» a bouclé sa valise fin novembre et s'est envolé pour Hong Kong. Un trajet de 9302 kilomètres, 11 heures 45 de voyage, un décalage horaire de 7 heures. Pendant six semaines, la Suisse change de place de travail. Plutôt que de trimer dans la newsroom de la Werdstrasse à Zurich, il alimente le site online dans un appartement d'une pièce au vingtième étage d'une tour de la Hollywood Road, sur Hong Kong Island. Il est volontaire. «C'est une expérience épitante», dit-il. «20min.ch» fait partie des pre-

miers qui, il y a plus de deux ans, ont installé leur service de nuit à l'autre bout de la planète. La raison en est simple: le fait que les gens dorment en Suisse ne signifie pas que le reste du monde fait de même. Par ailleurs, de plus en plus de lecteurs consultent les news sur leur smartphone ou leur tablette également la nuit ou tôt le matin, cela dans le monde entier.

Le quotidien français Le Monde a aussi tenté l'expérience: «Avec la forte augmentation de l'utilisation des smartphones, la consultation nocturne de notre édition online a explosé», affirme le chef du online Alexis Delcambre. Les Parisiens se sont décidés au début de 2013 à envoyer pendant six mois deux de leurs 75 collaborateurs à Sydney et à Séoul.

Le service de Manuel Jakob commence à 6 heures, de Hong Kong, et se termine à 13 heures. Pendant ce temps, il a notamment sous les yeux les livraisons des lecteurs-reporters de 20minuten. «Chez nous, ces inputs sont très importants», dit Jakob. Si un lecteur envoie des images d'un incendie spectaculaire, le journaliste le relance quelques minutes plus tard pour avoir des informations complémentaires nécessaires à la rédaction d'un article. «Il est quasiment impossible d'avoir des informations de la police ou des pompiers pendant la nuit.»

En mars de cette année, le journal allemand Die Welt a fait un test avec un rédacteur en Australie. Bilan: les articles étaient de meilleure qualité, selon le rédacteur en chef Jan-Eric Peters. Il tient pour nettement plus efficace de travailler dans le frémissement du jour

que seul dans un bureau en Allemagne. A cela s'ajoute le fait que Die Welt a localisé son bureau de Sydney auprès de l'Australian Associated Press (AAP), agence avec laquelle le journal coopère quoi qu'il arrive. De cette manière, les Allemands peuvent avoir des échanges directs avec leurs collègues australiens. Depuis septembre, selon un système de rotation, les journalistes déménagent de leur bureau berlinois à Sydney pour une durée de six semaines.

L'Agence télégraphique suisse (ATS) pratique également la délocalisation. Dès janvier 2014, quatre de ses journalistes vont s'installer dans la newsroom de l'AAP pour une durée de quatre ans. Ils côtoieront leurs collègues de l'agence danoise Ritzau. Déjà pour la période pionnière, le rédacteur en chef de l'ATS Bernard Maissen a misé sur un engagement de longue durée. Il espère donner ainsi de la stabilité à son service de nuit. Dans un cas, cela a même magnifiquement réussi à un journaliste: «Il s'est marié à une Australienne et vit depuis lors une relation à distance avec elle.»

De Hong Kong, le rédacteur de news Manuel Jakob veillera jusqu'à mi-janvier à ce que les lecteurs de «20min.ch» puissent lire avant 6 heures les nouvelles de la nuit en provenance de Suisse et de l'étranger. Le service de nuit à l'étranger a fait ses preuves. En décembre 2011 à l'aube, les Suisses n'ont pas seulement appris la mort de Kim Jong-il. Ils ont aussi pu lire un portrait du chef d'Etat nord-coréen ainsi que des informations complémentaires. Tout ça grâce au rédacteur de nuit de 20minuten à Hong Kong. 🌐

▲ Ainsi vivent certains «rédacteurs de nuit»: ici, le bureau de «20minuten» occupé par Manuel Jakob au vingtième étage d'une tour de Hollywood Road, sur Hong Kong Island. C'est aussi son logement.

Ringier s'y met dans un esprit de start-up



Nouvelle année, rédaction décentralisée ensoleillée, vent frais. Dès janvier 2014, «Blick» émettra depuis la Californie.

Comme les autres éditeurs, il veut bénéficier du décalage horaire pour délivrer des nouvelles en temps réel. Mais pas seulement. «Nous voulons être au cœur du monde numérique», dit Florian Fels, CEO de Ringier Publishing.

Blick se tourne vers l'ouest. Pourquoi s'installer dans la Silicon Valley?

Florian Fels: Parce que le cœur du monde numérique bat dans l'ouest des Etats-Unis. Des entreprises comme Facebook, Google ou Apple y sont. Il y règne aujourd'hui comme hier un esprit pionnier. On y est ouvert avec les informations. Il y naît des trends mondiaux qui atteignent tôt ou tard la Suisse. Nos journalistes doivent ramener cet esprit à Zurich.

Pour des raisons de décalage horaire, l'Asie, ou l'Australie, serait préférable pour une rédaction online 24 heures sur 24.

C'est vrai. Mais pour notre monde occidental, l'avenir numérique se joue en Amérique et nous voulons en profiter.

Comment exactement?

Nos journalistes devront assister live aux nouvelles présentations d'Apple, écrire des articles directement depuis le campus de Google, visiter des salons de start-up ou bloguer dans la cantine de Facebook. Mais bien sûr, il s'agira avant tout d'alimenter le portail online de Blick.

Qui pourra aller en Californie?

Nous aimerions que le plus grand nombre possible de journalistes puissent profiter de cette occasion. En principe, les rédacteurs de toutes les rubriques - sport, people, style de vie... - pourront être de la partie. Comme les news sont notre principale rubrique, des journalistes de là-bas sont sur le point de venir ici. Il est important que des collègues des Etats-Unis puissent servir de notre système online CMS.

Où en sont les préparatifs?

L'infrastructure est en train d'être préparée: locations d'espaces, lignes internet et tout ce qui est nécessaire pour le bon fonctionnement d'un bureau. De plus, il faut s'occuper des visas des journalistes et, last but not least, il faut évaluer si cela fait sens de fournir une voiture sur place.



Les photos Ringier du trimestre

Ces quatre photos de Chine, du Vietnam et de Suisse sont de véritables œuvres d'art. Leur réalisation a nécessité de l'inspiration, une bonne dose de patience et un savoir-faire éprouvé.

VALENTIN JECK Photographe
SUSANNE MÄRKI Rédaction photo

1 Des bijoux précieux, des voleurs astucieux, de fins limiers. Inspiré par une maquette de train, cela fait déjà plusieurs années que Valentin Jeck, 47 ans, rêvait de réaliser cette présentation de bijoux publiée dans le magazine de mode suisse **SI Style**. «Certaines idées demandent parfois de longues années avant de pouvoir être mises en œuvre», raconte le photographe. Dès sa rencontre avec le rédacteur chargé de la série de photos de joaillerie «La petite nation», il a eu l'idée de travailler avec des modèles réduits. Mais où trouver les différents voleurs, détectives, plongeurs, artistes ou visiteurs de musées miniatures? Jeck a passé des heures sur l'internet et a consulté divers catalogues avant de trouver une entreprise en ex-Allemagne de l'Est, spécialisée dans les accessoires pour maquettes de train. Il a disposé de deux jours pour monter précautionneusement douze scènes au studio photo de Ringier à Zurich. Chaque set a nécessité une bonne heure de mise en place. Les bijoux ont dû être polis et il était indispensable d'utiliser des gants pour ne pas laisser d'empreintes. «Même si ça n'a l'air de rien, je suis rentré totalement épuisé et il m'a fallu un certain temps avant de retrouver mon calme. Dans ma profession, il faut bricoler sans cesse», dit Valentin Jeck, spécialisé dans la photo d'objets de luxe. Le photographe est non seulement demandé chez **SI Style**, mais aussi chez *Vogue* et d'autres revues de luxe sur papier glacé.

RANSOM WINGO Photographe
XIAO QI Rédaction photo

2 Dis-moi ce que tu manges et je te dirai qui tu es. Sur la couverture du

numéro d'octobre de **Shanghai Family**, on voit deux petites filles derrière une table couverte de junk food. Bien que le titre de «Food Fight» sonne comme un slogan pour une alimentation infantile saine, il s'agit en fait de tout autre chose. Si Shanghai mène un combat, ce n'est pas un combat contre la malbouffe. Non, les restaurateurs se battent pour les clients. Ils cherchent à attirer les familles. C'est ce qui se passe à l'Azul. Ce restaurant n'a pas été choisi juste pour le tournage: c'est l'un des plus branchés du centre de Shanghai. Son propriétaire, Eduardo Vargas, fait tout pour attirer les Chinois et les expatriés. Pourtant, les boulettes de viande, les chips et les sandwiches n'avaient pas l'air de faire grande impression sur ces demoiselles. Ransom Wingo, le photographe, a dû trouver des subterfuges pour que les deux bouts de chou paraissent calmes et ravies: «Pour les garder de bonne humeur, j'ai dû faire toutes sortes de grimaces et de bruits amusants. Il fallait sans cesse trouver quelque chose de nouveau pour éviter qu'elles ne s'ennuient.»

CHRIS BLASER Photographe
SABINE SENN Rédaction photo

3 La nature dans toute sa splendeur! Caché sous le brouillard, on aperçoit le Léman au crépuscule. Au premier plan à droite, le petit village des Avants (VD) et ses lumières formant un T. Le 16 novembre 2013, le photographe Chris Blaser est monté au sommet de la Dent de Jaman qui culmine à 1875 mètres au-dessus de Montreux, avec sur son dos 25 kilos de matériel photo et un thermos rempli de thé chaud. En ce jour d'automne, à 16 h 57 précises, Blaser a atteint le sommet peu avant le coucher du soleil. «Je voulais créer un mélange équilibré de

lumière naturelle et artificielle», explique le photographe. Ce connaisseur de la montagne, souvent dans la nature, avait repéré l'endroit idéal pour faire une photo de stratus. C'est la première de la série «Stratus», publiée dans le magazine romand **L'illustré** dans la rubrique Grand reportage. «Un phénomène météorologique que tout le monde peut observer de chez lui», explique Sabine Senn, la rédactrice photo.

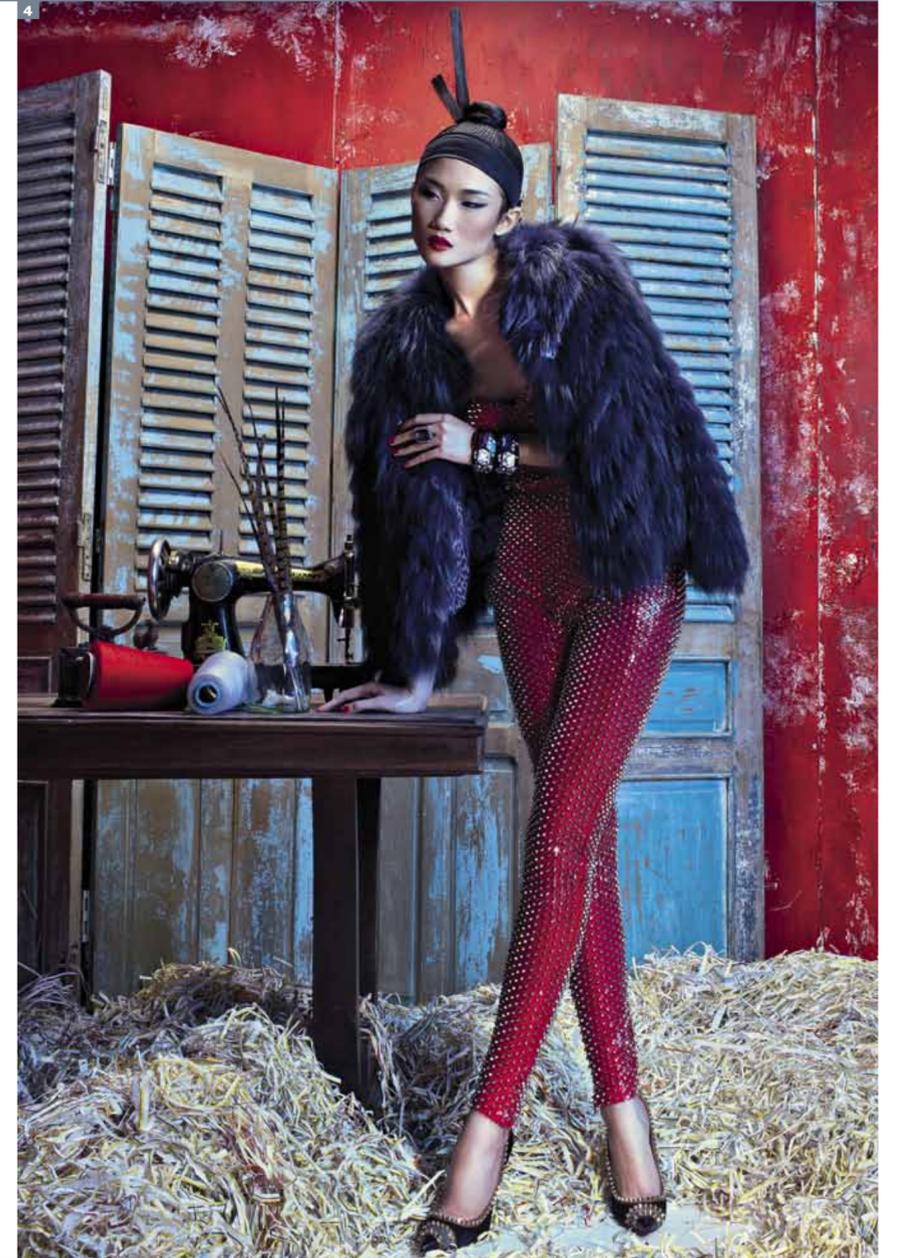
TANG TANG TRAM Y Photographe
Rédaction photo

4 Le magazine de mode **Elle Vietnam** paraît une fois par mois. Chaque numéro publie une série de photos de mode intitulée «Made in Vietnam». Il s'agit pour l'équipe de la rédaction de montrer non seulement la beauté des femmes asiatiques, mais surtout l'originalité des designers locaux, leur côté novateur et branché. Dans l'esprit du créateur tunisien Azzedine Alaïa, qui a déclaré: «Quand je vois de beaux vêtements, je veux les garder, les cultiver. Les vêtements sont comme l'architecture. Ils sont significatifs d'une époque.» Pour la rédactrice photo Tra My, ce catsuit aux épaules découvertes est un véritable accroche-regard: «Lê Thanh Hòa est un jeune créateur de mode prometteur qui habille souvent les célébrités pour des événements people.» Le mannequin, Kha My Van, n'est pas totalement inconnu au Vietnam. Cette jeune femme de 23 ans a été découverte lors du Vietnam's Next Top Model 2012. Ce set photo révèle tout l'amour du détail recherché par l'équipe de «Made in Vietnam», une rubrique très appréciée par les lectrices. Pour les besoins de la cause, on n'a pas hésité à dépenser la moitié du budget de la production rien que pour créer le cadre.

Dans cette rubrique, DOMO présente régulièrement les meilleures photos réalisées pour des publications de Ringier durant le dernier trimestre.



EN POINT DE MIRE



Dans cette rubrique, DOMO présente régulièrement les meilleures photos réalisées pour des publications de Ringier durant le dernier trimestre.

Le maître du dernier mot

La rubrique nécrologique – les fameuses «Obituaries» – du «New York Times» («NYT») sont légendaires. Si partout dans le monde, les lecteurs les consultent assidûment, les New-Yorkais sont carrément accros aux nécros, aux «Obits». **William McDonald** est l'homme qui décide quels sont les gens dont la vie mérite d'être racontée dans le «NYT». Pour lui, quand quelqu'un meurt, l'histoire ne fait que commencer.

Texte: Bettina Bono. Photos: Karin Kohlberg

Le meilleur moment pour mourir? Difficile à dire... Le meilleur moment pour signaler un décès au New York Times? En semaine, entre dix et douze. C'est à ce moment-là qu'on a le plus de chances de «placer» une nécrologie parmi les trois qui paraîtront le lendemain dans le quotidien le plus influent du monde. Ou tout du moins d'atteindre le rédacteur qui décidera qui a eu une vie assez poignante pour mériter d'être racontée dans la Dame grise. William McDonald, 60 ans, chef de la rubrique nécrologique de la rédaction du NYT, ne choisit pas que des personnalités: «Qui dans sa vie a changé le monde?

Qui peut se vanter d'actes mémorables? Ce ne sont pas forcément que des gens connus.» Chaque jour, il reçoit en moyenne douze demandes de parution. Le plus souvent, on le contacte par téléphone. Il mène d'intenses discussions avec les survivants, les managers des stars de Hollywood et les journalistes. «Il y a des tas de gens sur lesquels on pourrait écrire bon nombre de choses – un homme qui a passé quarante ans à cirer des chaussures a acquis une grande expérience de la nature humaine. Mais c'est un cliché qui existe dans toutes les grandes villes.» Le refus d'une publi-

Le siège du «New York Times» est situé à Midtown Manhattan. Le fameux «New York Times Building», conçu par le célèbre architecte Renzo Piano, compte 52 étages. C'est ici que travaille William McDonald, directeur de la rédaction des rubriques nécrologiques.

cation suscite souvent de l'incompréhension et de la colère chez les demandeurs. William McDonald reste calme, parle lentement, répète inlassablement ce qu'il vient de dire. Il se fie à son jugement. «Ce n'est pas évident de dire qu'une vie ne répond pas à nos normes, n'était pas aussi précieuse qu'une autre.» On ne peut pas toujours mâcher ses mots. «Un «non» est difficile à digérer.» William McDonald a commencé sa carrière de journaliste dans le Connecticut en tant que reporter dans un journal local. Depuis plus de vingt-cinq ans, il travaille pour le New York Times. Il a été directeur ▶

► de rédaction des news, a dirigé le département Art, loisirs et culture, s'est lancé dans le journalisme d'investigation et fait aussi partie de l'équipe ayant remporté le prix Pulitzer du reportage national en 2000 avec la série *How Race is lived in America*. Six auteurs travaillent à la rubrique nécrologique. Tous sont des journalistes expérimentés venant d'horizons différents: un critique d'art, un expert scientifique spécialiste des lauréats du prix Nobel, un ancien critique de théâtre, un journaliste sportif, un spécialiste de musique classique et une linguiste. «Nous couvrons de larges domaines. Nos journalistes savent ce qui est important. Ce sont des gens cultivés qui s'y connaissent en histoire, ont vu pas mal de films et sont au courant de la politique.» Savoir ce que les autres ne savent pas est un prérequis dans ce domaine. Quand il voit que dans d'autres journaux de jeunes journalistes font leurs armes à la rubrique nécrologique, cela le fait sourire. «Bien sûr, c'est un bon exercice d'écriture. Mais vous devez être spécialement calé, et avoir du vécu.»

Le fait de penser que l'on imagine que les auteurs de cette rubrique sont des adeptes du morbide est un cliché qui ne déplaît pas à l'équipe de William McDonald. Ceux qui accèdent au bureau du boss situé dans l'un des trois étages de la rédaction du NYT passent devant un reliquaire chargé de crânes, cercueils et momies. Quand William McDonald a repris l'équipe en février 2006, beaucoup ont pensé que c'était là une drôle de manière de gagner sa vie. «Aujourd'hui, la plu-

part des gens reconnaissent que c'est un super boulot. Le meilleur job du journalisme! Pour moi, en tout cas.»

Les sports et les Obits sont les deux rubriques les plus lues du *New York Times*. George Bernard Shaw, lauréat du prix Nobel et titulaire d'un oscar, a dit une fois: «On regarde d'abord les nécrologies pour s'assurer que l'on n'y figure pas.» Le fait que ces textes soignés aient conquis un large public depuis des années est davantage dû à la fascination pour la vie des autres qu'à la peur de sa propre mort. «Les gens aiment les potins, ils sont friands de biographies. Nos lecteurs savent que lorsque le *New York Times* publie un article sur quelqu'un, c'est qu'il y a forcément quelque chose de passionnant à raconter.» Et pour William McDonald, les histoires doivent être racontées dans leur intégralité. «Cela semble banal, mais elles ont un début et une fin. Même si la fin est généralement racontée au début.» Dans les 800 à 1500 mots qui constituent l'article, pas de place pour les banalités. «Nous évitons les lieux communs. Les auteurs redonnent vie aux disparus à travers des citations frappantes. Les textes sont alimentés de contenus historiques et contiennent des détails croustillants sur la vie du défunt. Nous mentionnons les faiblesses si elles ont une importance particulière, sans jamais toutefois porter atteinte à la personne», explique McDonald. Nous voulons faire un portrait le plus fidèle possible en évoquant les divorces, l'âge véritable des défunts, leur(s) ex, mais aussi leur suicide, si suicide il y a. Il y a des exigences journalistiques à respec-



▲ Ils sont considérés comme de drôles d'oiseaux, les éditeurs de la rubrique nécrologique du «New York Times». Ils n'hésitent pas à renforcer leur réputation morbide avec des têtes de morts et des momies qui vous saluent à l'entrée de la rédaction.

ter, même si celles-ci ne font pas toujours plaisir aux survivants. A une époque où il est tous les jours question de la Syrie, de Bruxelles ou de Washington, la rubrique nécrologique apporte un contraste rafraîchissant. Une particularité du *New York Times* est de fournir des vidéos qui redonnent vie aux défunts. Vous trouvez ça macabre? «Au moins, c'est l'intéressé lui-même qui a le dernier mot. Et cela nous évite d'avoir recours aux citations des survivants.»



▲ Depuis février 2006, William McDonald dirige la rédaction de la rubrique nécrologique du «NYT». Bettina Bono, rédactrice en chef de DOMO, lui a rendu visite. Il n'a pas écrit sa propre nécrologie. Qu'elle est celle qu'il aimerait écrire à tout prix? Celle d'un membre du groupe de rock The Band, ses idoles de jeunesse.

Depuis six ans, le NYT enregistre des interviews de personnalités dignes de figurer dans la rubrique nécrologique et les publie à leur mort comme documentaire sur son site, dans une rubrique intitulée *The last Word*. L'auteur et humoriste Art Buchwald fut le premier à nous saluer de l'au-delà à travers sa vidéo: «Salut, je suis Art Buchwald et je suis mort.» Mais les auteurs d'Obits meurent parfois aussi avant d'avoir pu publier les nécrologies qu'ils ont écrites. C'est exactement ce qui s'est passé avec Elizabeth Taylor. La légende de Hollywood a survécu à l'ablation d'une tumeur du cerveau, à un cancer de la peau, au remplacement de sa hanche - et au critique de théâtre Mel Gussow. Le NYT a terminé la nécrologie en rajoutant «Mel Gussow est décédé en 2005. William McDonald, William Grimes et Daniel E. Slotnik se sont chargés d'actualiser le texte.» Mille cinq cents nécrologies sont déjà rédigées, on en compte 200 de plus chaque année. Dans une dizaine de cas, les auteurs sont déjà décédés. William McDonald: «Nous encourageons les journalistes à écrire les nécrologies à l'avance et à parler aux gens avant qu'il ne soit trop tard. Mais la plupart refusent de se prêter au jeu»; bien qu'A. M. Rosenthal, ancien rédacteur en chef du NYT, ait écrit un jour: «Quitte à mourir, mieux vaut mourir dans le Times.»

Chaque interview est soumise à un embargo, jusqu'à la mort. Les textes sont tellement tenus secrets que seuls les rédacteurs de la rubrique nécrologique y ont accès. Il serait trop tentant d'utiliser une citation qui révélerait un aspect inédit de la personne. D'ailleurs il n'y a pas de relecture - personne ne sait ce qu'on écrira sur lui après sa mort dans la rubrique nécrologique du NYT. Les noms qui se trouvent parmi les «joyaux de la couronne du Times» (c'est ainsi que Richard F. Shepard, directeur de la rubrique nécrologique en 1986, a appelé les nécrologies déjà rédigées) relèvent du secret commercial. Une chose est certaine: 90% des nécrologies qui apparaissent sur la première page du NYT ont été rédigées avant la mort du «méritant». Et pourtant, William McDonald revit à chaque fois le même cauchemar lorsqu'il est assis avec sa femme le samedi soir au restaurant et qu'il voit s'afficher le numéro de la rédaction sur son portable. A la mort de Michael Jackson, la nécrologie du roi de la pop avait nécessité la formation express d'une équipe de sept rédacteurs en chef répartis sur la côte est et ouest. «Une règle de base est de ne jamais se demander pourquoi l'on n'a pas rédigé telle ou telle nécrologie.» Même s'il est impossible de prédire la mort, les rédacteurs de rubrique

nécrologique cherchent toujours à être informés des bruits de couloirs... des hôpitaux, pour être au courant de l'état de santé de Monsieur X ou du fait que Y suit un traitement depuis pas mal de temps déjà. C'est comme ça que William McDonald a découvert le cas Huguette Clark. La fille cadette d'un riche américain, à la fois sénateur et industriel, possédait des centaines de millions et de magnifiques propriétés sur la côte ouest, ainsi qu'un superbe appartement à Manhattan. Elle a vécu une vie de luxe quoique retirée du monde, et a choisi de passer ses dernières années dans un hôpital. Elle est morte à 104 ans. A cette occasion, le NYT a publié sa nécrologie écrite à l'avance sur la page de titre. Personne n'avait jamais écrit quoi que ce soit à son sujet. Sa vie de luxe à l'écart du monde a suscité un grand intérêt, et à partir de ce moment, on n'a pas cessé de parler de la vie d'Huguette Clark. «C'est exactement ce que nous recherchons. Nous avons découvert quelqu'un de fascinant.» Avoir le dernier mot est lourd à porter. Mais c'est justement ce qui fait que William McDonald aime son travail: «De tous les métiers que j'ai pu exercer jusque-là, c'est sans nul doute le plus intéressant. Il s'agit d'histoires et d'écriture.» Et cela sous sa forme la plus essentielle. ☘



La rédaction de la rubrique nécrologique est située au milieu de la salle de rédaction. Avec celle des sports, c'est la rubrique la plus lue du «New York Times».



Disponible également sous forme de livre: une sélection des nécrologies les plus populaires du «New York Times». Deux volumes sont disponibles à ce jour.

Quand la photographie ne suffit plus



Depuis que les journaux et les magazines ont passé au numérique, la déception est grande: visionné sur une tablette, un PDF paraît terne et semble manquer totalement d'inspiration. Mais qu'en est-il quand le photographe se transforme en cameraman pour raconter une histoire? La star des photographes suisses, **Marco Grob**, appelle ça «The End of Silence» – la fin du silence.

Texte: Bettina Bono. Photos: Marco Grob, Tara Rice

Le multimédia. Ce mot a fait son apparition dans le dictionnaire Duden en 1973. Mais pour de nombreuses rédactions papier, quarante ans plus tard, cela reste toujours une terra incognita. Un homme s'y est aventuré pour la première fois il y a deux ans, et il a décroché un Emmy: il s'agit du photographe Marco Grob. Il a été honoré pour son projet Beyond 9/11: Portraits of Resilience, dans la catégorie Nouvelles approches en matière de diffusion de l'actualité et des documentaires. Le projet a été commandé par le Time Magazine à l'occasion du 10e anniversaire des attentats du 11 septembre. Pour cette édition spéciale, Marco Grob a montré des gens qui ont été touchés de différentes façons par cet événement – des mères qui ont perdu leurs enfants, des officiers, des soldats, le président George W. Bush, l'ancien directeur de la CIA et beaucoup d'autres.

Depuis 2011, la plupart des grands projets du photographe suisse, réalisés avec son équipe pour le Time

Magazine ou le National Geographic, sont multimédias. Comme One Dream, la Time Story publiée à l'occasion du 50e anniversaire du célèbre «I have a dream» de Martin Luther King Jr. Le photographe y associe des portraits de contemporains, des documents filmés ainsi que des interviews qu'il a lui-même produits et réalisés. C'est là bien plus qu'un simple making of. Les interviews filmées constituent la base du documentaire. Elles fournissent les thèmes qui seront repris par les auteurs dans les différents articles. Ces documents filmés ont servi de base à l'élaboration du livre Beyond 9/11, mais aussi à une série TV, à une iPad issue, à un site web et à trois expositions. «Nous avons couvert tout ce que nous étions en mesure de couvrir, explique Marco Grob. C'aura été sans aucun doute le travail le plus important de toute ma vie. Au début, tout était muet, puis le son a envahi l'espace. Cette expérience a tout changé pour moi.» Pour le Time aussi. En août, le photographe et le



Marco Grob est né en 1965 à Olten. Il vit à New York et a photographié les plus grands. De prestigieux magazines américains comme «Time», «GQ», «Esquire» figurent parmi ses clients, ainsi que de grands studios de Hollywood ou même l'ONU. Il a photographié Barack Obama, Hillary et Bill Clinton, Steve Jobs et Lady Gaga.

magazine ont fondé Red Border Films, une plateforme de films en ligne ayant pour objectif la publication mensuelle d'un documentaire filmé de dix à quinze minutes, créé à l'occasion d'un reportage photo, auquel on peut ajouter un générique publicitaire.

Le fait que des photographes se transforment en caméramans n'est pas chose nouvelle. Herb Ritts a tourné dans les années 80 le clip vidéo de la chanson Wicked Game de Chris Isaak et Bruce Weber, et fait le portrait du trompettiste de jazz Chet Baker dans Let's Get Lost. Pourtant, un bon photographe ne fait pas forcément un bon cinéaste. «J'ai fait ma première expérience film il y a vingt ans, se souvient Marco Grob. Au début, ce n'était que pour m'amuser, aujourd'hui je fais ça professionnellement.» Même quand on travaille avec le rythme et l'image, il faut savoir raconter des histoires. «Faire une interview filmée de Dick Cheney est bien plus intéressant pour moi que créer une composition photo avec des mannequins brésiliens. Ecouter et répondre à la personne interviewée, changer de cadrage quand ça devient passionnant, ça c'est un vrai défi. Mais les magazines doivent être en mesure de savoir quels sont les photographes qu'ils peuvent mettre sur des projets multimédias et pourquoi», explique le photographe. L'avantage de combiner la photographie et le cinéma, c'est qu'ils se complètent sur le plan thématique. L'image animée explique beaucoup de choses, montre l'environnement et nous ouvre de nouvelles perspectives. La photo, au contraire, fonc-

tionne comme une machine à voyager dans le temps, elle fixe l'instant. Marco Grob s'est inspiré de ces deux techniques dans le cadre de son engagement pour le projet anti-mines terrestres de l'ONU: ce film permet d'expliquer l'essentiel de la problématique en seulement trois minutes. On est immédiatement touché par la peur qui se dégage des portraits des intéressés. L'expo photo de l'ONU, prévue pour avril 2014, utilise toutes les possibilités du multimédia, à travers des interviews, des documentaires et des films de cinéma. Que les films de ces œuvres multimédias portent la griffe de leurs auteurs respectifs est quelque chose de primordial. «Je ne me verrais pas livrer un film qui aurait l'air de sortir de la Télévision suisse, affirme Marco Grob. Je préfère que ça ressemble à du Scorsese.» C'est aussi ce que les magazines comme le Time Magazine apprécient. Kira Pollack, directrice de la photographie au Time, explique que «sur le plan esthétique, les photographes produisent une qualité bien supérieure aux caméramans de télévision». Ce travail, si gratifiant et intéressant soit-il, doit aussi répondre à des exigences économiques. C'est bien là l'un des plus grands défis. Il y a un moment où l'on doit se limiter au niveau de l'équipement. Cela nécessite de filmer et de photographier pendant un seul tournage en utilisant les mêmes ressources humaines. Beyond 9/11 a été filmé avec trois caméras, One Dream sur Martin Luther King avec quatre – Marco Grob était derrière chacune d'entre elles: «On ne reçoit pas plus d'argent pour de telles

commandes, qui nécessitent pourtant beaucoup plus de matériel, mais c'est beaucoup plus intéressant.» Les prises sont plus complexes et demandent plus de temps. Et le post-traitement, le montage, doit être pris en charge par le magazine. Richard Stengel, ancien rédacteur en chef au Time Magazine, expliquait en 2011 que «nous faisons nos premiers pas avec ces techniques. Mais nous ne pouvons nous en passer.» Pour un magazine de la taille de L'illustré, par exemple, cela nécessiterait l'embauche d'un monteur à plein temps. «Je suis prêt à parier que d'ici à cinq ans, les rédactions devront embaucher deux rédacteurs multimédias à plein temps», dit Marco Grob.

Souvent, la mise en œuvre multimédia se fait par le photographe lui-même. Mais il ne s'agit pas seulement d'images en mouvement, cela demande également du talent journalistique. Selon Marco Grob, l'équipe photo est le plus souvent la seule à être en contact avec les protagonistes. On s'appuie au début sur un questionnaire préparé par la rédaction. Mais les photographes doivent aussi savoir écouter et poser des questions en conséquence. «Mon travail s'oriente de plus en plus vers le journalisme photographique. C'est pour moi un enrichissement personnel.» Combien de photographes sont prêts à relever ce nouveau défi et à sauter le pas? L'avenir nous le dira. Il est évident que la version tablette d'un magazine doit pouvoir raconter plus de choses que la version papier. «Faire autrement reviendrait à se servir d'une Ferrari pour livrer du lait», sourit Marco Grob. 🌐

▲ **à gauche**: Pour le projet du «Time» «Beyond 9/11: Portraits of Resilience» Marco Grob a notamment photographié George W. Bush. Dans l'interview enregistrée, le 43e président américain, emporté par sa déclaration, livre que son lancer, lors de la World Series avec «ses» Texas Rangers, avait été le moment le plus émouvant de sa carrière.

◀ **Côté droit**: D'autres portraits de la série «Beyond 9/11» (de g. à dr.): Dick Cheney, vice-président américain 2001-2009, et Cindy Sheehan, militante pacifiste. Marco Grob a réalisé pour l'UNMAS (United Nations Mine Action Service) la documentation du projet anti-mines terrestres, un de ses portraits: Pen Narin (à droite), Siem Reap, Cambodge.

Merry Christmas

La carte de Noël 2013 de la maison Ringier a été photographiée par Marco Grob. Le père Noël le plus célèbre de New York a posé pour lui. Le résultat: «The Evolution of Santa!»



Pendant trente minutes, Kris Kringle, 54 ans, mime le père Noël devant l'objectif de Grob. Parfois tendre, parfois sévère et moralisateur. Il a commencé sa carrière il y a vingt-six ans. A cette époque, la barbe de Kringle était encore rousse et il devait la teindre en blanc avec du cirage à chaussure pour ressembler au père Noël. De novembre à fin décembre, il enchaîne les fêtes de Noël, les apparitions dans les centres commerciaux et les traditionnelles visites à domicile. Comme tout bon père Noël, il a déjà sorti de sa manche des anneaux de fiançailles, tenu dans ses bras des nourrissons de quatre jours et offert à une fillette de 15 ans atteinte d'un cancer une dernière apparition. Les deux questions les plus fréquentes que posent les enfants: «Elle est vraie ta barbe?»; quant au «Comment va Rudolph?», il a été remplacé depuis par «Peux-tu s'il te plaît trouver du travail à maman ou papa?» La seule chose qui ne change pas: la poupée Barbie reste le cadeau de Noël préféré des petites filles.



Le magazine des Romands a réussi sa mue



Cela fait plus de nonante ans que **L'illustré** accompagne les Romands dans leur découverte du monde, qu'il les distrait tout en les informant. Il leur propose aujourd'hui une nouvelle formule qui allie parfaitement les fondamentaux du magazine à la modernité et aux changements de l'époque.



L'illustré

- ▶ Hebdomadaire généraliste romand
- ▶ Parution le mercredi
- ▶ Tirage: 81877 exemplaires
- ▶ Rédaction: 35 collaborateurs
- ▶ Le magazine continue de convaincre son marché et compte aujourd'hui 348 000 lecteurs
- ▶ L'image est l'élément central de «L'illustré». Mais le magazine offre aussi à ses lecteurs des enquêtes, de nombreux guides pratiques, de l'émotion et de la réflexion

www.illustre.ch



Une partie de la rédaction de «L'illustré». Journalistes, photographes, graphistes, ils sont heureux de présenter aujourd'hui une nouvelle version du magazine. Au centre de la photo (1) Michel Jeanneret, le rédacteur en chef. Debout, à gauche (2), l'Anglais Martin Dixon, designer de la nouvelle formule.

Le rocker intelligent et le président détesté

Légende du rock, **Lou Reed** est décédé le 27 octobre à l'âge de 71 ans. Lors d'une interview avec le journaliste de Ringier Peter Hossli, il s'était d'abord montré arrogant et la tête ailleurs. Après quelques questions inattendues, il s'est adouci, jusqu'à risquer un compliment.

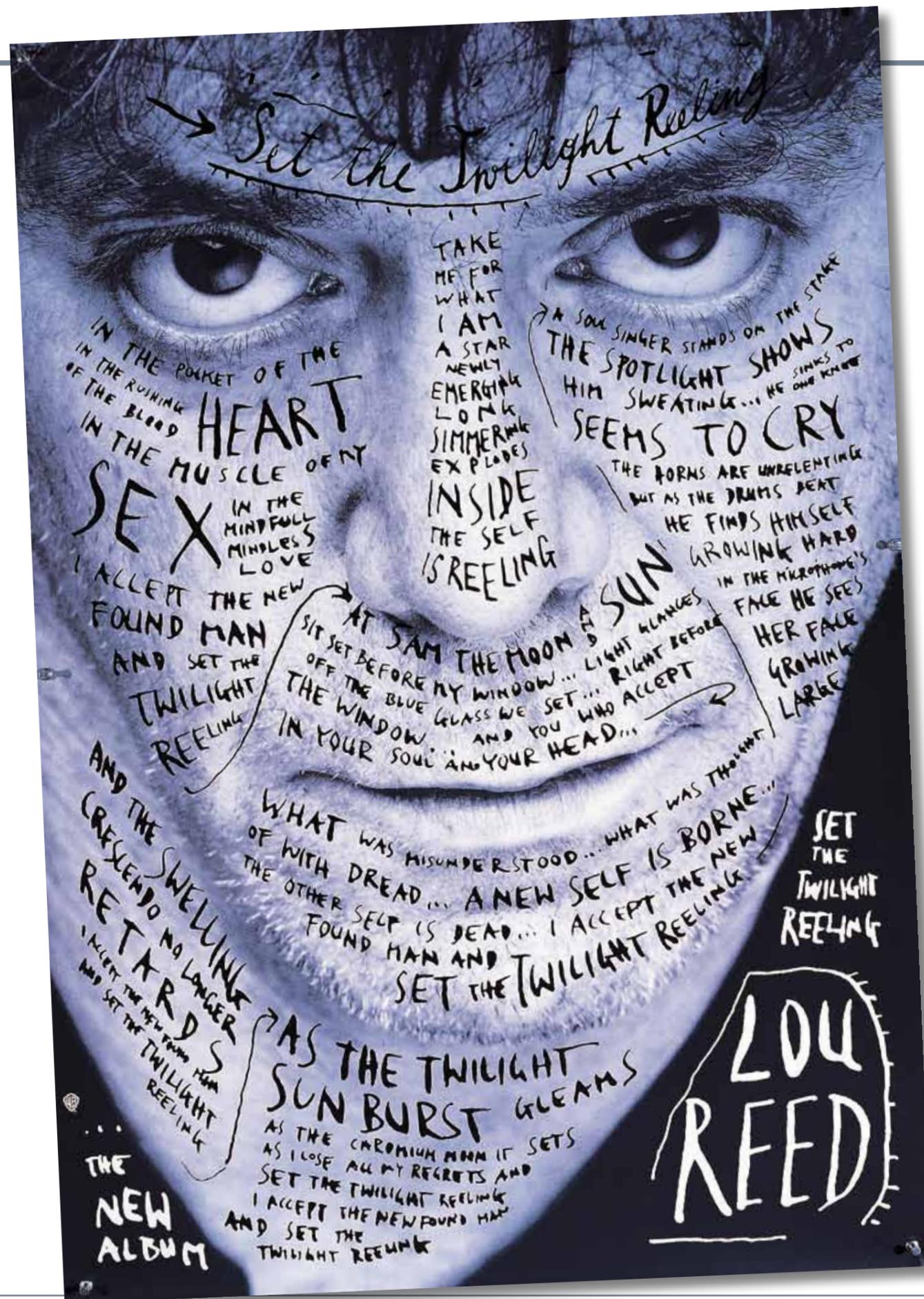
Texte: Peter Hossli

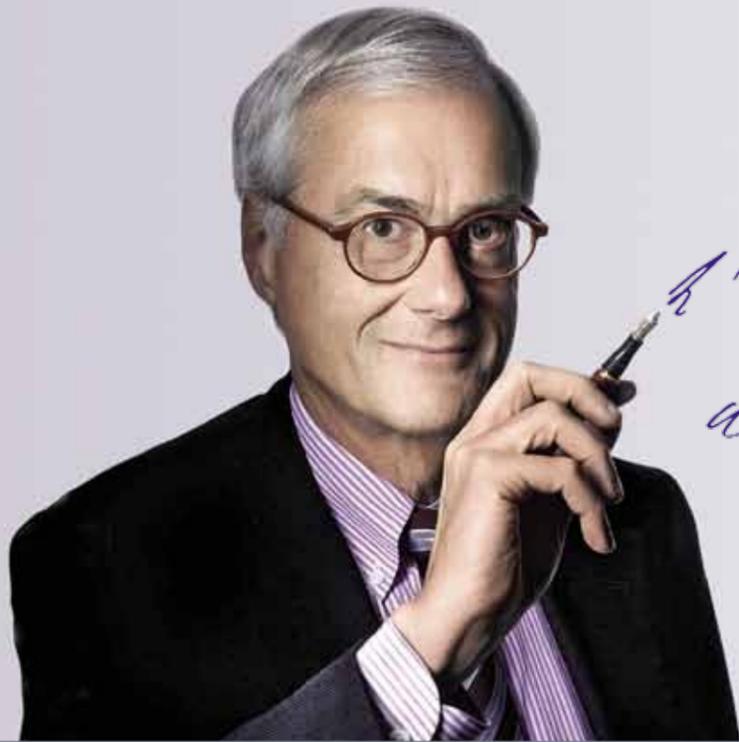
Lou Reed était New-Yorkais et rocker. Et s'il y a une chose que les New-Yorkais comme les rockers doivent à tout prix montrer, c'est qu'ils sont cools. Il arrive à l'interview une demi-heure en retard, ne dit pas bonjour, ne me fait l'honneur d'aucun regard. D'autant plus qu'il a faim, et la faim passe avant. Il fait donc commander un hamburger par son assistante. Ensuite, seulement, il daigne considérer le bureau spartiate, équipé de meubles design. Il est situé en plein Soho, ce quartier de Manhattan autrefois mal famé qui s'est transformé en un centre commercial avec des boutiques chères et beaucoup de mauvais restaurants. C'est le printemps 2004, New York est encore marqué par les attentats terroristes du 11 septembre 2001. L'Amérique est en guerre. Et Lou Reed, qui vient d'avoir 62 ans, sort un nouveau disque. Il en fait la promotion à coups d'interview qu'il donne de mauvaise grâce. Un T-shirt blanc couvre son ventre qui n'est plus très plat, il porte des jeans et des baskets. Ses lunettes sont rondes. Il a un air de professeur. Son téléphone portable sonne. «C'est le vôtre?» demande Lou Reed, visiblement en colère. «Eteignez-le, s'il vous plaît!» Sans s'excuser du reproche infondé, il répond finalement à l'appel, sort de la pièce, revient. «Vous avez exactement trente minutes», dit-il, grognon, en regardant sa montre. Il explique pourquoi il a intégré à son nouvel album live *Animal Serenade* la chanson *The Day John Kennedy was shot*, oubliée depuis longtemps. «A cause de Bush», dit-il, évoquant le

président George W. Bush alors au pouvoir. «La chanson traite d'un président qui a vraiment été blessé. Ce n'est pas le cas aujourd'hui.» Lou Reed parle volontiers de politique et décrit les Etats-Unis de manière pénétrante comme un pays coupé en deux: «L'Amérique a été fondée par des rebelles, puis les puritains sont arrivés.» Il y a toujours, aujourd'hui, 50% de rebelles et 50% de puritains, c'est ainsi que se succèdent les présidents démocrates et républicains. Il espère que Bush ne sera pas réélu l'automne suivant. «Peu m'importe que son adversaire soit un employé de fourrière communale ou cette chaise: nous devons le battre à n'importe quel prix. Putain, il faut qu'il s'en aille!» Pourquoi? «Il donne vraiment l'impression qu'il est prêt à faire sauter le monde.» Toute sa vie, Reed a dit ce qu'il pensait. Beaucoup l'ont admiré pour ça. Mais les musiciens comme lui doivent-ils vraiment parler politique? «John Lennon a dit une fois que ceux qui sont interviewés ont pour devoir d'utiliser cette possibilité, dit Lou Reed. Comme je suis interviewé, je parle de politique. Je suis un citoyen. Un citoyen a le droit d'avoir ses opinions.» Une opinion, en particulier, était à cette époque très importante pour lui: les Etats-Unis devaient quitter l'Irak, «et poursuivre les vrais terroristes». Il ne pouvait pas comprendre pourquoi le prince terroriste Oussama ben Laden était encore en liberté. «Ils veulent nous faire croire qu'un type d'un mètre nonante avec une machine de dialyse reste introuvable? C'est une blague.»

◀ Lou Reed est mort le 27 octobre 2013 dans sa maison de Long Island. Six mois plus tôt, il avait subi une transplantation du foie. A titre de membre du Velvet Underground, Lou Reed est entré dans le Rock and Roll Hall of Fame.

Le rocker est né en 1942 à Brooklyn, il a grandi dans les banlieues de New York, puis il a rencontré John Cale, un musicien doué avec lequel il a fondé, en 1965, le groupe The Velvet Underground. Dans les années 70, il a commencé une carrière en solo, chant et guitare. Sa musique, ont dit les critiques après sa mort en octobre dernier, a toujours été authentique. «C'est la moindre des choses! m'avait dit Reed. Ça fait maintenant trente-cinq ans que je fais ce maudit boulot. Je ne me suis jamais fichu de personne, et ce n'est pas aujourd'hui que je vais commencer.» Il fait une pause. «Comment un artiste pourrait-il ne pas être authentique? L'authenticité, c'est la définition d'un artiste.» Il s'extasie devant New York, la ville qui l'a vu naître, la ville où il a vécu et aimé, la ville à laquelle son album *New York*, paru en 1989, adresse une longue déclaration d'amour. «J'aime New York plus que jamais», disait-il quinze ans plus tard. «Je suis allé récemment à Brooklyn. La traversée du pont de Brooklyn la nuit est l'une des plus belles expériences qu'on puisse faire sur cette Terre. Je continue d'avoir des frissons quand je pense à la beauté de New York.» Les trente minutes sont écoulées, fin de l'interview. Mais Lou Reed est courtois, maintenant, lorsqu'il demande d'arrêter le magnéto. Puis il me fait un des plus beaux compliments que j'aie jamais reçus, qui est aussi un jugement très dur sur notre profession de journaliste: «Je vous remercie d'être venu en étant préparé.» Il me tend la main. Le rocker détaché a de la reconnaissance dans le regard. Il n'a rien contre les journalistes. Mais la plupart de ceux qu'il a rencontrés se sont contentés de poser leur enregistreur sur la table et de lui dire: «Vous sortez un nouveau disque, racontez-nous!» C'est de cela qu'il est fatigué. Et il a appris à s'en défendre: «Je pose simplement mon propre appareil sur la table, il diffuse des réponses préenregistrées. Et moi, je me casse.» Cette fois-là, il ne l'a pas fait. ◀





*d'importance
de la langue*

Michael Ringier, éditeur. Voilà ce qu'on pouvait lire il y a quelques semaines sur la liste des invités à la réception donnée par le Duke of York au Palais de Buckingham. Andrew, prince, aurait-on probablement dû écrire au sujet de notre hôte. Le prince et l'éditeur ont des points communs. Ils ont un titre mais pas de profession particulière, car pour aucun des deux il n'existe de formation ni de diplôme.

Mais quel est mon métier au juste? Faire du business avec des mots et des photos. Celles-ci sont devenues de plus en plus importantes ces dernières années, une tendance qui s'est amplifiée avec l'internet. Pourtant ce n'est pas tant grâce aux photos que l'entreprise est restée pendant 180 ans entre les mains de notre famille. On le doit surtout à la langue. Sans elle, nous ne pourrions pas nous faire notre place sur les marchés nationaux. On ne peut s'imposer en Hongrie, au Vietnam ou en Suisse que si l'on maîtrise la langue des habitants. Il ne s'agit pas de faire de l'export. La photo qui accompagne cet éditorial est la même dans chaque édition de Domo alors que mon texte nécessite une traduction élaborée dans les différentes langues de parution. La langue nous limite tout en nous protégeant.

Et pourtant... BuzzFeed, site internet tant adulé, prétend avoir trouvé la solution: ses éditions en français, en espagnol et en portugais brésilien seraient traduites par des étudiants en langues qui apprennent l'anglais à l'aide d'une appli du nom de Duolingo. Happy translating.

Lorsque notre fille était encore toute petite, nous avions une nounou tchèque. Une fille chaleureuse et travailleuse. Et pourtant, au bout de deux ans, nous avons dû lui trouver un autre emploi. Car un soir, notre petite Lilly nous a demandé de nous raconter une histoire en nous disant: «Toi apporter livre.» Je réalisai soudain qu'elle avait besoin d'une nurse de langue allemande. La langue ne sert pas seulement à communiquer. Elle constitue la base de notre commerce et peut même représenter un avantage concurrentiel. Nous nous devons de l'entretenir. Et ce n'est pas parce qu'on utilise un mail ou un SMS que les fautes de ponctuation ou de grammaire sont excusables.

Michael Ringier



Propos illustrés par Igor Kravank

Questions à la direction..

En Suisse, la nouvelle plateforme en ligne du Blick am Abend suscite actuellement un grand enthousiasme. Qu'a-t-elle de si spécial?

Florian Fels, CEO Publishing de Ringier SA: Le Blick am Abend propose désormais une édition en ligne à son public jeune et urbain, friand des nouvelles technologies. La nouvelle plateforme, spécialement adaptée à ces lecteurs, offre de grandes possibilités d'interaction, des images mobiles et des actualités agréables à lire. On peut y accéder par des liens hypertextes, relier des pages web et participer à des discussions. Pour la présentation, nous nous sommes inspirés de plateformes internationales à succès qui s'adressent à la génération née avec le numérique, telles que BuzzFeed, le portail US du cofondateur de l'Huffington Post, Jonah Peretti.

De nouvelles formes ont été créées pour le marché publicitaire: le mot magique est «Native Advertising». Il s'agit de rubriques sponsorisées par un partenaire commercial, clairement identifiables comme telles.

La nouvelle plateforme a été conçue par une équipe de projet interne. Son fonctionnement a nécessité la création de nouveaux postes au sein de la salle de rédaction. Bien que d'autres entreprises de médias développent des projets similaires, nous avons su nous

imposer comme précurseur grâce à l'excellent travail de l'équipe de projet.

Le top management de Ringier avait jusque-là l'habitude de se réunir une fois par an pour la conférence RMC, dans l'un des pays où Ringier est représenté. En 2014, cette conférence n'aura pas lieu. Pour quelles raisons?

Edi Estermann, Chief Communications Officer Ringier SA: La RMC est devenue une plateforme éducative et de réseautage exceptionnelle pour les cadres de Ringier au niveau international. Néanmoins, le Conseil d'administration du groupe a décidé qu'à l'avenir la RMC se tiendrait tous les deux ans. Cela traduit également la prise de conscience des coûts au niveau des frais généraux.

«Notre programme de santé vit de l'engagement des collaborateurs de Ringier»

Jutta Schilke
Head Human Resources
Ringier AG



En Suisse, le programme de santé pour les collaborateurs de Ringier «fit&health@ringier» connaît un vif succès. En quoi consiste-t-il exactement?

Jutta Schilke, Head Human Resources de Ringier SA: «fit&health@ringier» comprend des activités dans les domaines «Nutrition et santé» et «Mouvement et bien-être». Les offres s'adressent à tous les collaborateurs du groupe Ringier. Nous avons reçu des commentaires positifs sur les conférences consacrées au sommeil. Nous proposons maintenant une série de conférences sur la nutrition, ainsi que des thèmes comme «Famille et travail» ou «Work life balance». En octobre, nos collaborateurs ont eu l'occasion de se faire vacciner gratuitement contre la grippe.

Cette initiative traduit la volonté de la GRH de mettre en place un programme de base en proposant des sujets passionnants et en faisant intervenir des conférenciers de qualité. Cela dans le but d'offrir un choix d'activités variées. Nous vous offrons aussi la possibilité de rejoindre nos équipes de foot, de natation et de hockey sur glace. «fit&health@ringier» vit essentiellement de l'engagement des collaborateurs de Ringier. Tous les groupes du thème «Mouvement» mentionnés ci-dessus s'organisent eux-mêmes. Ils méritent tous un grand merci. 🌐



AVEC NOUS DEPUIS 10 ANS:
Puddu Francesco, Ringier Print.
Marti Christoph, Ringier AG.
Hašek Martin, RASMAG.
Navrátilová Jiřina, RASMAG.
Janoušek David, RASMAG.
Valíčková Kateřina, RASMAG.
Šimková Eva, RASMAG.
Juchnowiczová Eva, RASMAG.
Hodálík Ondřej, RASMAG.
Staněk Jozef, RASMAG.
Wang Yinhao, Ringier China.
Lillian He, Ringier China.
Lien Wan, Ringier China.
Mireisz Sándor, Ringier Hongrie.
Németh Attila, Ringier Hongrie.
Wirth-Sándor Adrienn, Ringier Hongrie.
Csatlós Adrienn, Ringier Hongrie.
Balog Zoltán, Ringier Hongrie.
Szoboszlai László, Ringier Hongrie.

DEPUIS 20 ANS:
Ming Stefan, Ringier Print.
Passalacqua Christine, Ringier AG.
Pintilei Mihaela, Ringier Roumanie.
Schuster Roman, RASMAG.
Tesař Milan, RASMAG.
Hrušková Jana, RASMAG.
Turková Blanka, RASMAG.
Rumlenová Renáta, RASMAG.
Pokorný Jaroslav, RASMAG.
Pískó László, Ringier Hongrie.

DEPUIS 25 ANS:
Purtschert Ruth, Ringier Print.
Hirt Marco, Ringier AG.

DEPUIS 30 ANS:
Terzoni Daniel, Ringier AG.

DEPUIS 35 ANS:
Blanco Jaime, Ringier Print.
Zuberbühler Markus, Ringier Print.
Lehmann Silvia, Ringier AG.
Nikli Georg, Ringier AG.

DEPUIS 40 ANS:
Degelo Konrad, Ringier Print.
Konrad Josef, Ringier AG.

DÉPARTS À LA RETRAITE:
Linggi Rolf, Ringier AG.
Müller Elsa, Ringier AG.
Staubli Otmar, Ringier AG.
Schlatter Lea, Ringier AG.
Moser Kati, Ringier AG.
Miron Gabriel, Ringier Roumanie.

DÉCÈS:
Schneider Erwin, 1.7.2013
Huber Josef, 27.8.2013
Lötscher Alois, 31.8.2013
Stéphane Carpentier, 19.9.2013
Erni Anton, 25.9.2013
Weissberg Alfred, 10.10.2013

La reine Kati

Pour Swissair, elle était trop petite. Mais à la Schweizer Illustrierte, **Kati Moser** a pendant des années été «la meilleure». Aujourd'hui, elle est officiellement à la retraite. Pas question d'arrêter pour autant!

Photo: Geri Born / Handout

Un film l'attend. Au moment où ses collègues lui souhaitent un bon appétit, juste avant la pause du déjeuner, Katalin Ilo-na Moser - «Kati» - prend le chemin du cinéma. Dans le cadre de son travail, bien sûr!

En tant que rédactrice de la Schweizer Illustrierte, Kati, originaire de Hongrie, critique et loue, dans la rubrique «Les meilleurs», œuvres d'art, livres, pièces de théâtre ou films. Quand on la voit revenir avec ses grosses lunettes de soleil sur le nez malgré le temps pluvieux, il ne fait aucun doute que le film était triste. Et Kati se demande pourquoi elle quitte le cinéma en pleurant comme une madeleine, alors que les autres critiques n'ont même pas laissé échapper une larme... En parlant de s'échapper...

Huit à dix fois par an, Kati, que l'on verrait très bien dans le rôle de la Queen Elizabeth plus jeune, fait ses valises et part en voyage. En plus d'être critique d'art, elle étudie de nouvelles destinations touristiques. Ses reportages étanchent notre soif de voyage et donnent envie de partir à l'aventure. D'ailleurs, peu importe la destination. Pour Kati Moser, «partout où il y a des gens, on trouve toujours quelque chose de passionnant». Mais pour elle, il est également important de bien manger. «Ce qui n'est pas toujours le cas.» Elle se souvient d'avoir



Kati Moser a étudié à l'Académie des beaux-arts de Brera, à Milan. A droite, son autoportrait.

failli avaler des yeux de mouton. Et en Islande, ses collègues lui ont joué un sacré tour. Là-bas, la viande de baleine, enterrée pendant trois mois, est considérée comme un délice de la gastronomie locale. Kati a pris une bouchée de cette viande macérée dans l'huile sans se douter de rien. «Il ne me restait qu'une seule chose à faire: cracher ou avaler.» Elle a avalé stoïquement et a fait passer le tout avec cinq verres de schnaps. Aujourd'hui, Kati Moser prend officiellement sa retraite après avoir passé neuf ans chez Ringier. Mais elle continuera, en tant que collaboratrice indépendante, de voyager, d'écrire, de critiquer mais aussi de louer. La Queen n'abandonne pas si facilement sa place.

R.H.



Pas «Out of Africa», mais bien au cœur: en tant que reporter de voyage, en safari au Kenya. Kati Moser telle qu'on la connaît: toujours de bonne humeur.



Conseils de lecture

Par Marc Walder

Marc Walder dévoile ici les livres qu'il vient de lire et dit pourquoi ils l'ont fasciné.

RENÉ STAUFFER

LE GÉNIE DU TENNIS

Federer demeure un phénomène dans le tennis: sa technique est créative et sa constance, inégalée. Le livre décrit la carrière de cette superstar sympathique et porte un regard fascinant sur les coulisses. Une biographie qui offre des surprises, même aux non-joueurs de tennis.

ISBN: 978-3-86612-370-0
 Editions: Pendo



LIONEL BARBER

LUNCH WITH THE FT

Etes-vous du genre à contredire Donald Trump s'il vous commandait du riz en accompagnement, alors que vous auriez préféré des pommes de terre? Pas vraiment! Sous le titre Lunch with the FT, des journalistes du Financial Times nous révèlent des interviews avec des personnalités, réalisées lors de déjeuners intimes. Une lecture qui réserve bien des surprises. Ce livre rassemble 52 interviews.

ISBN: 978-0-670-92284-0
 Editions: Penguin UK



ORI BRAFMAN

THE CHAOS IMPERATIVE

Le business est toujours un peu chaotique. C'est du moins ce que prétend l'auteur de best-sellers Ori Brafman dans son dernier ouvrage. Brafman révèle qu'un petit écart par rapport au calendrier d'affaires peut s'avérer très profitable, que ce soit pour les entreprises listées au Fortune Global 500 ou même pour l'armée américaine.

ISBN: 978-0-307-88667-5
 Editions: Random House US



DÉCOUVREZ L'OFFRE NUMÉRIQUE DE L'HEBDO



Fr. 99.– pour 1 année*
 Tablettes - Smartphones - Web

L'abonnement numérique de *L'Hebdo* vous donne accès partout, tout le temps, tout de suite à l'ensemble des plateformes incluant le site hebdo.ch ainsi que les applications iPhone, iPad et Android.

Pour découvrir les différentes offres de *L'Hebdo* et choisir celle qui vous convient, rendez-vous sur www.hebdo.ch/abonnement

*Offerte aux abonnés de l'édition imprimée de *L'Hebdo*



L'application iPhone et iPad du Gault&Millau 2014

**DISPONIBLE
DÈS
DÉCEMBRE**



graphisme / latitude66.net



Le guide des bonnes tables



En coopération avec

