

○○○ Ringier

DOMO

L'art d'être éditeur.

L'art contemporain est une des passions de l'éditeur Michael Ringier. Pour lui, ce n'est pas un simple passe-temps mais bien une philosophie de vie. Il a révélé à DOMO ce que l'art lui enseigne et le rapport qu'il établit avec le métier d'éditeur.

Magazine d'entreprise
N° 3/2023

L'art en tête

Au fond, comment est née l'idée d'associer les rapports annuels de Ringier avec l'art contemporain? Que se passe-t-il dans la tête d'un collectionneur d'art et qu'est-ce que l'art a de commun avec l'édition? Cela, et plein d'autres choses, nous l'avons demandé à notre éditeur Michael Ringier à son bureau et au cours d'une visite approfondie à la Maison de la Presse.

Nancy Cruickshank

L'entrepreneuse britannique a une vaste expérience des stratégies de numérisation au sein des maisons d'édition. Depuis le printemps 2023, Nancy Cruickshank siège au conseil d'administration de Ringier. Dans cet entretien avec Barbara Halter, elle raconte ce qui l'anime et ce qu'elle souhaite apporter dans sa fonction chez Ringier.

Pro des technologies et secouriste

Cristian Iosub développe entre autres pour Ringier Roumanie des voix synthétiques, des devises virtuelles et d'autres produits IA. Mais ce Chief Product Officer a une autre mission: il est secouriste au sein d'une ONG qui intervient rapidement en cas d'accident ou recherche des personnes disparues.

«Comme booktoker, j'assume une responsabilité»

L'intérêt pour le livre imprimé connaît actuellement un bel essor. Il est célébré sur TikTok. Ce phénomène qui voit des jeunes présenter et promouvoir des livres se nomme BookTok. Dans ce portrait, la booktoker suisse Noémi Santos explique ce qu'est BookTok et pourquoi elle a succombé au charme du livre.

Making of: «Reni's Journey»

L'équipe d'innovation Ringier a produit une bande dessinée pour laquelle l'intelligence artificielle et la créativité humaine ont étroitement coopéré. Petit coup d'œil sur les préoccupations des innovateurs Ringier et leur recours aux outils d'IA.

How to Work Better

Impossible de manquer le message, il soufflait comme une brise fraîche: «How to Work Better», était-il écrit sur une façade de Zurich-Oerlikon, suivi de dix suggestions pour maîtriser le train-train quotidien du travail qui s'appliquaient à mon emploi dans le coin dans les années 1990. L'œuvre du duo d'artistes suisses Peter Fischli et David Weiss consistait en une installation verbale sur un banal immeuble de bureaux. «Do one Thing at a Time» ou «Learn to Listen», pouvait-on notamment lire. Et pour finir en toute simplicité: «Smile». Cette installation ravit les pendulaires de Zurich depuis 1991. Plus tard, on a d'ailleurs pu la voir en copie fidèle à New York. Ce qui m'a le plus fascinée, c'est que l'art soit devenu le muet compagnon de mon travail quotidien.

Notre éditeur Michael Ringier croit lui aussi que l'art fait partie du quotidien. Ce collectionneur passionné n'entend pas savourer ses œuvres d'art tout seul ou les prêter à des musées. Il les partage avec tous les collaborateurs de Ringier en Suisse parce qu'il est persuadé que l'art doit se trouver là où des gens travaillent. C'est pourquoi les employés tombent tous les jours sur les travaux d'artistes contemporains. Nous nous sommes entretenus avec Michael Ringier sur son inclination pour l'art, sur le rapport entre art et édition, sur ses propres talents artistiques (page 8).

Le travail au quotidien joue également le rôle principal dans d'autres trajectoires. Notamment dans le portrait de Cristian Iosub. Il est Chief Product Officer chez Ringier Roumanie et fait la navette entre deux vies: l'une comme technicien professionnel, l'autre comme secouriste (page 28). Ce n'est pas la vie, mais bien le livre que veulent sauver des influenceurs et influenceuses toujours plus nombreux, avec BookTok. Vous en saurez plus sur cette tendance et comment elle a même franchi les portes des foires du livre en lisant le portrait d'une lectrice et booktokeuse passionnée (page 30).●

Cordialement,
Katrin Ambühl, rédactrice en chef DOMO





Dès le début, chez Pulse Africa, l'entrain, la passion et la volonté de l'équipe m'ont incitée à faire quelque chose de vraiment grand.

Katharina Link
CEO Pulse Africa

Cette déclaration est extraite d'un entretien avec la Ringier Global Media Unit portant sur plusieurs bonnes nouvelles. Notamment sur les récents canaux WhatsApp au Kenya et au Nigeria qui comptent déjà 1,4 million de followers. Et sur les Pulse Influencer Awards 2023 du 7 octobre auxquels ont pris part des milliers d'influenceuses et influenceurs ainsi que des personnalités du cinéma, des médias et du showbiz. La manifestation s'est tenue simultanément dans les six pays où Pulse Africa est présent; Nigeria, Ghana, Kenya, Sénégal, Ouganda et Côte d'Ivoire.



Pure
testostérone



Scannez le code QR pour voir la vidéo.

Conor Anthony McGregor est un sportif pur-sang, un paquet de muscles à l'infatigable ardeur. Le champion irlandais d'arts martiaux mixtes est aussi devenu une légende dans le monde du sport en étant le premier boxeur à avoir remporté des victoires dans deux catégories de poids différentes (plume et léger). En octobre, il était en visite chez Sportal.bg, à Sofia, la capitale bulgare. Il y a donné une interview exclusive et a rencontré le CEO de Sportal Media Group, Stilian Shishkov. Les meilleurs moments de cette visite ont été enregistrés en vidéo. Chargé en testostérone et très viril.

La rapidité est un paramètre décisif quand il s'agit de gagner des utilisateurs (ou d'en perdre...). Exemple positif: le

15 octobre dernier, le média digital Onet.pl exploité par Ringier Axel Springer Pologne a été le plus rapide à livrer en continu les résultats partiels et définitifs des élections parlementaires en un temps record de 5 secondes.

Grâce à la plateforme Ring Publishing capable de gérer et de hiérarchiser d'immenses quantités de données, des dizaines de journalistes ont pu publier des centaines d'articles, mettre sans cesse à jour les résultats et assurer des diffusions live pendant près de dix heures.

5s

Sous le signe de la femme

Fans de tech entre eux

Echanger les savoirs, collaborer par-delà les frontières est essentiel dans le secteur en constante croissance des nouvelles technologies. C'est pourquoi la Ringier Tech Conference (RTC) se tient une fois l'an à l'initiative de Kilian Kämpfen, Chief Technology and Digital Officer, Nils Körber, Managing Director de Ringier Afrique du Sud, et Bernd Volf, Chief Technology et Chief Product Officer de la Global Media Unit. L'objectif de cette manifestation est de renforcer l'écosystème technologique mondial du Groupe Ringier. Les 10 et 11 octobre dernier, une soixantaine de participants se sont ainsi retrouvés dans les locaux de Ringier Axel Springer Pologne à Cracovie pour échanger avec des experts internes et externes. Le thème principal de la rencontre était l'intelligence artificielle.



La Ringier Tech Conference proposait des exposés, des débats, des ateliers et des occasions de réseauter.



La journaliste TV Nikolina Kljaić Jusufspahić de Blic TV Serbie a été distinguée pour un reportage sortant de l'ordinaire consacré à la lutte contre la discrimination et à l'égalité des genres. Ce reportage d'envergure a montré qu'une majorité de femmes, jeunes et moins jeunes, renoncent à des droits successoraux en faveur d'un parent en général masculin. Le prix lui a été remis par la Commission for the Protection of Equality de la Mission de l'OCDE en Serbie. «Je travaille depuis un peu plus d'un an comme journaliste TV, depuis que Blic TV existe», a-t-elle dit lors de la remise du prix. Et c'est là un premier hommage à toute une équipe. C'est pourquoi il a une signification particulière pour moi.»

Happy birthday



Ringier Hongrie fête en 2023 ses 30 ans d'existence et de succès. L'anniversaire a été dûment fêté au Musée des beaux-arts de Budapest. Les visiteurs ont pu y participer à des visites commentées et admirer l'extraordinaire exposition temporaire Renoir. Lors de l'événement, Roman Bargezi, du conseil d'administration de Ringier, a insisté sur le partenariat aussi précieux que durable qui, ces trois dernières décennies, a défini la collaboration entre les entreprises médias suisse et hongroise et les échanges entre les deux marchés médiatiques.

A lire

«Das EqualVoice Mindset», publié par Beobachter Edition en allemand, avait son vernissage le 5 décembre.



L'ouvrage «Das EqualVoice Mindset» raconte l'initiative EqualVoice lancée par Ringier en 2019, qui est devenue ensuite un standard international pour davantage d'inclusion et de diversité dans le monde des médias. A une époque où la visibilité des femmes dans les médias demeure toujours insuffisante, nous avons pu avec cette initiative réaliser un progrès important dans la lutte contre cette anomalie. L'initiative a été lancée pour renforcer la voix des femmes, créer des modèles féminins à suivre et conférer une même visibilité aux femmes et aux hommes. EqualVoice est aujourd'hui un mouvement international qui touche des millions d'utilisatrices et utilisateurs dans toute l'Europe. L'ouvrage «Das EqualVoice Mindset» énumère les obstacles, les succès et les étapes qui ont surgi sur la route vers plus de diversité et d'inclusion dans les médias.

Ces dernières années, une énorme connaissance en matière de diversité s'est développée dans toutes les rédactions Ringier. EqualVoice s'est imposée comme un lieu de débat sur le journalisme. Ce que nous avons appris et ces connaissances, nous souhaitons maintenant les partager au-delà des limites de l'entreprise. L'ouvrage montre clairement quels efforts sont nécessaires mais aussi efficaces pour que d'autres puissent bénéficier de nos résultats et de nos expériences.



Dr. Annabella Bassler
CFO Ringier SA, initiatrice
EqualVoice et coauteure de
l'ouvrage «Das EqualVoice Mindset»



Stefan Mair
Coauteur, journaliste à la
«HandelsZeitung» et Head of
Newsroom Coaching EqualVoice

Le savais-tu?

L'aventure allemande

Voyage dans le temps. Rendons-nous au début des années 1970 dans la petite cité argovienne de Zofingue, qui comptait alors quelque 9000 habitants mais était connue dans tout le pays pour être le siège de l'éditeur et imprimeur Ringier & Co., bien enraciné dans le terroir. Zofingue était Ringier et Ringier était Zofingue. A la Dufourstrasse 23 de Zurich ne se dressait pas encore à l'époque la Maison de la Presse Ringier mais bien le concessionnaire automobile Agence américaine. Les activités de Ringier en Europe de l'Est, aux Etats-Unis, en Afrique ou au Vietnam n'existaient même pas en rêve.

En 1972, l'entreprise familiale a subi une secousse: on change tout! Hans Ringier, le patron, avait nommé à sa tête Heinrich Oswald, un manager expérimenté, réformateur, qui renforça le front journalistique en y catapultant Adolf Theobald, un des plus célèbres journalistes de magazines d'Allemagne. Fondateur entre autres de «Twen» et de «Capital», collaborateur du pionnier du «Spiegel» Rudolf Augstein. Oswald déménagea le quartier général à Zurich. Le navire amiral «Schweizer Illustrierte» subit un lifting avec la défunte «Sie+Er» et le nouveau patron des rédactions Adolf Theobald convainquit son chef de franchir un cap audacieux.

Ringier part pour l'Allemagne! Première étape, l'édition de livres Ringier déménage à Munich. Jusqu'alors connue

pour ses titres consacrés au général Guisan ou au Gothard, elle se mue en club du livre. Ensuite, rachat de deux éditeurs de magazines, Heering et Zuerl, tous deux spécialisés dans les loisirs. D'un coup, l'éditeur suisse Ringier se profilait sur le marché allemand avec tout un éventail hétéroclite de produits: «FOTO Magazin», «FOTO Wirt-

Les rédactions munichoises de Ringier à l'Ortlerstrasse, derrière la Wiesn, étaient connues et courues par les collègues journalistes de la ville pour une spécialité: Wilhelmine Paulus, la gérante du restaurant du personnel, proposait apparemment les meilleurs «Fleischpflanzerln» du monde, ainsi que l'on nomme les boulettes de viande hachée en Bavière.

schaft», «Film&Ton», «Submarin» destiné aux amateurs de plongée sous-marine, «Südkurs» pour les navigateurs, «Alpin» pour les grimpeurs, «Fliegermagazin» pour les pilotes du dimanche et même un «Drachenflieger» pour les passionnés d'aile delta.

Adolf Theobald a ajouté à l'offre un titre tout à lui traitant de psychologie: «Warum!». Mais son projet préféré était en avance sur son temps: «natur», le premier magazine traitant d'environnement, démarra le 27 mai 1981 sous la direction du célèbre journaliste TV Horst Stern. Les autres rédacteurs en chef n'étaient pas non plus des

inconnus: le célèbre alpiniste Reinhold Messner dirigeait «Alpin». A la tête du «Fliegermagazin», Peter Balsiger avait remporté aux commandes de son bimoteur Piper Cheyenne le rallye Paris New York-Paris avant de retourner chez Ringier à Zurich. Pour être complet, il y eut encore le magazine de voyages «Globo», le «BMW Magazin» du journaliste auto Peter Groschupf et l'édition allemande sous licence du magazine de sport américain «Runner's World».

En 2001, le groupe Ringier céda ses activités munichoises. Les chiffres n'étaient pas à la hauteur du succès espéré. Ringier Publishing Deutschland fut liquidé petit à petit. Cinquante ans après le lancement, il ne reste que des souvenirs de ces sociétés. Certains titres furent rachetés par une filiale du groupe Axel Springer et existent parfois encore. «Alpin» et «natur» ont été repris par des membres des rédactions. En 1987, Adolf Theobald retourna en Allemagne où il resta quatre ans durant patron du Spiegel-Verlag. Il mourut en 2014 à Berlin, à l'âge de 84 ans. Son fils Alexander Theobald, 59 ans, occupe depuis 2004 diverses fonctions à la direction générale de Ringier. ●

Auteur de cet article:

Fibo Deutsch a travaillé plus de soixante-cinq ans chez Ringier à divers postes de journaliste et comme membre de la direction du groupe.



Michael Ringier entre deux œuvres dans la Gallery de la Maison de la Presse. A gauche: Ugo Rondinone, «SIEBENTER MAI NEUNZEHNHUNDERTNEUNDNEUNZIG», 1999. A droite: Iain Baxter&, «Still Life: Animal Preserve with Ruby Red Shelf», 1997-1999.



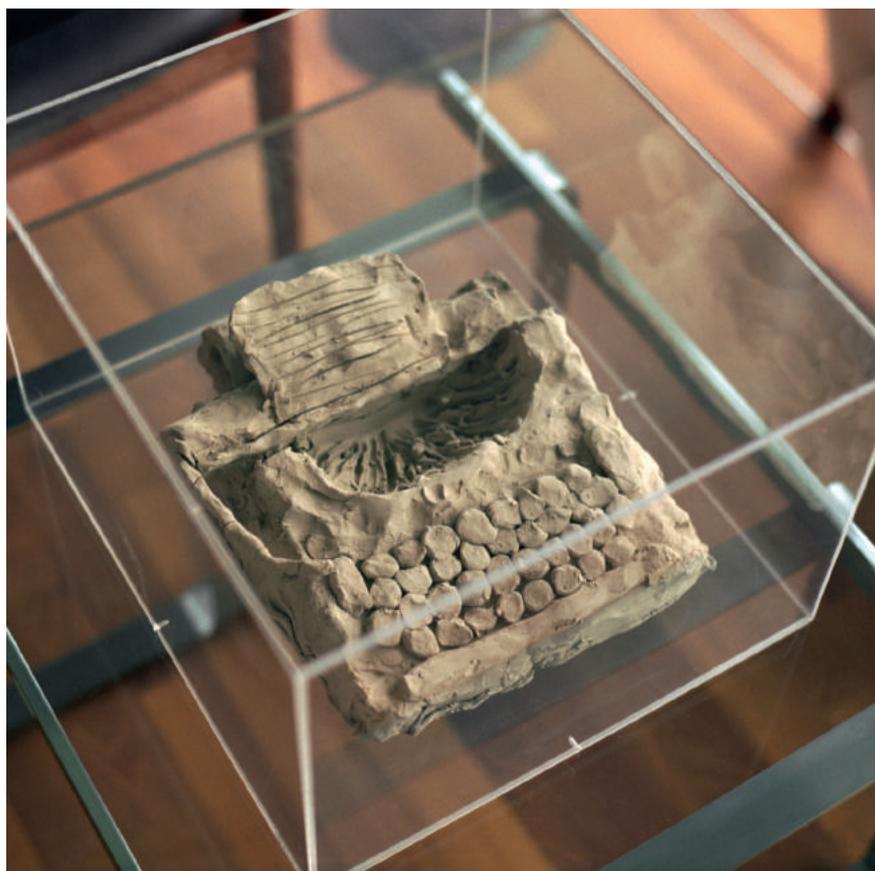
L'art en tête

L'art figure dans l'ADN de Ringier. L'art fait partie intégrante de tous les locaux de Ringier à travers la Suisse. Il fait donc partie de la vie de travail quotidienne des collaborateurs. C'est précisément ce que souhaite l'éditeur et collectionneur d'art Michael Ringier: fusionner la vie et l'art. Nous lui en avons demandé la raison. Et aussi quels sont ses talents artistiques et comment il associe l'art et son métier d'éditeur.

Interview: Katrin Ambühl
Photo: Gina Folly



**Si vous cessez
d'être curieux, vous
pouvez tout de suite
laisser tomber.**



«Kerouac's Typewriter» (from Plötzlich diese Übersicht) du duo d'artistes Fischli/Weiss n'est pas seulement adapté au bureau d'un éditeur, l'œuvre de 1981 est aussi extrêmement fragile, car elle est faite d'argile non cuite. Peter Fischli (*1952) et David Weiss (1946-2012) avaient également réalisé le rapport annuel millésime 2007.

**Michael Ringier, vous avez apporté
une œuvre d'art exprès pour notre
rencontre. Elle doit être très spéciale...**

C'est un dessin de Louise Bourgeois, un autoportrait des années 1940. Avec mon épouse, nous aimons beaucoup cette artiste et sommes heureux d'avoir pu acquérir une quarantaine de ses dessins. Ils ont été réalisés entre 1939 et 2004 et racontent toute la vie de l'artiste.

**Chez vous, à la maison, vous procédez
régulièrement à un nouvel accrochage. Est-ce
qu'ensuite telle ou telle œuvre vous manque?**

Il y a des artistes qui ont en permanence une œuvre accrochée chez nous. C'est le cas de Louise Bourgeois mais aussi d'Ugo Rondinone. Son grand tableau de forêt dans le hall d'entrée de la Maison de la Presse a été chez nous des années durant. Et il manque toujours à ma femme...

**Pourquoi ne vous offrez-vous pas un musée privé
comme d'autres collectionneurs, au lieu d'accrocher
vos œuvres d'art dans les bureaux de Ringier?**

L'art doit se trouver là où l'on travaille au quotidien, pas seulement au musée. L'idée me plaît. Rirkrit Tiravanija, qui a conçu le rapport annuel 2016 et réalisé deux œuvres d'art pour nous, était du même avis. Il a commencé dans les années 1990 par des performances au cours desquelles il cuisinait avec les visiteurs plutôt que ces derniers se contentent de s'extasier devant les beaux récipients exposés. Il a intégré l'art à la vie quotidienne et nous apportons l'art au bureau.

**Vous possédez des milliers d'œuvres d'art.
Avez-vous une stratégie de collectionneur?**

Nous n'avons jamais eu de vrai plan. Collectionner est un processus qui ne s'arrête jamais. L'essentiel est de demeurer ouvert et curieux, ce qui n'est d'ailleurs pas valable seulement pour collectionner de l'art. Si vous cessez d'être curieux, vous pouvez tout de suite laisser tomber.

Vous êtes-vous toujours focalisé sur l'art contemporain?

Non, ce n'est le cas que depuis les années 1990. Auparavant, avec mon épouse, nous collectionnions des œuvres du temps du Bauhaus et de l'avant-garde russe.

L'art caractérise aussi les rapports annuels de Ringier. Comment en est-on arrivé là?

En principe, les rapports annuels sont ennuyeux et peu attrayants. Cela m'a toujours dérangé. Lors d'un voyage pour l'art à New York en 1996, nous avons vu avec Beatrix Ruf les photos de Clegg & Guttman: des portraits du style hollandais des XVII^e et XVIII^e siècles. Ce style m'a plu, si bien que le rapport annuel 1997 est paru habillé par ce duo d'artistes.

Quelles réactions avez-vous eues?

C'est un peu parti en vrille (il rit). Tout le monde a cru que l'équipe de la direction générale s'était volontairement fait photographier ainsi. Le style a été jugé hors sol, inadéquat. Personne n'y a vu de l'art...

Mais vous avez quand même eu l'audace de continuer avec ces rapports annuels artistiques?

Un an plus tard, quand est paru le rapport annuel de Sylvie Fleury, tout le monde a compris qu'il était question d'art. Aujourd'hui, nos rapports annuels sont devenus des pièces de collection, on les retrouve même chez des antiquaires. Il y a déjà eu 26 rapports annuels artistiques. J'en ferais volontiers une exposition.

Dans la Gallery de la Maison de la Presse, les œuvres sont renouvelées tous les deux ans. Michael Ringier devant les œuvres de Gili Tal («Exclusive Licensed Range Rover Evoque 12v Ride-on Car with Remote Control-Red», 2016 et «Aosoum Lamborghini Aventador 6v Electric Ride-On Car with Remote Control», 2016).





Alors que nous nous tenons devant cette œuvre dans la Gallery de la Maison de la Presse, Michael Ringier sourit et dit: «Cette question convient bien à une maison d'édition...» Rirkrit Tiravanija, «untitled (demain est la question)», 2012. L'artiste a également conçu le rapport annuel 2016 comme une édition du «Blick».

**L'art n'est pas
de la décoration
mais une idée.**



Mais il y a eu des millésimes qui n'ont pas convaincu tout le monde.

Quels ont été les plus controversés?

Celui de Richard Prince en 2005, farci de blagues tirées de «Playboy» et de «Penthouse» des années 1960, en partie antisémites ou désobligeantes à l'égard des femmes, s'est avéré délicat. Il y a eu des critiques. L'édition 2011 de Maurizio Cattelan était très culottée mais pleine d'humour, non seulement à cause du rouleau de papier-toilette mais aussi de la marmotte qui se faisait un rail de cocaïne en couverture.

Sur les sites Ringier, il y a régulièrement des œuvres qui provoquent et ne réjouissent pas tous les collaborateurs. Qu'en dites-vous?

L'art ne doit pas obligatoirement plaire. L'art n'est pas de la décoration mais une idée. Il doit être signifiant sur le plan sociétal. C'est bien pourquoi le «Guernica» de 1937 de Picasso demeure actuel aujourd'hui encore. En faisant figurer l'art dans les bureaux, nous exigeons quelque chose des gens. Autrement dit nous les prenons au sérieux et, pour moi, c'est cela qui est décisif.

Quels sont les cinq artistes que vous inviteriez volontiers pour un dîner?

J'ai la chance d'avoir bel et bien déjà mangé avec nombre d'entre eux et fumé le cigare avec John Baldessari. L'avantage d'une collection d'art contemporain est que la plupart des artistes sont encore vivants. Et vu que je suis collectionneur depuis des décennies, j'en connais pas mal personnellement.

Y a-t-il un ou une artiste qui convient particulièrement bien à la situation actuelle du monde?

L'artiste libanais Walid Raad en fait à coup sûr partie. Il empoigne aussi bien des sujets très actuels que les fake news ou l'intelligence artificielle. Par exemple la violence qui n'en finit pas au Proche-Orient. Pour ce faire, il se meut entre les faits et les légendes, se sert de toutes sortes de moyens de distanciation et fait la navette entre son vécu personnel et l'historiographie.

Est-ce que l'art vous aide dans les moments difficiles. Autrement dit, qu'est-ce qu'il vous enseigne?

Lorsqu'on est collectionneur, il faut s'embarquer et tisser une relation avec les œuvres. L'art nous apprend à écouter notre propre ressenti et à lui faire confiance.

C'est aussi vrai pour vous, l'éditeur?

Absolument! En tant qu'éditeur aussi il faut développer un ressenti, se fier à un sentiment, puis choisir une voie. Les décisions importantes ne naissent pas toujours de façon purement rationnelle ou au terme d'une présentation PowerPoint mais sur la base d'un sentiment. Ce fut d'ailleurs le cas chez Ringier lorsque nous nous sommes étendus à l'Europe de l'Est.

C'était à la fin des années 1980. C'est devenu plus compliqué aujourd'hui, non?

Bien sûr. Il y a tant de règles, de restrictions et personne ne veut risquer l'erreur. Cela dit, on n'a jamais rien construit de grand en redoutant les erreurs. Il y faut un bon ressenti. Et du sentiment pour les gens. Il faut faire confiance aux gens, croire en eux et dans le projet. C'est aussi le cas pour nos investissements en Afrique.

Avez-vous personnellement un talent artistique?

Non, aucun. On pourrait dire au mieux que j'ai développé un bon œil et un bon ressenti pour ce que d'autres savent faire.

Qu'est-ce qui fait le plus battre votre cœur: votre fibre de collectionneur ou votre métier d'éditeur?

Je n'ai qu'un seul cœur et il y a de la place dedans pour l'un et l'autre. Les deux domaines sont passionnants, je le ressens comme un privilège. ●



L'art ne doit pas non plus manquer sur le bureau de l'éditeur. Le livre «About Nothing», une rétrospective de l'œuvre de John Armleder, est une valeur sûre. Le dessin de Louise Bourgeois, «La femme grotesque», 1946, est normalement accroché chez Michael Ringier. Il l'a apporté spécialement pour l'interview. © The Easton Foundation / 2023, Pro Litteris, Zurich

Michael Ringier et la collection Ringier

Michael Ringier (*1949) est diplômé de l'école de journalisme de la maison en 1974 et a d'abord occupé divers postes dans l'entreprise de médias familiale ainsi que pour d'autres maisons de médias. En 1983, il est passé à la direction de Ringier et est devenu président de la direction deux ans plus tard. Aujourd'hui, il est président du conseil d'administration de Ringier. Ce passionné d'art a créé la collection Ringier en 1995, qui comptait 21 œuvres au début. Depuis, la collection ne cesse de croître: en 2000, elle comptait déjà quelque 500 œuvres. Actuellement, la collection Ringier compte environ 3500 œuvres dans les domaines de la photographie, de la vidéo, de la peinture, du dessin, de la sculpture et de l'installation depuis les années 1960. Dix titres contiennent le mot «love» dans leur nom.

Chiffres et art en harmonie

Les auteurs des rapports annuels de Ringier se lisent comme un Who's Who de la scène artistique contemporaine en vogue car, depuis 1997, chaque édition est conçue par un ou une artiste. La plupart des artistes sont enthousiastes et acceptent spontanément lorsqu'on leur demande de concevoir un rapport annuel sur l'art. Voici un aperçu des 26 éditions précédentes.

Clegg & Guttman 1997

Sylvie Fleury 1998

Christian P. Müller 1999

Harald F. Müller 2000

Liam Gillick 2001

Aleksandra Mir 2002

Christopher Williams 2003

Matt Mullican 2004

Richard Prince 2005

Richard Phillips 2006

Fischli/Weiss 2007

Josh Smith 2008

John Baldessari 2009

Kerstin Brätsch und Adele Röder | DAS INSTITUT 2010

Maurizio Cattelan 2011

Phillippe Parreno 2012

Laura Owens 2013

Wade Guyton 2014

Helen Marten 2015

Rirkrit Tiravanija 2016

Katja Novitskova 2017

Martine Syms 2018

Jordan Wolfson 2019

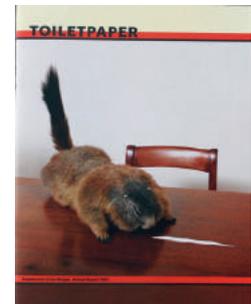
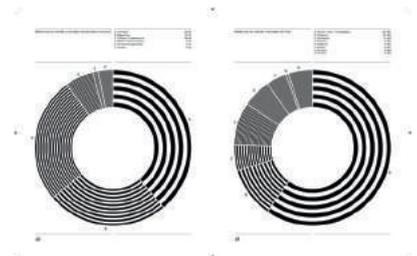
Ed Atkins 2020

Walid Raad 2021

Nicole Eisenman 2022



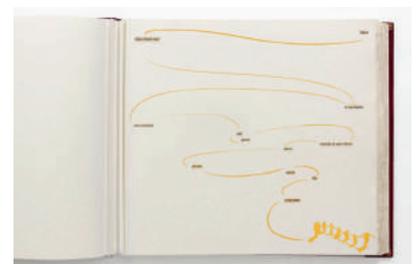
Le premier rapport annuel sur l'art de 1997 a été conçu par Clegg & Guttman – avec des portraits dans le style hollandais des XVII^e et XVIII^e siècles.



Le rapport annuel 2011 de Maurizio Cattelan, complété par un rouleau de papier-toilette.



Conçu comme une édition du «Blick»: rapport annuel 2016 de Rirkrit Tiravanija.



Voici un aperçu de tous les rapports annuels artistiques.



Les deux équipes se sont rencontrées en personne lors de la Tech Retreat and Conference 2023 (TRAC23) à Ballito, en Afrique du Sud. Devant, de g. à dr.: Gcobisa Nkonzo, Rita-Marié Degenaar. Derrière, de g. à dr.: Franco Nyawanga, Rude Janse van Rensburg, Erhard de Kok, Nancy Lubalo, Tamlin Kleinbooi, Nodumo Tembani. Manque Mahdi Finnigan.

Le hub technologique de Ringier pour le monde entier existe depuis 2020. Des spécialistes en analyse des données et en science des données forment une équipe de neuf personnes, composée en majorité de femmes. Ils travaillent en Afrique du Sud, au Kenya et en Allemagne. Rita-Marié Degenaar, Product Manager Data Analytics et Data Science chez Ringier Afrique du Sud, nous explique de quoi il est exactement question et comment la collaboration fonctionne.

Interview: Katrin Ambühl

Les hubs technologiques sont répartis dans divers pays. Comment communiquez-vous, comment vous organisez-vous?

Nous avons des visioconférences tous les jours. A vrai dire, sur ce point, nous avons constaté que nous oublions souvent que nos collègues avaient aussi une vie privée à côté du travail. C'est pourquoi le lundi et le vendredi nous nous octroyons quinze minutes pour parler de notre week-end. Parfois nous faisons aussi un jeu ou échangeons des photos et des histoires. Les collaborateurs du Cap se rencontrent une fois par mois ou alors en cas d'événement spécial dans nos élégants bureaux. Et une fois l'an nous nous retrouvons toutes et tous pour notre «tech retreat». Cette année, c'était à Ballito, au KwaZulu-Natal.

Dans votre job, tout tourne autour des données. Vous êtes ce qu'on appelle des «tech nerds»?

Certains d'entre nous sont bel et bien des «tech nerds». Mais nous sommes polyvalents. Certains viennent du monde commercial, d'autres du côté clientèle. Après tout, nous avons besoin de beaucoup de gens très différents pour développer une infrastructure de données grandiose et des produits technologiques sensationnels.

Quelle est la partie la plus créative de votre travail?

Pour les analystes, c'est raconter des histoires. C'est d'ailleurs une partie essentielle du boulot. Ils doivent trouver des approches captivantes pour visualiser et représenter aussi bien que possible les résultats de leurs analyses. Ça doit être saisissant, contenir toutes les informations pertinentes et soutenir les décisions commerciales. Les spécialistes des données et les ingénieurs mobilisent toute leur créativité pour dénicher des solutions innovantes lorsque de nouveaux problèmes se présentent à nous.

L'IA doit avoir révolutionné votre travail, non?

Nous avons toujours travaillé dans le domaine de l'IA, si bien que nous avons été mêlés à sa révolution. Le fait est

qu'aujourd'hui nous savons résoudre les problèmes beaucoup plus vite et plus efficacement qu'autrefois. Grâce aux solutions d'IA générative comme ChatGPT, qui sont aisément utilisables par n'importe qui, notre travail se retrouve sous les feux des projecteurs et la demande de solutions de données innovantes a augmenté.

Indiquez-nous des outils d'IA que vous avez développés et que les collaborateurs de Ringier du monde entier utilisent sans se douter, probablement, qu'il s'agit d'IA?

Notre équipe s'occupe intensivement de CDE (Content Distribution Engine). Nous travaillons sur le choix de contenus et le «performance reporting», nous contribuons à l'automatisation des outputs pilotés par IA pour la publication d'annonces et d'articles sur divers canaux de marketing. Autre exemple: le Talent Matching Service, qui aide les recruteurs à trouver les candidats appropriés pour les postes à pourvoir.

De quel projet êtes-vous particulièrement fiers et quel est celui que vous envisagez pour l'avenir?

Avec la solution Data Lake que nous avons mise sur le marché en début d'année, le Data Infrastructure Team a réalisé un développement qui sort de l'ordinaire. Les pipelines de «downstreaming» ont été revus de A à Z et recueillent désormais des données de plus de 15 sources tout en étant sans cesse améliorés. L'équipe est heureuse d'étendre ses connaissances par de nouveaux défis à chaque fois que nous étendons la solution Data Lake à des clients existants ou nouveaux au sein du groupe. Par des tableaux de bord de rapport et des modèles de données self-service, les analystes et les «data scientists» ont énormément aidé les entreprises du secteur places de marché à avoir un contrôle constant de la performance de leurs plateformes. Nous sommes fiers d'améliorer nos solutions actuelles par des intégrations d'IA innovantes et de renforcer notre présence en proposant des solutions à d'autres entreprises. ●

«C'ETAIT SURTOUT UNE AFFAIRE DE CLICS ET D'ARGENT»



Leila Alder a créé à l'âge de 25 ans le magazine en ligne «akut Mag». Sans diplôme en poche mais avec une aisance stupéfiante pour son âge. La revue, qui traite de sujets de culture, de société et d'art de vivre, a désormais 3 ans. Une petite plante vivace dans la jungle des grands groupes de médias. Elle nous raconte pourquoi elle croit en son format média, ce qui la motive et ce qu'elle espère atteindre.

Interview: Katrin Ambühl | Photos: Elay Leuthold



Des productrices de médias de la dernière génération.
De g. à dr. Vanessa Votta, Leila Alder et Lorena Lucek.

Née en 1995, Leila Alder vise actuellement un master en journalisme culturel à la Haute Ecole d'art de Zurich (ZHdK). Après avoir quitté le gymnase en cours de route, elle a commencé par un stage chez «Faces Mag», puis elle a été rédactrice junior à «Textilrevue» et chez «Places» avant de devenir rédactrice en chef du magazine en ligne «Femelle». Elle a fondé «akut Mag» en 2020.

Elle est en plein brainstorming sur le canapé avec ses proches collaboratrices Lorena et Vanessa. L'aménagement des lieux consiste en un mélange de meubles de seconde main et d'objets offerts: pas compliqué, inachevé. Flexible comme le magazine en ligne qu'elles animent, fait de longs articles consacrés à des sujets ultra-sérieux. Du genre «Celui qui n'est jamais arrivé», l'émouvant portrait d'un homme qui est expulsé de Suisse au bout de cinquante-quatre ans. Ou «La chemise de serpent dans laquelle j'habite», récit d'une expérience personnelle sur une perturbante maladie de la peau. Sur une autre page, des articles plus légers consacrés à la mode et à la «cancel culture», des critiques de théâtre et des conseils culturels.

Leila, n'y a-t-il pas une contradiction entre des sujets très profonds et d'autres superficiels?

Oui, mais l'un n'exclut pas l'autre. J'aime jouer avec les contrastes. Bien sûr qu'il y a un grand écart. Mais on n'est pas censé répondre toujours à toutes les questions, parfois il suffit de les poser, de sonder le terrain.

Mais on peine à deviner un profil clair. Pour qui écrivez-vous?

Il existe une masse de médias en ligne politiques qui prennent position et sont au service de milieux bien définis, politisés. Nous voulons autre chose. Plutôt que de polariser, nous souhaitons jeter des ponts. Car la polarisation fait peur à beaucoup de jeunes de ma génération. Nous voulons relier et toucher un public qui ne lit plus guère et ne se confronte plus quotidiennement avec des thèmes importants et sérieux, non pas parce qu'il n'éprouverait pas d'intérêt, mais parce qu'il n'a jamais été concerné.

Reste que le positionnement de ce magazine doit être clair.

Même si nous ne politisons pas sans cesse, notre positionnement est clair: urbain, inclusif, ouvert aux problèmes sociétaux. L'indépendance est essentielle à mes yeux. Indépendance des acteurs de la publicité, des grandes maisons d'édition qui, d'ailleurs, sont à peu près toutes aux mains d'hommes. C'est pourquoi nous sommes membres de la plateforme We.Publish qui rassemble des médias indépendants.

Cela dit, «akut Mag» doit quand même se financer?

Nos contenus sont à la disposition de tout le monde sans

accès payants ni abonnements. Mais nous proposons de devenir membre. En plus, par des partenariats médias et de la publicité native, nous entendons avoir voix au chapitre sur la façon dont un article est écrit, à quoi il ressemble. Nous ne faisons pas des PR. Nous devons être convaincues et entendons demeurer crédibles. Nous comptons aussi sur un réseau d'auteures et d'autres médias en ligne dont nous pouvons reprendre les contributions.

Sur votre site, vous parlez aussi de «slow journalism». Cela exige énormément de ressources. N'est-ce pas un peu exagéré?

Bien sûr, nous ne nous comparons pas avec des produits journalistiques qui ont exigé des années d'enquêtes et paraissent dans les médias print. Nous parlons d'un «slow journalism» limité au secteur en ligne. Nous ne publions que trois ou quatre articles par semaine et notre positionnement est clair: moins, c'est plus.

Tu tiens le coup depuis trois ans déjà avec «akut Mag». Combien gagnes-tu?

Pas un centime. Je me finance en tant que freelance avec des textes pour des annonceurs. Ceux qui travaillent en freelance sont payés.

Tout cela semble demander beaucoup de travail et d'efforts. Comment une si jeune femme en vient-elle à l'idée de créer une entreprise de journalisme?

Premièrement, raconter des histoires est ma grande passion depuis l'enfance. Deuxièmement, je n'ai jamais été vraiment heureuse dans mes emplois au sein de divers médias. Je me suis toujours rebellée, je voulais faire moins de compromis. Dans l'ensemble, c'était toujours une affaire de clics et d'argent. A mes yeux, ça n'avait plus rien à voir avec du journalisme.

Mais ça ne suffit pas pour fonder une start-up dans les médias ...

Non. Il faut avoir la foi que tout est possible même quand tout s'y oppose. Il y faut de la passion, de l'ambition, de l'endurance. Et en ce qui me concerne le vœu d'apporter une contribution à la société.

Combien de temps lirons-nous «akut Mag»?

Je n'arrêterai en aucun cas avant que nous ayons publié au moins une version print! ●

Groupe Ringier

Sélection de photos



Engadin, Suisse (supplément de la «Schweizer Illustrierte» en collaboration avec Engadin Tourismus). Photo: Régis Golay.
Ah, les poules sont ravies! Lorenzo Polin, comédien de Zurich, se glisse dans le rôle d'un paysan. Il a repris la ferme familiale en Engadine.
Une belle histoire de Manuela Enggist et Régis Golay dans les montagnes grisonnes pour le lancement du nouveau magazine.



Bilanz, Suisse. Styling et photo: Tina Sturzenegger.
Pour le spécial luxe d'octobre, sept photographes ont eu carte blanche pour mettre en scène un produit de luxe. Dans notre cas, l'objet du désir est un couteau Santoku forgé à la main, issu de l'atelier de coutellerie de Jo Wiesner à Bramboden (LU).

Libertatea, Roumanie. Photo: Vlad Chirea.
Les gravats et la cendre figurant sur cette photo furent naguère la maison familiale de Razvan Mirea. A la fin du mois d'août 2023, une station d'essence non autorisée a explosé ici. Une bonne partie du village roumain de Crevedia a été détruite et six personnes ont été tuées, dont le père de Razvan. La photo a été prise le 3 septembre, une semaine après le désastre.





Handelszeitung, Suisse. Illustration: générée par Midjourney.
Est-ce à ça que ressemble le nouveau monde du travail? Qu'est-ce qui va encore nous arriver avec l'intelligence artificielle? C'est sur ces questions que la 33^e édition de la «Handelszeitung» s'est penchée en demandant notamment au futurologue David Shrier ce qui pourrait pendre au nez de l'humanité à ce propos.

L'illustré, Suisse. Photo: Gabriel Monnet.
Le saut à la perche est la passion de ces deux jeunes de 18 ans de Grimisuat (VS). Valentin Imsand et Justin Fournier sont des espoirs dans cette discipline. Qui sait si, avec leurs bonds à plus de 5 mètres, ils ne décrocheront pas bientôt des étoiles (ou des médailles) au firmament?





Blikk, Hongrie. Photo: Tamás Korponai. Il y a tant de douleur, de déception et de souffrance dans cette image. Et tant de malchance! La coureuse de relais Femke Bol est tombée à cinq foulées seulement de l'arrivée, si bien que son équipe a manqué un premier rang qui lui était presque assuré. A sa place, c'est Alexis Holmes qui a remporté la victoire. La photo a été prise aux Championnats du monde d'athlétisme de Budapest en août 2023.



Pour les
transformations
numériques,
il faut savoir
gérer les gens

Depuis mars 2023, Nancy Cruickshank est membre du conseil d'administration de Ringier. Forte de son superbe bilan de performances, elle peut y apporter beaucoup. Non seulement cette entrepreneuse britannique a transféré sur le numérique des titres print de premier ordre, mais elle a aussi fondé plusieurs start-up. Pour DOMO, elle évoque ses débuts chez «Vogue», sa passion pour les technologies, les femmes dans des positions dirigeantes.

Interview: Barbara Halter | Photo: Karin Heer

Vous avez commencé votre carrière au sein de l'édition britannique de «Vogue». Une des premières «covers» auxquelles vous avez participé concernait les modèles Cindy Crawford, Naomi Campbell, Tatjana Patitz, Christy Turlington et Linda Evangelista. C'était en janvier 1990. Cet automne, quatre d'entre elles ornaient la «cover» de septembre. Qu'est-ce que ça vous a inspiré?

Pour moi, elles resteront toujours des super-modèles parfaites. La «cover» de 1990 est le symbole d'un temps que je me rappelle très vibrant. C'était excitant de tra-

J'ai vite été accro à ces nouvelles technologies. ”

vailler pour «Vogue». Les médias «lifestyle» étaient dans une phase d'épanouissement et nous nous sommes montrées très innovantes. Mais quand j'ai revu cette «cover», j'ai aussi pensé à quel point notre société est devenue plus inclusive et plus diverse. Ces femmes ont toujours l'air renversantes, mais le monde a vraiment changé!

Restons-en encore aux années 1990.

A l'époque, vous dirigiez le marketing de «Vogue».

En quoi consistait votre travail?

A l'époque, cela signifiait que l'on s'occupait surtout d'études de marché. J'étais face à un gros ordinateur et j'y entrais des codes pour comprendre combien de femmes lisaient «Vogue» tout en étant clientes de la banque HSBC. Et à quoi ces chiffres ressemblaient comparativement aux lectrices de «Marie-Claire» ou d'«Elle». Ces débuts m'ont évidemment conduit plus tard à m'intéresser aux clientes et aux utilisateurs finaux.

En 1996, vous avez lancé en Grande-Bretagne Condé Nast Online, dont font partie des titres comme «Vogue», «World of Interior» et «GQ».

La numérisation en était alors encore à ses balbutiements. D'où teniez-vous votre savoir?

A l'époque, j'étais au milieu de la vingtaine et je venais de voir internet en guignant l'écran d'ordinateur d'une autre personne. Je ne plaisante pas! A l'époque, il n'y avait ni Google, ni journaux en ligne. Je n'étais pas une experte en technologies, mais j'étais fascinée par les innovations. Et j'étais ambitieuse. «Qu'ai-je à perdre?» me disais-je. J'ai vite été accro à ces nouvelles technologies. Depuis lors, je n'ai plus rien fait dans ma carrière qui ne passe pas par la numérisation ou qui ne comporte pas de révolutions techniques.

Vous avez été élue le printemps dernier au conseil d'administration de Ringier. Avez-vous une idée précise de ce que vous voudriez y apporter?

Bien sûr. Mais en tant que nouvelle administratrice, il est important qu'en cette première année j'écoute et pose les bonnes questions. Même si je suis active depuis longtemps dans le secteur des médias et que j'ai beaucoup d'expérience des grandes places de marché – y compris dans les paris sportifs – je souhaite d'abord apprendre à connaître dans le détail les particularités et les nuances de cette entreprise. Ce que Marc Walder et Michael Ringier ont réussi ces douze dernières années dans la transformation numérique est impressionnant. Cela exige beaucoup de courage, de volonté et de talent. Et bien sûr aussi beaucoup d'argent.

Quel genre de compétences apportez-vous au conseil d'administration?

Sûrement mon orientation vers les marchés. Par ailleurs, j'ai déjà accompagné plus d'une fois, avec succès, des sociétés de médias et des entreprises familiales sur la voie de la numérisation. Que ce soient les Murdoch avec la TV à péage britannique Sky ou la famille Barclay avec le quotidien «The Telegraph».

Vous vous mobilisez pour les femmes à des postes de dirigeantes.

Est-ce toujours nécessaire en 2023?

Il y a eu beaucoup de progrès mais, à examiner les chiffres, nous ne sommes pas encore dans la cible. Le fait est que nous avons trop peu de femmes dans le pipeline des postes dirigeants. La promotion des femmes est une tâche compliquée. En tant que femme, je ne veux pas être embauchée à cause de mon sexe mais

Les CEO qui réussissent le mieux sont de brillants communicateurs.



parce que je suis la personne la plus adéquate pour le poste. Dans les métiers techniques, les femmes et les jeunes filles manquent souvent de confiance en elles. Ce qui est complètement faux: pour réussir dans l'économie, il faut avoir des aptitudes à la coopération. Les CEO qui réussissent le mieux sont de brillants communicateurs. Et ils savent gérer les gens, ce qui est décisif en matière de transformation numérique: dans ce domaine, il est question de données à hauteur de 10%, de technique à 20% et tout le reste n'est qu'interactions humaines.

La diversité vous importe également en termes sociaux et ethniques.

Comment la promouvoir en entreprise?

C'est l'arrière-plan social qui est le plus difficile à casser. La nouvelle flexibilité née à la faveur de la pandémie a eu des effets positifs sur la diversité. Des mères – bien sûr des pères aussi – travaillent à la maison, peuvent emmener les enfants à l'école ou lancer le lave-linge entre-temps. Pour les entreprises, ces formes de travail différentes sont un défi mais, au bout du compte, tout le monde en bénéficie.

Vous avez eu deux enfants au moment même où une de vos entreprises démarrait.

Comment vous êtes-vous organisée?

J'ai eu de la chance. J'avais 32 ans quand Meg est née, 33 ans quand est arrivée Emma. Avec mon mari, nous sommes partagé les tâches et, en tant que patronne d'une entreprise qui marche, j'avais de quoi payer une nurse. Ce qui m'importe bien davantage concernant mes filles: quand on est une mère qui travaille on éprouve toujours un sentiment de culpabilité. Maintenant qu'elles sont adultes toutes les deux, je me rends compte à quel point ce sentiment était inutile. Mes filles sont fières de moi et, sur le plan professionnel, elles me voient comme un modèle.

Vos filles ont aujourd'hui 19 et 20 ans. Comment percevez-vous cette génération, notamment en ce qui concerne le monde du travail?

La génération Z est certainement plus orientée vers le but et veut travailler dans des entreprises qui agissent de manière responsable – mais c'est le cas de la plupart des personnes avec lesquelles je travaille. ●

Bio:

Nancy Cruickshank, 52 ans, a travaillé aussi bien comme entrepreneuse à son compte que comme dirigeante pour d'autres entreprises. Elle a fondé plusieurs start-up, parmi lesquelles MyShowcase, une plateforme de produits cosmétiques que le «Sunday Times» a classée en 2016 parmi les 15 start-up britanniques à la croissance la plus rapide. Elle a été en dernier lieu Chief Digital Officer du Carlsberg Group. Elle habite Londres avec son mari et a deux filles adultes.

Je veux tout apprendre

Douze jeunes talents Ringier venus de six pays ont fait en décembre le voyage de Zofingue pour la première Global School of Journalism.

Texte: Peter Hossli
Photo: Linda Käsbohrer



Derrière, de g. à dr.:
Alexandru Barbu, Kwame Boakye, Samson Toromade, Remus Dinu, Sebastian Pricop, Nemanja Vidić, Iva Jevctić.
Devant, de g. à dr.: Nina Siegrist, Alexandra Șerban, Marek Biró, Matej Príbelský, Edina Juhász, Peter Hossli, Barbara Szabó.

Souvent, le bon journalisme commence par une question: comment fait Ringier pour conserver ses jeunes talents dans le monde entier? Eventuellement par un séjour en Suisse? Une formation continue? Un échange avec d'autres talents? Réponse: avec tout cela à la fois! C'est pourquoi, en décembre, 12 jeunes journalistes venus de six pays ont fait le voyage de Zofingue pour la Semaine d'école internationale Ringier. Ils et elles sont venus de Serbie, de Hongrie, de Slovaquie, de Roumanie, du Ghana et du Nigeria. La Global School of Journalism a été organisée par Nina Siegrist, Head Editorial Ringier Global Media Unit, Peter Hossli, auteur de cet article et directeur de l'Ecole de journalisme Ringier, l'assistante de rédaction Fatima N'Gom et la spécialiste RH Maximiliane Lorenz.

Alexandra Șerban travaille depuis 2021 pour le quotidien roumain «Libertatea». «J'ai étudié l'histoire, dit-elle pour commencer. Maintenant, à Zofingue, je veux tout savoir du journalisme.» Elle a appris deux ou trois choses. Christoph Winterbach, journaliste au «Spiegel», a familiarisé les jeunes gens avec l'utilisation rédactionnelle de l'intelligence artificielle. La journaliste libre Karin A. Wenger a raconté comment elle faisait ses reportages à l'étranger. Peter Hossli, directeur de l'Ecole de journalisme Ringier, a dispensé un cours d'interview et expliqué comment naissent les idées journalistiques.

Une journée était réservée à des modules plus courts: storytelling sur les médias sociaux, formats audio et newsletter en guise de format journalistique en plein développement. Les jeunes journalistes internationaux

ont échangé avec leurs collègues de la classe actuellement en formation à l'Ecole de journalisme Ringier. Ils ont rencontré Petra Ehmann, Chief Innovation Officer de Ringier SA, Steffi Buchli, Chief Content Officer, et Laura Crimmons, chargée chez Ringier Medien Schweiz de conquérir de nouveaux publics.

La Hongroise Edina Juhász est venue en Suisse parce qu'elle voudrait «apprendre comment le journalisme classique pourra survivre envers et contre la désinformation et l'intelligence artificielle». Elle travaille comme

rédactrice pour l'édition hongroise de «Glamour». Auparavant, elle était spécialisée dans le journalisme technologique. Le Ghanéen Kwame Boakye, rédacteur en chef du portail d'informations Pulse Ghana, avait d'autres attentes: il voulait savoir «comment l'intelligence artificielle nous pousse à écrire telle ou telle histoire».

Dès le premier repas du soir à la pizzeria La Lupa, à Zofingue, les jeunes journalistes ont parlé politique. Ils ont visité ensemble le Palais fédéral, à Berne, où ils ont parlé de liberté de la presse et de démocratie directe. Le CEO de Ringier, Marc Walder, les a reçus à Zurich pour un entretien sur le métier. Cette semaine de formation souligne à quel point le journalisme est essentiel pour Ringier, a constaté le directeur de l'école, Peter Hossli. Sa conclusion: «Pour tout le monde, l'échange entre diverses cultures journalistiques aura été un enrichissement.» Et Nina Siegrist souligne: «Ringier encourage les jeunes talents. Cela permet d'intensifier la collaboration entre les diverses rédactions du groupe.» ●



Christoph Winterbach, journaliste au «Spiegel», donne des conseils pour mener des recherches à l'aide de l'IA.



Le technicien secouriste

En haut: Cristian Iosub pendant une mission d'entraînement de l'organisation de secouristes à laquelle il consacre du travail bénévole. Page de droite: Cristian chez Ringier Roumanie, photographié par Vlad Chirea.

Cristian Iosub est Chief Product Officer chez Ringier Roumanie, donc impliqué dans tous les sujets liés aux technologies et à l'innovation. Il développe par exemple une devise virtuelle pour les utilisateurs en ligne et travaille sur une voix synthétique qui se rapproche de la voix humaine. Or, à côté, il a un hobby étonnant qui ressemble plutôt à une mission.

Interview: Katrin Ambühl

“J’effectue trois ou quatre missions par semaine.



Quoique matinal, notre entretien vidéo n’est pas la première chose que Cristian Iosub aura faite aujourd’hui. Alors qu’il était en route pour le travail, il a été alerté d’un accident de voiture par un organisme de secours privé. Comme il n’était pas loin et que sa voiture est équipée de tout le matériel de premier secours, il s’est rendu sur place et a extrait un blessé du véhicule accidenté. Il l’a stabilisé et a appelé l’ambulance. Un début de journée presque normal...

Cristian, avec ton équipe vous vous occupez de domaines qui se développent à toute allure: cybersécurité, IA, protection des données... Quel est le plus gros défi?

C’est clairement l’intelligence artificielle, le fait qu’elle va toujours plus influencer nos vies jusqu’au point où elle sera parfaitement naturelle. Mais nous ne devons pas oublier ce qu’elle recèle. Après tout, aujourd’hui déjà nous utilisons beaucoup de ces outils, par exemple en voiture quand notre système de navigation Waze propose de nous guider jusqu’à la maison ou au travail. Notre job consiste à rester aux avant-postes de l’IA.

Quelles aptitudes ce travail nécessite-t-il?

L’aptitude à collaborer et à apprendre sans cesse est indispensable. Un des défis est la vitesse, un autre est la capacité à susciter l’enthousiasme des collaborateurs face aux changements technologiques. De nos jours, la façon de considérer l’information est très différente d’il y a dix ou quinze ans. Nous avons l’opportunité de nous présenter comme des pionniers de l’innovation et de tout faire pour transmettre des compétences à la jeune génération.

Combien êtes-vous dans ton équipe?

En tant que Chief Product Officer, je travaille avec diverses équipes. Elles sont toutes petites, donc rapides et extrêmement efficaces. L’équipe Web Development, par exemple, ne compte que quatre programmeurs mais l’architecture de données qu’elle a développée nous permet de faire évoluer les produits et de les adapter très vite aux attentes des utilisateurs.

Sur quoi travaillez-vous en ce moment?

Un projet à fort potentiel développé avec Bernd Volf pour la Roumanie consiste en un système de récompenses avec des points distribués aux utilisateurs pour les inte-

ractions sur le site. Avec ces points ils peuvent acquérir des produits, des services, des aventures. C’est une sorte de devise virtuelle.

Dans toutes les entreprises Ringier, les sujets «tech and product» sont primordiaux. Qu’en penses-tu et quels échanges as-tu avec les autres pays?

C’est génial de collaborer avec des gens qui ont beaucoup d’expérience dans les domaines médias, «market places» et innovation de produit. Je suis aussi heureux de coopérer à des projets globaux comme Ringier X.

Quel est ton objectif personnel dans le «tech and product»?

J’espère développer un jour un produit qui sera utilisé dans les autres entreprises. J’ai un peu le sentiment que ce sera bientôt le cas, au plus tard dans deux ans. Ma motivation et mon énergie sont énormes quand je pense à cet objectif dans l’esprit «The sky is the limit».

A propos d’énergie, quand trouves-tu encore du temps pour tes missions avec des organismes de secours privés?

Je vis deux vies en une. Le secours d’urgence n’est pas une activité de loisir mais une partie intégrante de ma vie. J’effectue trois ou quatre missions par semaine: premiers secours en cas d’accident de voiture, recherche de personne disparue. Nous sommes 150 secouristes, une cinquantaine d’entre nous disposent d’un équipement ultramoderne: défibrillateur, drone à détection de chaleur, moniteur médical, etc. D’autres ont simplement suivi un entraînement de premiers secours.

Pourquoi fais-tu ça?

J’ai un emploi magnifique chez Ringier Roumanie, une famille avec trois enfants en bonne santé. J’en suis très reconnaissant. Ma famille me fournit tous les jours de l’énergie à 110%. Je souhaite rendre quelque chose à la société. D’ailleurs, mon épouse partage cette activité avec moi: nous avons créé ensemble une ONG de «cybersecurity education». Le projet sensibilise les écoliers aux dangers du cyberspace et leur fournit des outils pratiques. Ma femme est en ce moment en Hongrie pour un programme de formation dans ce domaine. L’an prochain, nous prévoyons pendant nos vacances des cours et des ateliers pour plus de 5 000 étudiants de la région de Bucarest. ●



On ne prête pas forcément à la jeune génération la passion de la lecture, le bonheur de tenir un livre en main. Il existe pourtant parmi les «digital natives» une tendance croissante: communiquer l'amour d'un livre via TikTok. Les influenceurs fous de livres voient leur public de fans grossir et la tendance BookTok a même contaminé les librairies et la Foire du livre de Francfort. Noëmi Santos, 21 ans, est l'une des rares booktokeuses suisses. Elle raconte comment BookTok se distingue des rubriques littéraires des journaux et pourquoi les livres imprimés survivront toujours.

“ Comme booktokeuse, j'assume une responsabilité

Sara Belgeri et Noemi Hüsser

Noëmi Santos rigole et brandit un gros paquet devant la caméra de son smartphone. A l'aide de ciseaux, elle coupe le scotch et défait l'emballage. A l'intérieur, une boîte contenant quatre livres de la série «Le prince cruel». Elle oriente les dos dorés des livres vers la caméra, extrait les bouquins et s'extasie devant les pages illustrées d'elfes et de princes. «Avez-vous jamais vu des livres aussi beaux?» écrit-elle en anglais en guise de légende. La jeune femme de 21 ans est booktokeuse. Elle lit des livres et publie à leur propos des vidéos sur TikTok. «Personne n'aurait jamais imaginé ça d'elle», avoue la maman de Noëmi dans l'entrée de leur villa d'Egerkingen (SO). Sa fille, pense-t-elle, est plutôt introvertie et réservée. Pendant longtemps, elle n'a pas su qu'elle publiait des vidéos. Or 17 000 personnes suivent Noëmi sur TikTok. Certaines de ses vidéos recensent plus de 1 million de vues. Elle réalise la plupart d'entre elles dans sa chambre. Mais la voici un peu nerveuse, admet-elle, quand il s'agit de raconter son aventure sur TikTok.



Les livres devenus populaires sur BookTok se bousculent sur les étagères de Noëmi. On se croirait dans une vraie librairie. Car le BookTok a bel et bien débarqué dans le commerce de livres: dans plusieurs de ses magasins, Orell Füssli a installé des rayons avec les titres en vogue. La librairie organise aussi des manifestations en présence de booktokeurs, notamment avec Noëmi Santos. «Lorsque je suis sollicitée pour des interviews ou des événements, c'est parfois comme dans un film.»

Dragons, elfes et ondines

Pour Noëmi, lire et produire des vidéos sur TikTok forme un tout. Elle publiait depuis longtemps ses vidéos de vacances quand, en 2020, elle tombe sur «Harry Potter». Noëmi a envie de donner son avis et se met à lire les romans. «Je n'avais jamais vraiment lu auparavant.» Mais la série qui évoque l'apprenti magicien l'a fascinée. Elle enregistre sa première vidéo évoquant un livre. Devant la caméra, elle alerte en anglais: «Hé BookTok, j'ai besoin de votre aide. Qu'est-ce que je dois lire d'autre?» La vidéo recueille 411 commentaires. L'échange, le débat, le commentaire sur des livres, c'est ce que Noëmi apprécie le plus dans BookTok. «Parmi mes proches, c'est

presque impossible.» Elle poste toujours plus de vidéos évoquant des livres. Son compte enflé et Noëmi remarque qu'elle aime ça. Elle lit et commente surtout des histoires fantastiques où il est questions de magiciens, de dragons, d'elfes et d'ondines. «J'aime me plonger dans des univers différents.» Dans des univers où d'autres règles ont cours.

Dans les romans de fantasy, le romantisme n'est en général qu'accessoire; d'ailleurs, souvent, ça l'ennuie. «C'est toujours la même histoire et, parfois, c'est franchement toxique.» Elle pense notamment aux romans de Colleen Hoover. L'Américaine les vend par millions d'exemplaires et ils figurent au sommet des classements BookTok. Ils parlent d'amour, de sexe et de relations toxiques. «C'est déroutant quand une relation où, par exemple, un homme use de violence fait l'objet d'un roman. Car comme booktokeuse j'assume une certaine responsabilité.»

Ce qui est suggéré sur BookTok se vend bien. Noëmi, qui ambitionne une maturité professionnelle, travaille à temps partiel chez le distributeur de livres de Hägendorf (SO) où elle a terminé son apprentissage. «C'est là que j'ai remarqué que les choix de BookTok marchaient bien.» Autrement dit, BookTok inciterait les jeunes à lire? «Oui, pense Noëmi, puisque les jeunes sont particulièrement branchés sur TikTok. Et si cela permet aux gens de découvrir une passion pour les livres, tant mieux.»



Alfredo Schilirò, chargé de communication chez Orell Füssli, confirme que grâce à BookTok les jeunes lisent davantage. Orell Füssli le mesure notamment par l'augmentation des membres de programmes pour jeunes et celle des followers sur les canaux TikTok et Instagram d'Orell Füssli. Alfredo Schilirò confirme également que ce qui est recommandé sur BookTok se vend bien. «Nous enregistrons une nette hausse de la demande dans les genres romance à l'eau de rose et jeunes adultes. BookTok a en outre pour effet que les livres physiques sont devenus des objets plus recherchés, surtout ceux dont la couverture est attrayante et dont la tranche est colorée. «On les expose, on les montre en guise de contribution sur TikTok.»

Noëmi se décrit comme une lectrice lente. «En général, je lis deux ou trois livres par mois.» Il lui est arrivé de filmer pendant toute une semaine le nombre de pages qu'elle lisait chaque jour. Parfois aucune. «Je ne veux pas que les gens

pensent qu'ils ne sont pas de vrais lecteurs assidus sous prétexte qu'ils lisent moins que d'autres.» Cela dit, elle se laisse aussi influencer par BookTok. Elle présente une sensation sur BookTok, le roman fantastique «Fourth Wing» de l'auteure américaine Rebecca Yarros. Le dos est doré, la tranche est ornée de feuilles bleues. Noëmi a compris que sur BookTok l'esthétique joue un rôle majeur. L'esthétique plus que le contenu, des livres faciles, c'est bien ce que des critiques littéraires classiques comme Denis Scheck reprochent aux booktokeurs. Il siégeait comme juré aux BookTok Awards de la Foire du livre de Francfort, remis pour la première fois cette année. Dans son émission «Druckfrisch», il a décrit le roman de Rebecca Yarros comme une «fantasy militariste fumeuse». Il ne l'avait pas sélectionné pour un prix, au grand scandale de la communauté BookTok. Noëmi Santos se montre critique: «C'est ainsi que l'on enlève aux gens le plaisir de lire. Il va de soi que les bouquins BookTok ne sont pas ceux farcis de mots prétentieux qu'on lit à l'école.» Booktokeurs et critiques littéraires s'adressent à des publics différents. Cela se remarque non seulement à la sélection des ouvrages, mais aussi au type de compte rendu.



C'est du moins ce que pense Noëmi: «L'accent est placé sur le ressenti que l'on éprouve en lisant.»

Par rapport aux pays anglo-saxons, BookTok demeure une tendance de niche en Suisse. L'activité de Noëmi reste un passe-temps. Elle ne planifie pas vraiment ses vidéos, leur nombre dépend du temps à disposition, de ses envies et de ses idées. «Je ne veux pas rester dans ma chambre sans parler à personne.» Elle poste aussi des vidéos qui n'ont rien à voir avec des livres. Ça marche moins bien, mais ça lui est égal. «Mon compte est un peu mon journal.» Bien sûr qu'elle souhaite renforcer sa pénétration et pratiquer davantage de coopérations. «Mais je continue tant que j'y trouve du plaisir.»

Noëmi serait heureuse que la communauté BookTok grandisse en Suisse. Et «ce serait cool» d'écrire elle-même un livre un jour. Elle a déjà fait un premier essai en participant à un concours au terme duquel son histoire a été imprimée. Elle est convaincue que les livres imprimés survivront. «C'est chouette de ne pas toujours avoir que des instruments numériques entre les mains.» Pour elle, les livres ne servent pas qu'à être lus, mais aussi à être collectionnés et exposés. On le constate dans sa chambre, où les étagères sont emplies d'éditions très colorées. ●



Vers le compte BookTok de Noëmi Santos

Big Business Booktok

Le marché international du livre connaît un renouveau. Un renouveau que l'on doit également à BookTok. Sous le hashtag #BookTok, qui compte plus de 196 milliards de vues, des millions de vidéos de recommandations de lecture sont postées et des clubs de lecture virtuels se tiennent. Et certains booktokeurs en tirent même de l'argent, comme Ayman Chaudhary, 21 ans, qui compte une communauté d'environ 950 000 fans de livres. Selon une estimation d'Aura Print, elle gagne environ 1 300 francs par post. Les auteurs qui gagnent beaucoup plus sont ceux dont les livres sont bien accueillis par la communauté TikTok. En tête, l'Américaine Colleen Hoover. Le hashtag #colleenhoover a enregistré plus de 4 milliards de vues au cours des trois dernières années. Trois de ses livres figurent constamment sur la liste des best-sellers #BookTok depuis son lancement par TikTok et Media Control au printemps 2023. Avec sa vingtaine de romans, Colleen Hoover a également réussi à se hisser sur la liste des best-sellers du «New York Times».

Noemi Hüsser, 24 ans, travaille pour le «Beobachter» et suit les cours de l'Ecole de journalisme Ringier. Elle aime lire de la littérature contemporaine allemande, en ce moment «Vatermal» de Necati Öziri.

Sara Belgeri, 28 ans, fréquente l'Ecole de journalisme Ringier et travaille actuellement au «Sonntags-Blick». Ses lectures actuelles: «Lessons of Chemistry» de Bonnie Garmus et «Hässlichkeit» de Moshtari Hilal.



Le chemin parcouru entre l'idée et l'achèvement du livre ressemble à un joli marathon. Je rencontre son auteure deux jours avant son lancement, le 13 octobre, à la Maison de la Presse. Nina Heinemann débarque tout juste d'un vol parti d'Egypte, car elle habite désormais à El Gouna, au bord de la mer Rouge. Elle rayonne d'énergie et raconte ce que recèle son livre «Fit und schmerzfrei» («En forme et sans douleur»). Il évoque des hasards, des amitiés et des clientes enthousiastes.

Pendant le confinement dû au covid, Ringier a souhaité offrir à ses collaborateurs en télétravail quelque chose en rapport avec la santé et le sport. Une amie de Nina Heinemann, la responsable Facility Management Services Sandra Vonderrach, faisait partie de la Corona Task Force. Elle recommanda Nina pour des entraînements en ligne. Ils se concrétisèrent et les vidéos ont enthousiasmé les collaborateurs, dont certains sont devenus de vrais fans. «Je travaille aujourd'hui encore avec quatre des participants du début», s'enorgueillit l'entraîneuse personnelle. Sarah Berndt, cheffe des Editions Beobachter, fait partie de ces quatre-là. Et deux ans après le début de la pandémie, elle proposa à Nina Heinemann de réaliser un livre en commun. Dès la préface, on comprend qu'il ne s'agit pas d'un simple recueil d'instructions: elle a été rédigée par le fameux orthopédiste Christian Gauss.

Fascinants fascias

Nina Heinemann a fait des études en économie d'entreprise et a longtemps été une animatrice appréciée sur une chaîne de TV allemande. Cela dit, ses véritables intérêts se situaient plutôt du côté de la médecine et du sport. Elle a étudié la médecine quelques semestres et a remis en question pas mal de dogmes. «A l'époque, personne ne parlait encore du fascia et de sa signification. Or c'est justement ce

Les sujets liés à la santé et à la forme physique ont un énorme succès. A la mi-octobre, la maison d'édition Beobachter a publié un ouvrage consacré au fitness qui met l'accent sur la complétude, le refus de la douleur et le bien-être. Un ouvrage qui ne promet pas un corps de rêve en deux temps, trois mouvements, mais qui combine des instructions sportives avec des connaissances médicales. Cette publication soutenue par des experts en médecine est passionnante et ce qui a présidé à sa naissance ne l'est pas moins.

Texte: Katrin Ambühl | Photo: Julian Metzger



En plus de l'ouvrage il y a les «live-workouts» de Nina Heinemann tous les lundis à 18.00 et le jeudi à 17.30. Les collaborateurs de Ringier jouissent d'un rabais. Inscription avec code Ringier à l'adresse nh@ninaheinemann.com.

qui m'intéressait!» Elle entend considérer le corps dans sa globalité et comprendre comment les fascias et les muscles interagissent.

Quelques années plus tard, une connaissance de son mari développait le Blackroll pour servir de base à une nouvelle méthode d'entraînement. Là aussi les fascias jouent un rôle essentiel. Nina Heinemann a étudié la méthode à fond en tenant toujours compte de l'aspect médical. Cela fait aujourd'hui plus de dix ans qu'elle travaille comme coach personnelle. «Mes clientes et clients sont des personnes qui arrivent à bout et ne savent plus comment rebondir, mais ne veulent pas pour autant passer par la chirurgie», explique Nina. Il s'agit de patients à douleurs chroniques, de personnes qui ont des problèmes de dos, de cervicales, de disques ou qui se sentent limitées après un accident. «Je crois résolument que le corps sait se guérir tout seul à 99%», dit-elle avec conviction.

Mais précisément pour les personnes qui souffrent de douleurs persistantes ou de maux de dos, cela suppose un travail régulier sur le corps. Nina soutient ce processus grâce à son savoir-faire sportif et à ses connaissances en médecine. Elle dispense des conseils précis que l'on retrouve aussi dans son livre. Chaque exercice est assorti d'une vidéo que l'on obtient à l'aide d'un code QR (c'était une exigence de l'auteure). Les exercices sont illustrés dans le livre par de grandes photos et les instructions résumées par des mots-clés. Cela assure clarté et lisibilité.

Après notre rencontre à la Maison de la Presse, le marathon quotidien de Nina Heinemann reprend. Elle se rend chez un client dont elle s'occupe en ligne mais qui souhaite son assistance en personne. ●

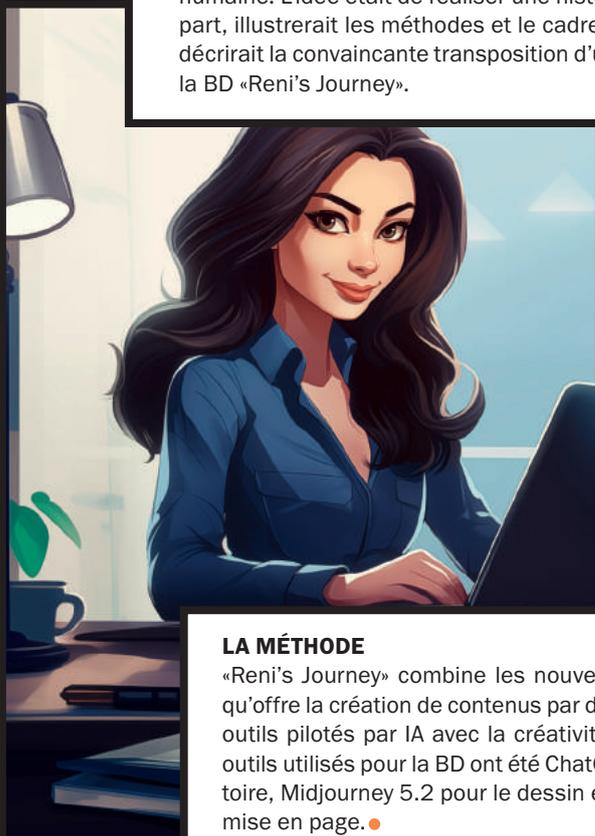
Le making of de «Reni's Journey»



UNE BD RÉALISÉE À L'AIDE DE L'IA

L'IDÉE

L'équipe d'innovation Ringier dirigée par Petra Ehmann, Chief Innovation & AI Officer, a développé un concept visant à mettre en évidence le potentiel illimité de l'IA en combinaison avec la créativité humaine. L'idée était de réaliser une histoire à la fois divertissante, didactique et inspirante qui, d'une part, illustrerait les méthodes et le cadre conceptuel de l'équipe d'innovation Ringier et, d'autre part, décrirait la convaincante transposition d'un projet d'IA dans un produit physique. Ainsi est née l'idée de la BD «Reni's Journey».



LA MÉTHODE

«Reni's Journey» combine les nouvelles possibilités qu'offre la création de contenus par des processus et outils pilotés par IA avec la créativité humaine. Les outils utilisés pour la BD ont été ChatGPT-4 pour l'histoire, Midjourney 5.2 pour le dessin et Figma pour la mise en page. ●

LE SCÉNARIO

Reni, l'héroïne, exploite tout son potentiel et trace imperturbablement sa voie jusqu'à ce qu'elle accède au poste de CEO de l'entreprise imaginaire Alpin AI. Reni est une «role model» mue par la volonté d'innover, une capacité sans faille de s'investir et beaucoup de détermination.



Scanner le code QR et voir la BD entière.



DOMO – Magazine d'entreprise 3/2023

Editeur: Ringier AG, Corporate Communications, Dufourstrasse 23, 8008 Zurich.

Contact: domo@ringier.ch

Rédactrice en chef: Katrin Ambühl.

Collaborateurs: Sara Belgeri, Fibo Deutsch, Barbara Halter, Peter Hossli, Noemi Hüsser.

Design/Layout/Production: Julian Metzger.

Traduction: Gian Pozzy (français), Claudia Bodmer (anglais).

Relecture: Team relecture Ringier (allemand), Valérie Bell, Celia Chauvy (français), Katrin Ambühl (anglais).

Rédaction photo: Susanne Märki.

Impression: Schellenberg Druck AG. Reproduction (même partielle) uniquement d'entente avec la rédaction.

DOMO paraît en allemand, français et anglais.

Toutes les éditions sont également disponibles sous forme numérique à l'adresse ringier.com.



Ivan Morley, A True Tale, 2018. Photo: Fredrik Nilsen
Courtesy of David Kordanski Gallery

“Lorsqu’on s’approche du tableau, on est fasciné par les coloris et un aspect désordonné. Je vois plein de choses et ne reconnais rien. Est-il simplement abstrait ou entend-il nous dire quelque chose? Soudain je reconnais un poisson suspendu, un point d’interrogation, les mots L’ORANGE, un visage puis un deuxième. Ce n’est donc pas abstrait. Tous ne voient pas ce que je vois. En revanche, ils voient d’autres images. S’agit-il par conséquent d’une devinette, d’une illusion d’optique sur laquelle il faut identifier un ou plusieurs personnages? Ou est-ce que tout cela est un pur hasard? Je ne connais pas la réponse et ne veux pas la connaître. J’apprécie ce que je vois. Le titre est intéressant: «A True Tale», une histoire vraie. Ivan Morley souhaite donc nous raconter une histoire. Mais c’est à nous de décider laquelle. Et il se peut aussi qu’il représente ses propres émotions fondées sur une histoire vraie. Il doit avoir travaillé très longtemps sur ce tableau car il est «raccommodé». Avec une machine à coudre et beaucoup de fils de couleur, il a recouvert l’ensemble de la toile de petits mouvements avant-arrière. Ce faisant, sûrement que des milliers de pensées évoquant sa «True Tale» lui ont traversé la tête. Y a-t-il eu un modèle ou est-ce que tout est né spontanément? S’agissait-il bien d’Ivan Morley ou peut-être d’un robot qui cousait sur la base d’un modèle peint? Un tableau qui me pose une masse de questions auxquelles je n’attends toutefois pas de réponses. La technique, les couleurs, l’effet produit et l’imaginaire me réjouissent trop.”

Dieter Bischof travaille depuis quarante-quatre ans à l’IT à Zofingue, désormais comme chef de l’IT Service Management. Cet amateur d’art possède quelque 450 tableaux et, sur le site de Zofingue, il sait prendre goût à toutes les œuvres exposées. Il a personnellement choisi pour son bureau le tableau représenté ici.