

Ringier

Rapport Annuel

2024



Video Link

Heji Shin

SOMMAIRE

L'entretien de l'artiste Heji Shin avec la conservatrice Beatrix Ruf	5
Prologue – Michael Ringier, éditeur	9
Les activités de Ringier en 2024 – Marc Walder, CEO	13
L'année en chiffres – Dr. Annabella Bassler, CFO	21
Épilogue – Frank A. Meyer	29
Ringier Portfolio	33
Participations importantes	45
Organisation	49
Sites Ringier	51
Rapport ESG de Ringier SA	53

L'ENTRETIEN DE L'ARTISTE HEJI SHIN AVEC LA CONSERVATRICE BEATRIX RUF

Beatrix Ruf: Heji, tes photos naviguent entre les codes de la photographie de produit, comme ceux des magazines de mode, et l'art, tout en les cassant. Le choix des sujets de tes œuvres intrigue: des coqs d'élevage au plumage spectaculaire, de petits cochons roses tout propres, des babouins saisis dans des postures presque humaines, le sujet classique de Marie et l'enfant, des nourrissons tout juste venus au monde, Kanye West, ou encore des photos de fake news où des amateurs de reconstitution historique rejouent des scènes de guerre. A travers ton œuvre, ces sujets basculent vers l'étrange, en particulier lorsqu'il s'agit d'animaux. Ils me rappellent ce concept de la robotique, la vallée de l'étrange (Uncanny Valley), qui décrit le profond malaise suscité par la ressemblance trop marquée des robots avec l'humain. Tes photos d'animaux fonctionnent de la même manière: ils sont trop humains. Comment choisis-tu généralement tes sujets? Et comment as-tu décidé de te tourner vers les photos de fusées que l'on peut voir dans le rapport annuel de Ringier?

Heji Shin: C'est une décision intuitive qui est parfois influencée par des discussions avec mes amis. Les idées, les thèmes me viennent souvent de mon entourage: parfois, je les reprends tels quels, mais le plus souvent, ils se transforment en quelque chose de complètement différent. Les sujets s'imposent d'eux-mêmes, qu'on le veuille ou non.

Les photos de fusées ont été prises pour mon exposition Heji Shin's America: Part One, qui a ouvert en novembre 2024 au Aspen Art Museum. C'est la directrice Nicola Lees et le conservateur Daniel Merritt qui ont eu l'idée d'un road trip à travers les Etats-Unis. L'idée d'une exposition sur les Etats-Unis n'est donc pas venue de moi. Mais le thème m'a parlé tout de suite: il était déjà partout, il me travaillait aussi à ce moment-là.

Beatrix Ruf: Dessiner une image des Etats-Unis, ou même l'ébaucher, c'est s'inscrire dans une longue tradition. Tu t'inscris dans les pas de nombreux photographes, surtout des hommes, comme Walker Evans, Ansel Adams ou Robert Frank.

Heji Shin: Oui, ce sont des figures majeures de la photographie américaine. Mais moi, je suis une immigrée avec un nom qui n'a rien d'américain, alors le titre de l'exposition me fait sourire. Et puis, mon travail n'a pas grand-chose à voir avec le documentaire, contrairement à ces grands noms de la photo.

Beatrix Ruf: Comment en es-tu arrivée aux sujets que tu présentes dans l'exposition: les fusées et l'Atlantique déchaîné?

Heji Shin: J'ai vraiment fait ce road trip américain, j'ai pris la route. Au début, j'ai surtout exploré la côte Est, en long et en large. Je suis aussi passée par le Texas. J'ai essayé de faire des portraits, de capturer des paysages. Et puis, à un moment, je me suis posé la question: qu'est-ce que je veux vraiment montrer? Jusqu'où aller? C'est là que l'idée de prendre en photo des fusées m'est venue. Je suis allée en Floride, et j'ai compris que ce sujet était mythique.

Beatrix Ruf: Tu as choisi les photos de fusées comme thème pour le rapport annuel de Ringier. Trois sujets ont été imprimés sous forme de posters, et c'est le hasard qui décide lequel on reçoit avec son exemplaire. La fusée, c'est à la fois l'incarnation du rêve américain tant loué par le concept de la Frontière (American Frontier), un départ et un élan vers l'inconnu et l'inattendu... mais aussi un symbole d'expansion permanente, d'amélioration, d'appropriation de nouveaux territoires – une vision impériale.

Heji Shin: Oui, cet expansionnisme qui a toujours poussé les Etats-Unis et l'Occident à avancer se retrouve dans les fusées. J'ai pris ces photos à Cap Canaveral, là où les

fusées sont lancées par la NASA et aussi par des entreprises privées comme SpaceX. Par toutes les entreprises, en fait.

Beatrix Ruf: Les fusées ne servent pas seulement à repousser les limites de l'espace habitable pour l'humanité, elles placent aussi des satellites en masse en orbite. Petit à petit, un réseau incroyablement dense de technologies de communication s'est construit dans l'espace.

Heji Shin: Oui, je pense que les satellites sont aussi l'expression de cette vision d'expansion, mais peut-être plus dans le sens de cet œil explorateur propre à la culture et à la technologie occidentales. Cela dit, ces aspects-là n'étaient pas au centre de ma démarche – je les mets même de côté en tant que contenu des œuvres. Ce que je voulais, c'était montrer les fusées de façon symbolique, pas idéologique. Et ça se ressent dans la manière dont je les ai photographiées: c'est une vision romantique.

Beatrix Ruf: Oui, ces photos de fusées sont très variées: certaines ne montrent plus que leur trajectoire, réduite à une ligne abstraite. Elles évoquent des sujets phalliques, mais aussi une vision très romantique des nuages et de ce qui se cache dans le ciel. On retrouve là de nombreuses représentations telles que nous les connaissons dans l'histoire de l'art. Qu'est-ce qui t'a donné envie d'intégrer ces photos dans le rapport annuel de l'entreprise de médias Ringier?

Heji Shin: J'ai trouvé que le sujet collait bien, notamment parce qu'il suscite un fort intérêt du public. Et puis, j'aimais bien ce parallèle entre les chiffres d'affaires et les fusées – cette image optimiste, où tout va toujours vers le haut.

Beatrix Ruf: Le rapport annuel s'accompagne de posters grand format représentant des fusées, mais tu as aussi réalisé une nouvelle œuvre: une vidéo d'un lancement. Tu es retournée en Floride pour la tourner? Le deuxième road trip de Heji Shin à travers les Etats-Unis?

Heji Shin: Oui, on peut voir un clip vidéo d'un lancement de fusée au ralenti en scannant le code QR sur la couverture du rapport annuel. C'est devenu une vidéo très minimaliste. J'ai vécu plusieurs mois à Merritt Island pour pouvoir photographier les fusées. Les lancements ont des dates officielles, mais elles sont souvent reportées. Pour être sûre d'y assister, il faut être sur place deux jours avant, car la logistique est compliquée. En fait, tout ce qui touche aux fusées l'est. Je devais donc y être physiquement, comme les photographes spécialisés dans les photos de fusées – ils sont toujours sur place, d'une manière ou d'une autre.

Beatrix Ruf: Comme en photographie de nature, la photographie de fusées dépend de la météo...

Heji Shin: Oui, photographier des fusées, c'est en fait comme photographier des paysages. D'ailleurs, les lancements sont souvent documentés par les mêmes personnes qui capturent les paysages: celles qui traquent les tempêtes, la météo, les avions, les drones... et donc, les fusées. Ce sont des hommes, à 99 %, des passionnés qui font ça très bien. C'est un travail où l'on passe son temps à courir après les sujets, et au bout du compte, on est récompensé. C'est un autre rapport à la création, parce qu'on ne construit pas l'image, on la reçoit. On s'installe, on prépare tout et il n'y a plus qu'à attendre.

Beatrix Ruf: C'est un processus totalement différent de celui que l'on connaît sur un plateau pour un shooting de mode, ou en photographiant des portraits d'animaux ou de personnes.

Heji Shin: Oui, c'en est même l'exact opposé. Dans la photographie de studio, ou même dans le portrait, on garde un certain contrôle, on peut diriger les choses. Ce n'est pas du tout le cas en photographie de paysage, qui est une expérience bien plus physique. Ici, c'est probablement un travail plus introspectif sur le sujet. On nous offre quelque chose, et avant tout, il faut le ressentir pour ensuite pouvoir se projeter dessus. Au final, il faut toujours qu'il se passe quelque chose dans l'image.

Beatrix Ruf: Qu'est-ce qui t'intéresse dans la simultanéité de la photographie et de la vidéo numérique dans ce rapport annuel?

Heji Shin: J'aime le côté tactile du poster. Les grandes images ont été pliées pour s'adapter au format du rapport, et ça, ça a un côté un peu rétro. La vidéo, par contre, c'est tout autre chose: elle ouvre un espace numérique et très abstrait. C'est le prolongement d'une idée.

Heji Shin (née en 1976 à Séoul, Corée du Sud) vit et travaille à New York. Elle a présenté des expositions individuelles dans des institutions telles que l'Aspen Art Museum (2024), Le Consortium, Dijon, France (2021) et la Kunsthalle de Zurich (2018). Parmi ses dernières expositions collectives, citons «*No Dandy, No Fun*» à la Kunsthalle de Berne (2020), «Time Is Thirsty» à la Kunsthalle de Vienne (2019) et la Whitney Biennale à New York (2019). Ses photographies ont été publiées dans des revues et des magazines du monde entier.

PROLOGUE

Michael Ringier, éditeur

D'une certaine manière, tout s'imbrique à merveille cette année. Notre rapport annuel est le reflet de ce que nous sommes et de ce que nous avons accompli. Le poster représente la partie traditionnelle de notre métier, que nous exerçons toujours avec passion. Car le journalisme a toujours été, et demeure, le cœur battant de Ringier – une mission que nous portons avec fierté, sur papier comme dans l'espace numérique. Le code QR, quant à lui, symbolise l'entreprise technologique que nous sommes devenus. Il est la clé de notre indépendance financière pour les années à venir. Et puis, il y a la fusée: elle représente ces quinze dernières années, ce grand départ vers l'inconnu que l'on essaie de garder sous contrôle.

L'artiste mise à l'honneur dans cette édition, Heji Shin, échappe à toute classification, et c'est précisément ce qu'elle recherche. Aucun cadre ne saurait la contenir. Son médium de prédilection, la photographie, se décline en une multitude d'expressions: portraits de singes ou de chameaux, clichés de nouveaux-nés, mise en scène de la guerre en Ukraine façon télé-réalité avec de faux soldats... A la Kunsthalle de Zurich, elle juxtapose même d'immenses photographies de Kanye West à des radiographies d'elle-même.

En tant qu'artiste, Heji Shin fait précisément ce qui, trop souvent, me manque dans le journalisme. Elle surprend, refuse d'être enfermée dans une case, pose des questions qui n'apportent pas de réponses toutes faites, mais qui poussent le public à réfléchir.

A l'inverse, le journalisme est de plus en plus envahi par des articles qui cherchent à imposer des réponses. Le choix des mots y joue un rôle fondamental. Lorsqu'un magazine d'une chaîne de télévision publique allemande recommande sur Instagram de parler de «crise climatique» plutôt que de «changement climatique», il s'agit d'une manipulation comparable à celle d'une célèbre actrice allemande qui suggère qu'il faudrait, dans un film,

griller des aubergines plutôt qu'un schnitzel. Peu importe, semble-t-il, si les aubergines font réellement partie du quotidien de la majorité des téléspectatrices et téléspectateurs. La NZZ parle à raison de «pensée assistée», ce qui n'a pas grand-chose à voir avec le journalisme.

Notre métier est déjà suffisamment difficile. Les Large Language Models ne font que rechercher des réponses, après avoir pillé sans vergogne tout ce qui ressemble à du contenu pour s'y entraîner. Qui plus est, une grande partie de ce contenu a été produite par des journalistes.

«Vole tous les utilisateurs, vole toute la musique»: c'était le conseil donné aux étudiantes et étudiants de l'université d'élite de Stanford lorsqu'on leur a demandé quoi faire si TikTok venait à être interdit. Si ça ne marche pas, personne ne s'y intéressera; si ça marche, on n'aura qu'à missionner une horde d'avocats pour régler le problème – voilà la recommandation d'Eric Schmidt, ancien PDG de Google. «C'est comme ça que ça fonctionne dans la Silicon Valley», a-t-il ajouté en guise de justification.

Affirmer quelque chose sans preuve est à la mode, insinuer a aussi le vent en poupe, et la provocation ne semble jamais suffisante.

Pour les personnes qui traînent sur les plateformes, c'est le quotidien des médias: polarisation et division plutôt que débat. Ou alors, il ne s'agit que de «dire», sans plus de substance. Comme l'a si bien résumé une star de la télé-réalité, lourdement tatouée, à son collègue à peine moins encré, alors assis au bord d'une piscine en Thaïlande: «Que veux-tu de plus? Tu es payé pour être ici et pour dire des conneries.»

Mais n'est-ce pas, en réalité, un cadre idéal pour ce que nous défendons: «de la recherche, des idées, des surprises, du plaisir à lire et à voir, et une foule de questions passionnantes?» Certes, financer le journalisme devient un défi croissant, mais jamais son rôle

n'a été aussi nécessaire et indispensable. A une condition toutefois: le journalisme doit, comme l'art chez Ringier, s'imposer par sa simple présence. Il est là, offert à celles et ceux qui travaillent avec nous ou qui nous lisent. Exigeant du point de vue de la qualité, il ne cherche ni à instruire ni à éduquer, ni même à choquer. Heji Shin elle-même s'en est détournée depuis quelque temps: «La provocation est simplement devenue une expérience quotidienne.»

Mais s'il y a une chose à laquelle je ne veux pas renoncer, c'est à exprimer ma gratitude. L'année 2024 n'a pas été de tout repos, mais elle a été une année riche pour notre entreprise. Au nom des actionnaires et du conseil d'administration, je tiens donc à remercier les innombrables collaboratrices et collaborateurs qui font de Ringier ce que nous souhaitons rester: une entreprise à la fois lucide, ambitieuse et florissante.

LES ACTIVITÉS DE RINGIER EN 2024

Marc Walder, CEO

La transformation numérique peut être divisée en trois étapes:

Etape 1: l'invention du World Wide Web en 1989 par Sir Tim Berners-Lee au CERN, le Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire à Genève. **Etape 2:** le lancement de l'iPhone en 2007 par Apple. Un an plus tard, lancement de l'android phone.

Etape 3: lancement de ChatGPT en novembre 2022.

Nous vivons donc dans une nouvelle ère, marquée par l'intelligence artificielle. L'intelligence artificielle générative, qui peut créer des images, des vidéos, des textes, du son, du code, des modèles 3D et des simulations avec un minimum d'efforts, est désormais une réalité qui redéfinit les processus de création, les processus de travail et la manière dont nous traitons les informations.

A l'ère de l'IA, le succès n'est plus seulement déterminé par la créativité ou l'échelle - il dépend davantage de la coordination des infrastructures technologiques et des ontologies de données sous-jacentes. La capacité de mise à l'échelle de ces bases dépend entièrement de la fluidité de leur interaction. C'est pourquoi nous en avons fait une priorité centrale chez Ringier en 2024. En harmonisant nos cadres technologiques et de données, nous garantissons que nos plateformes, produits et services fonctionnent efficacement, peuvent être adaptés de manière efficace et offrent une valeur ajoutée à nos clients et à nos partenaires.

Notre vision est claire: continuer à façonner l'avenir grâce à des stratégies audacieuses, des investissements tournés vers l'avenir et une culture de l'évolution permanente. L'IA n'est pas un ennemi à craindre, mais une opportunité à exploiter. Elle nous permet de repousser les limites du journalisme, d'améliorer les places de marché numériques grâce à des expériences plus intelligentes et plus intuitives, mais également de révolutionner les médias sportifs en rapprochant

les fans de l'action comme jamais auparavant. Avec des fondations solides, nous ne nous contentons pas de nous adapter au changement, nous le conduisons.

D'un point de vue financier, nos performances témoignent à la fois de notre résilience et de notre capacité d'adaptation stratégique. Alors que notre chiffre d'affaires a baissé à CHF 800,6 millions (2023: CHF 918,9 millions) en raison d'adaptations stratégiques de notre portefeuille, notre EBITDA a augmenté de 12,6 % pour atteindre CHF 118,8 millions (2023: CHF 105,5 millions), ce qui met en évidence notre efficacité opérationnelle et nos efforts en matière de rentabilité. Parmi les chiffres à retenir, 82 % de notre EBITDA correspondent à nos activités du secteur numérique en 2024, ce qui confirme le succès de notre stratégie de transformation numérique que l'on peut qualifier de conséquente, voire de radicale. Ces résultats reflètent notre engagement en faveur d'une croissance durable et renforcent notre position en tant qu'acteur de premier plan dans l'économie numérique.

En ce début d'année 2025, nous restons fidèles à notre mission: informer, divertir et connecter. Nos réalisations de 2024 témoignent de notre capacité à accepter le changement, à saisir les opportunités et à établir de nouveaux standards. Le numérique alimenté par l'IA et axé sur les données représente l'avenir, et chez Ringier, nous sommes à même de le façonner.

Nous allons maintenant nous concentrer sur nos trois divisions commerciales, à commencer par les **Places de marché**.

L'**unité Places de marché internationales** a de nouveau connu une année fructueuse, malgré les difficultés économiques rencontrées dans la plupart des pays. Le domaine de l'emploi a été particulièrement difficile, car les incertitudes économiques ont entraîné

une diminution des offres d'emploi et une pression accrue sur nos plateformes dédiées au recrutement. Cependant, l'offre de services plus performants et plus efficaces à notre clientèle, les entreprises, a permis de relever ces défis. En améliorant l'accès des utilisatrices et utilisateurs aux produits et en maintenant une approche centrée sur la clientèle, les places de marché ont obtenu de bons résultats malgré les conditions difficiles. De plus, en 2024, la division a activement tiré parti de l'IA, en mettant en place de nombreux cas d'utilisation ainsi que des initiatives continues en collaboration avec Palantir, le leader mondial des plateformes logicielles pour l'analyse big data.

En Suisse, **JobCloud** a résisté avec succès aux difficultés du marché en maintenant une forte dynamique grâce à des mesures ciblées. Ses principales plateformes d'emploi ont atteint un niveau d'engagement record, avec 15,4 millions de candidatures et plus de 500 000 membres supplémentaires! Les innovations basées sur l'IA ont encore amélioré les processus, la détection des fraudes et l'expérience de recherche d'emploi avec des fonctionnalités telles que *AI Cover Letter* (rédaction de lettre de motivation assistée par l'IA) et *Quick Apply* (candidature rapide), tandis que l'intégration du système de suivi des candidatures et les nouvelles fonctionnalités de navigation ont amélioré l'efficacité de la plateforme. JobCloud a reçu la distinction *Kununu Top Employer* pour la quatrième année consécutive et a connu un changement de direction, puisque le CEO Davide Villa est devenu président du conseil d'administration, Marco Bertoli lui succédant en tant que CEO pour mener la prochaine phase de croissance.

Swiss Marketplace Group (SMG) a poursuivi avec succès son impressionnante croissance en 2024. SMG Real Estate a étendu ses capacités avec l'acquisition et l'intégration de *Flatfox*, qui a permis d'améliorer les outils de communication pour *ImmoScout24* et *Homegate* ainsi que les mesures de sécurité. Le segment Automobile a mis en place des innovations importantes, notamment

AutoScout24 Direct, un tableau de bord amélioré pour les concessionnaires et *EV Hub* pour répondre à la demande croissante en mobilité électrique. *Ricardo* a célébré son 25^e anniversaire en développant son service de protection des achats, tandis que le secteur des finances et des assurances a renforcé son offre de comparaisons financières grâce à l'acquisition de *moneyland.ch*.

En Europe centrale et orientale, les entreprises du secteur des places de marché ont fait preuve de résilience, renforçant leur position grâce à des innovations au niveau des produits et à des initiatives commerciales. Le leader du marché hongrois **Profession** a confirmé son succès sur un marché de l'emploi au ralenti, avec un chiffre d'affaires et un résultat net en croissance, tout en introduisant des fonctionnalités basées sur l'IA, telles que des descriptions de postes automatisées et des retours d'information sur les candidatures. Son abonnement premium pour les personnes en recherche d'emploi a culminé à 50 000 personnes abonnées en cumul. Pour son 25^e anniversaire, **eJobs** a renforcé son statut de leader du marché en Roumanie avec le lancement de la plateforme de recrutement *iajob.ro*, qui permet des embauches immédiates dans le secteur ouvrier, tout en attirant beaucoup plus de jeunes en recherche d'emploi. **CVKeskus** a été reconnue comme l'une des entreprises à la croissance la plus rapide d'Estonie en recevant le *Gaselli TOP 2024 Award*, tandis que sa marque *CVMarket* s'est hissée pour la première fois depuis 20 ans en position de numéro 1 sur le marché de la Lettonie.

En Roumanie, le 25^e anniversaire d'**Imobiliare** a été célébré de façon marquante par la migration vers la plateforme *Cube*, qui a été développée de manière centralisée et constitue une avancée technologique majeure. De plus, les campagnes commerciales pilotées par Palantir ont permis d'améliorer la segmentation de la clientèle et de stimuler la croissance des revenus. *Imobiliare Finance* a également connu une croissance exceptionnelle de 80 % de son chiffre d'affaires net en 2024. **United Classifieds** a renforcé sa position de leader sur les marchés slovaques de

l'immobilier et de l'automobile grâce à une interface remaniée. En Pologne, **Grupa Morizon-Gratka** a repositionné Gratka en tant que plateforme spécialisée dans l'immobilier et l'automobile, en l'intégrant à Morizon, ce qui a permis d'augmenter les taux de conversion organiques de 30 %. **Lendi** s'est assuré une part du marché hypothécaire de 15 %, tout en atteignant des chiffres records en termes de revenus et d'EBIT, grâce à l'expansion de son réseau pour le conseil en hypothèques.

Ringier One Media Africa a continué à étendre sa présence sur le continent africain: **The African Talent Company (TATC)** a renforcé sa position de premier opérateur de plateforme de recrutement numérique au Nigeria, au Kenya, au Ghana et en Ouganda, en développant son activité principale et ses partenariats. Depuis 2020, TATC et son partenaire stratégique *The Mastercard Foundation* ont permis à plus de 2,4 millions de jeunes d'Afrique de se perfectionner et à plus de 600 000 de trouver un emploi gratifiant.

Poursuivons avec les résultats de notre division **Media**.

L'industrie des médias évolue rapidement et l'année 2024 a été marquée à la fois par des défis et des opportunités. Alors que la presse traditionnelle continue de reculer et que le marché de la publicité reste difficile, un journalisme digne de confiance n'a jamais été autant demandé. A l'ère des contenus générés par l'IA et de la désinformation sur les plateformes de médias sociaux, les marques de médias qui gagnent la confiance, apportent de la clarté et engagent le public grâce à une narration convaincante continueront à connaître le succès. L'IA offre une occasion unique d'améliorer le journalisme en le rendant plus créatif, plus efficace et plus perspicace. En associant l'innovation technologique à nos valeurs fondamentales d'honnêteté, de crédibilité, d'intégrité et d'indépendance, nous renforçons notre rôle en tant que source d'information fiable.

En 2024, **Ringier Médias Suisse (RMS)** a continué à renforcer sa position en tant qu'acteur clé des médias suisses, atteignant

4,6 millions de lecteurs et lectrices à travers ses 20 principales marques de médias. Cette année a été marquée par une refonte majeure de *Blick*, avec l'introduction d'une nouvelle image de marque et d'un nouveau logo, ainsi que de *Blick.ch*, avec une narration moderne et des formats de contenu innovants. De plus, RMS a élargi sa portée numérique en dépassant les 30 000 personnes abonnées au service numérique uniquement, dont plus de 25 000 pour *Blick+*. Les autres marques ont également réussi des performances solides, notamment *Bilanz*, qui a augmenté son lectorat de 10,1 % pour atteindre 126 000 lectrices et lecteurs, et *Landliebe*, qui reste le magazine le plus lu de Suisse avec un lectorat de 554 000 personnes. En parallèle, *Beobachter* a lancé une nouvelle application et un chatbot, améliorant ainsi l'engagement numérique.

Ringier Médias Suisse continue de s'engager pour l'innovation. En partenariat avec *Google Cloud*, Ringier développe un chatbot alimenté par l'IA afin d'améliorer les offres numériques de *Blick* par le biais de la recherche conversationnelle. En outre, RMS, avec d'autres éditeurs suisses, a rejoint l'initiative *Google News Showcase Switzerland*.

Admeira, notre principal distributeur TV pour la SRG SSR, a élargi sa portée en proposant une nouvelle offre publicitaire en collaboration avec *CANAL+ Suisse*. Admeira renforce ainsi sa présence en Suisse romande et dans le domaine de la publicité sportive à la télévision. Par ailleurs, 2024 a également été une année record avec le *Championnat d'Europe de football* et les *Jeux olympiques d'été*, qui ont donné lieu au taux de monétisation le plus élevé jamais enregistré.

Dans les pays d'Europe centrale et orientale, **Ringier Media International (RMI)** a accéléré sa transformation, en se concentrant sur l'excellence numérique, l'intégration de l'IA et la croissance durable. Le guide *Ringier Digital Media Playbook* a défini le cadre stratégique de l'édition numérique, tandis que les plateformes basées sur l'IA, telles que *Palantir* et la génération automatisée de contenu ont amélioré l'efficacité de la rédaction. Afin d'améliorer la stratégie liée au

contenu, les rédactions de RMI ont également adopté le *User Needs Model* de Ringier pour un engagement plus ciblé du public.

Par conséquent, plusieurs marques de RMI ont connu une croissance remarquable, notamment *Aktuality.sk*, qui a enregistré une croissance des abonnements de 75 % en glissement annuel et, en fin d'année 2024, *Libertatea* s'est hissé à la première place parmi les sites d'information roumains avec 10,3 millions d'utilisateurs et d'utilisatrices uniques. En Serbie, *Blic* a conservé sa part de marché de 74 % dans le domaine de l'édition numérique, tandis que Ringier Slovakia était leader du trafic Internet local. En outre, RMI a élargi son portefeuille d'événements: Ringier Serbia a hébergé la *Green and Business Leaders Conference* et Ringier Hungary a lancé la conférence et le festival *TECHXPO*. Pendant ce temps, **Ringier Axel Springer Polska** a renforcé sa position de leader sur le marché: *Onet* est devenu le site d'information le plus visité de l'UE en septembre 2024 et le *Reuters Institute* l'a classé comme le média en ligne le plus fiable de Pologne pour la septième année consécutive.

En Afrique, **Pulse** a consolidé sa place en tant que première marque spécialisée dans les médias sociaux en Afrique, atteignant 65 millions d'utilisatrices et d'utilisateurs ainsi que 12,3 millions de personnes abonnées sur TikTok. Des initiatives clés telles que les Pulse Influencer Awards et les Pulse Picks ont stimulé l'engagement, tandis qu'une couverture percutante de certains événements, notamment les manifestations de la génération Z au Kenya, a renforcé sa crédibilité.

Observons maintenant **Ringier Sports Media Group (RSMG)**, le pilier stratégique le plus récent.

Créé en 2022, Ringier Sports Media Group est rapidement devenu une force motrice des médias sportifs numériques, redéfinissant l'excellence en prônant l'innovation, l'ambition et la créativité. Au cours de l'année écoulée, le groupe a consolidé sa position de leader européen et a étendu sa présence dans huit pays tout en gagnant la confiance

de plus de 25 millions d'utilisateurs et utilisatrices par mois. La recherche de la croissance continue de façonner le parcours de RSMG.

En 2024, **GSP.ro** a célébré son 100^e anniversaire, marquant un siècle d'excellence dans le journalisme sportif roumain. Ce jalon important a été associé à une transition audacieuse vers une stratégie tournée en priorité vers le numérique, ce qui a permis d'augmenter les performances de 10 % en glissement annuel et d'atteindre les meilleures performances de l'histoire de Ringier, consolidant ainsi la place de GSP.ro au cœur du sport roumain.

Pendant l'été 2024, RSMG a démontré son ambition en assurant une couverture de classe mondiale d'événements emblématiques tels que l'*Euro 2024* et les *Jeux olympiques d'été*, ce qui lui a permis de battre tous les records avec 27 millions d'utilisatrices et utilisateurs. Le franchissement de ces étapes a démontré la capacité de RSMG à réunir le public de huit pays différents grâce à un contenu sportif inégalé, ce qui nous a permis d'accéder à une position de leader en Europe.

Un nouveau jalon a été atteint au mois d'août, lorsque **A Bola** a dépassé les cinq millions d'utilisateurs et utilisatrices par mois. La marque a mené sa première transformation numérique tout en restant la référence des médias sportifs portugais, ce qui démontre sa capacité à rester pertinente et son engagement en faveur de l'innovation, tout en mettant à l'honneur son riche héritage. En décembre, le média néerlandais **Sportnieuws.nl** a dépassé toutes les attentes en multipliant sa portée mensuelle par plus de deux seulement onze mois après son lancement. Cette croissance remarquable a fait de *Sportnieuws.nl* le nouvel acteur majeur du marché néerlandais, désormais incontournable.

De plus, **Sportal.rs** (Serbie) et **Sport.sk** (Slovaquie) ont conservé leur position de numéro un sur les marchés tout au long de l'année, soulignant ainsi leur autorité et leur influence constantes. Parallèlement, **Sportal.bg** (Bulgarie) a connu une nouvelle

année d'excellence commerciale. En application du playbook de RSMG, la marque a accueilli des invités de classe mondiale dans ses studios de Sofia et a continué à franchir des étapes en matière de réussite opérationnelle.

L'innovation a été au centre des efforts de RSMG en 2024, avec le lancement de **transcréations assistées par l'IA et le déploiement d'applications mobiles**. Le service de transcréation assistée par l'IA s'appuie sur le portefeuille international de RSMG, permettant à nos journalistes de publier des articles qui ont été rassemblés et traduits dans les langues locales sur les différents marchés. Simultanément, de nouvelles applications ont été lancées au Portugal, en Slovaquie, en Grèce et aux Pays-Bas, ainsi qu'une application remaniée en Serbie, qui a permis d'améliorer l'expérience des utilisatrices et utilisateurs et de moderniser et d'harmoniser l'apparence de l'application. Ces avancées reflètent l'engagement en matière de leadership de Ringier Sports Media Group, qui intègre une technologie de pointe dans ses flux de travail et apporte une valeur ajoutée aux fans de sport dans toute l'Europe.

La perspective pour RSMG en 2025: renforcer l'intégration de l'IA dans les flux de travail, ce qui permettra aux équipes d'atteindre des niveaux inédits d'efficacité et de créativité. Le produit et le contenu étant au cœur de notre stratégie, l'année sera marquée par des lancements passionnants et des améliorations structurelles qui redéfiniront la manière dont RSMG engage et captive son public.

Etudions maintenant trois **entreprises du portefeuille que nous n'avons pas évoquées lors du passage en revue des divisions**.

Ticketcorner a renforcé sa position de premier fournisseur de services de billetterie en Suisse, en vendant un nombre record de 11,9 millions de billets pour 17 000 événements. Le concert de Taylor Swift, avec 90 000 billets vendus, a mis en évidence sa capacité à gérer l'accès à la billetterie numérique et sur site. Ticketcorner a également introduit l'automatisation des services à la clientèle basée sur l'IA et a obtenu d'importants droits de billetterie internationaux, notamment pour l'*Eurovision 2025*, le *Championnat du monde de hockey sur glace 2026 de l'IIHF* et l'*EURO féminin de l'UEFA 2025*.

Energy Group est restée la première radio privée de Suisse, avec 678 000 auditeurs et auditrices chaque jour. Le projet *Radio 3.0*, qui verra le jour en mars 2025, permettra la diffusion nationale de contenus régionaux.

Ensuite, nous soulignons deux changements importants dans notre portefeuille: **Swissprinters** et **DeinDeal**.

Les dernières années ont été de plus en plus difficiles pour le marché européen de l'impression. Chez **Swissprinters**, la persistance des coûts élevés du papier et de l'énergie, la baisse des volumes d'impression et la perte de contrats clés ont rendu impossible tout avenir économiquement viable. Malgré des efforts d'adaptation continus, nous avons décidé de cesser nos activités d'impression à la fin du mois de septembre 2024. Cette décision marque la fin d'une ère pour Ringier, dont l'impression est au cœur de l'héritage.

Dans le même temps, **DeinDeal** entame un nouveau chapitre. En juillet 2024, Ringier est parvenu à conclure la vente de cette entreprise à *Liberta Partners*, lui assurant des fondations solides pour sa future croissance. **DeinDeal**, l'une des principales plateformes suisses de commerce électronique, s'est développée au sein du groupe Ringier et nous avons la conviction qu'avec sa nouvelle direction, elle continuera d'évoluer et d'innover dans les années à venir.

Passons maintenant aux principaux projets Tech & Data dirigés par notre unité **Global Technology & Data** en 2024.

Tech & Data a continué à stimuler l'innovation dans 20 pays, grâce à des centaines de spécialistes de la technologie. Parmi les principales réalisations, nous pouvons citer le lancement d'*Imobiliare.ro* et de *JobRadar24.ro* sur *Cube Technology*, le déploiement à l'échelle du groupe du *Palantir Foundry & AIP* et l'extension du *Ringier Content Distribution Engine*. Les solutions

basées sur l'IA telles que *Job Market Intelligence*, *AI Search* et *Transcreation* pour le secteur des médias sportifs ont amélioré l'engagement, avec 40 millions d'utilisatrices et utilisateurs bénéficiant chaque mois de recommandations basées sur l'IA. De plus, notre équipe a lancé les campagnes *Bring Your Own KPI* pour Ringier Advertising et la version bêta de la plateforme d'activation de données en libre-service *Alloy* a ouvert de nouvelles opportunités de revenus.

La coentreprise suisse **OneLog**, qui exploite une solution de connexion à authentification unique, a dépassé les 3,5 millions de comptes vérifiés en 2024. Le lancement de *OneID*, une solution d'identification publicitaire respectueuse de la vie privée qui permet aux éditeurs suisses d'améliorer le ciblage du public tout en conservant de précieuses recettes publicitaires, a constitué une étape importante. En octobre 2024, *OneLog* a subi un cybersabotage, ce qui a entraîné une interruption temporaire des services. Grâce à une coopération étroite avec les autorités et les spécialistes en sécurité, les opérations ont été rapidement rétablies. Les enquêtes n'ont trouvé aucune preuve de vol de données.

Jetons un coup d'œil à quelques **initiatives transversales** clés.

L'**initiative EqualVoice** a fêté son cinquième anniversaire en étendant son rayon d'action à 32 marques de médias dans sept pays, touchant 50 millions de personnes par mois. L'un des temps forts a été le lancement de l'outil basé sur l'IA *EqualVoice Assistant*, conçu pour détecter et résoudre les problèmes de biais de genre dans les contenus médiatiques. L'*EqualVoice Summit* de Zurich a rassemblé 250 cadres de haut niveau, notamment avec les interventions de l'ancienne première ministre finlandaise Sanna Marin et du réalisateur hollywoodien Marc Forster qui ont souligné l'importance de la diversité dans l'IA et les médias. En outre, trois membres ont nouvellement rejoint le *Conseil consultatif d'EqualVoice*, renforçant ainsi l'engagement de l'initiative en faveur de l'égalité entre les hommes et les femmes dans les médias.

En 2024, nous avons renforcé notre engagement envers l'ESG avec la publication de notre premier *Rapport ESG*, qui met en avant nos principales initiatives en matière de développement durable. Nous poursuivons cet engagement en 2025. Dans le cadre de ces efforts, nous avons lancé la première *Ringier Green Week* afin de sensibiliser le public par le biais de discours de spécialistes et de meilleures pratiques en interne. De plus, *Ringier Explore* a favorisé la collaboration mondiale par des échanges de personnel de courte durée.

En 2024, l'**école de journalisme Ringier** a fêté son 50^e anniversaire, marquant cinq décennies d'excellence dans la formation au journalisme en Suisse. Fondée en 1974, elle a formé des générations de journalistes et de responsables de rédaction et de médias de premier plan. Cette école reste attachée à la rigueur des enquêtes, à la clarté de la narration et à l'indépendance journalistique, et intègre désormais des outils d'intelligence artificielle dans son programme d'études tout en préservant ses valeurs fondamentales. Afin de célébrer cet anniversaire spécial, une grande fête a été organisée à Zurich avec 450 convives.

Le projet **Ringier X** a continué à stimuler l'innovation au sein du groupe Ringier, avec 50 équipes qui se sont portées candidates pour participer, mais également grâce à l'adoption de ses méthodologies par les cadres de plusieurs filiales de Ringier. La collaboration internationale a encore été renforcée par le *Ringier X Kick-Off Workshop* ainsi que les *Final Pitches*, qui ont attiré un public varié. Le projet *Score 2 Skill*, qui avait été accompagné dans le cadre du dispositif Ringier X en 2023, a remporté cinq prix internationaux de l'innovation!

Passons à un élément essentiel de l'innovation: **l'intelligence artificielle**. Du point de vue de Ringier, l'IA n'est pas un agent perturbateur, mais un catalyseur de progrès qui, associé à la créativité, à l'intégrité et à la vision de l'être humain, a le pouvoir de façonner un avenir davantage connecté, plus innovant et plus riche en opportunités. L'IA est le moteur de notre transformation numérique, qui

optimise la création de contenu, l'engagement de l'audience et les opérations commerciales. Grâce à une approche d'adoption structurée, nous avons intégré l'IA dans nos activités de médias, de places de marché et de médias sportifs afin d'améliorer l'efficacité tout en maintenant l'intégrité éditoriale et la confiance des utilisatrices et utilisateurs.

Afin de généraliser l'adoption de l'IA, Ringier a étendu son partenariat avec Palantir en signant un accord de cinq ans en mars 2024 afin de mettre en œuvre la **plateforme d'intelligence artificielle (AIP) de Palantir** dans ses principales divisions. L'AIP aide Ringier par le biais d'une analyse des données basée sur l'IA afin d'offrir de meilleurs services à notre clientèle.

Gérer la complexité de l'IA nécessite une approche de mise en œuvre structurée, c'est pourquoi nous avons introduit une structure de programme hybride qui trouve l'équilibre entre expertise centrale et l'exécution décentralisée. Une équipe de direction recentrée sur l'IA définit la stratégie, tandis que des responsables de l'IA pour les médias, les places de marché et les médias sportifs garantissent une mise en œuvre sur mesure.

En ce qui concerne les **perspectives pour 2025 et au-delà**, une chose est certaine: la transformation n'est pas une phase, c'est une nouvelle constante. L'évolution rapide de l'IA, la transformation de la dynamique du marché et l'évolution des comportements des consommateurs et consommatrices continueront à redéfinir le paysage dans lequel nous opérons.

En restant agiles, en encourageant l'innovation et en adoptant les nouvelles technologies de manière responsable, nous ne nous contenterons pas de nous adapter, mais nous façonnerons l'avenir. Notre engagement en faveur de l'excellence, de l'intégrité et des investissements avant-gardistes nous permet de rester à la pointe de la transformation numérique.

Avec des solutions basées sur l'IA, une prise de décision fondée sur les données et une orientation constante vers l'expérience utilisateur et les produits, nous améliorerons considérablement nos offres dans tous les segments.

Pour l'avenir, nous nous sommes fixé un objectif clair : nous avancerons **avec détermination. Nous utiliserons les nouvelles et énormes puissances de calcul pour être plus efficaces, créatifs, précis, utiles et rapides.**

L'ANNÉE EN CHIFFRES

Dr. Annabella Bassler, CFO

Le groupe Ringier a réalisé un EBITDA de CHF 118,8 millions au cours de l'exercice 2024, ce qui représente une nette croissance (+12,6 %) par rapport à l'année précédente (CHF 105,5 millions en 2023). Il s'agit du deuxième meilleur résultat depuis 2015. En raison d'effets ponctuels, le chiffre d'affaires est en baisse par rapport à l'année précédente et s'élève à CHF 800,6 millions pour 2024 (contre CHF 918,9 millions en 2023). Ces effets ponctuels sont liés à la vente de la société DeinDeal SA et à la fermeture de l'imprimerie Swissprinters AG. La marge d'EBITDA s'est nettement améliorée par rapport à l'année précédente, atteignant 14,8 % (contre 11,5 % en 2023). En 2024, la majeure partie de l'EBITDA provient toujours des produits numériques, dont la part dans l'EBITDA s'élève à 82 % (contre 83 % en 2023).

En 2024, le groupe Ringier a réussi la mise en œuvre de la transformation stratégique de son portefeuille, qui avait été lancée en 2023: la société DeinDeal SA a été vendue en juin 2024, marquant ainsi la fin de l'activité e-commerce. La fermeture de l'imprimerie Swissprinters AG en septembre 2024 a marqué la fin d'un chapitre important de l'histoire de notre entreprise. Cette composante autrefois essentielle de notre activité a dû être abandonnée pour compenser la baisse continue des recettes de l'imprimerie: une décision difficile, mais inévitable. En outre, en 2024, les magazines, le groupe Blick, l'organisation de marketing Ringier Advertising et certains domaines d'activités dans les services ont rejoint avec succès Ringier Medias Suisse après que Ringier SA a racheté toutes les parts de la joint-venture suisse Ringier Axel Springer Suisse SA à Axel Springer en novembre 2023. Ringier Axel Springer Suisse SA a été fusionnée avec Ringier SA.

Alors que la vente de DeinDeal SA et la fermeture de l'imprimerie ont entraîné une forte baisse du chiffre d'affaires, ces transactions ont eu un effet positif sur l'EBITDA.

En ce qui concerne le chiffre d'affaires, l'évolution des recettes publicitaires des médias reste un défi, qui a pu être compensé notamment par Ringier Medias Suisse grâce aux effets de synergie résultant de l'intégration qui a suivi la fusion. Les plateformes de la place de marché (Jobs, Real Estate, Auto, General Marketplaces et Ticketing) ont elles aussi fortement contribué à l'augmentation des revenus numériques et à la croissance de l'EBITDA en 2024. Le segment Sports Media a enregistré une nouvelle croissance de son chiffre d'affaires et de son EBITDA en 2024 et a renforcé son expansion grâce au lancement de la joint-venture Sportnieuws.nl aux Pays-Bas.

En 2024, l'évolution des coûts opérationnels a suivi celle du chiffre d'affaires. L'année 2024 a également été marquée par de gros investissements du groupe Ringier dans la création de ressources en intelligence artificielle et l'approfondissement du savoir-faire interne. Cette orientation stratégique a permis de mettre au point d'autres applications internes d'IA ainsi que de lancer des produits basés sur l'IA. Le programme d'innovation Ringier X, créé en 2023, a continué à servir d'accélérateur interne à l'échelle du groupe en 2024 afin de renforcer la croissance, l'innovation et la collaboration.

En 2025, les investissements du groupe Ringier continueront de se concentrer sur l'intelligence artificielle, les ontologies de données et la technologie. Cette orientation stratégique doit permettre au groupe de renforcer notre position de leader en matière d'innovation dans le domaine de la transformation numérique. En investissant de manière ciblée dans les données, l'apprentissage automatique et les business models basés sur les données, nous voulons continuer à gagner en efficacité et exploiter les nouvelles opportunités de croissance. Le groupe Ringier prévoit de s'appuyer sur les synergies internes et externes afin de pérenniser notre gamme de produits et de consolider notre position de pionnier dans le secteur des médias.

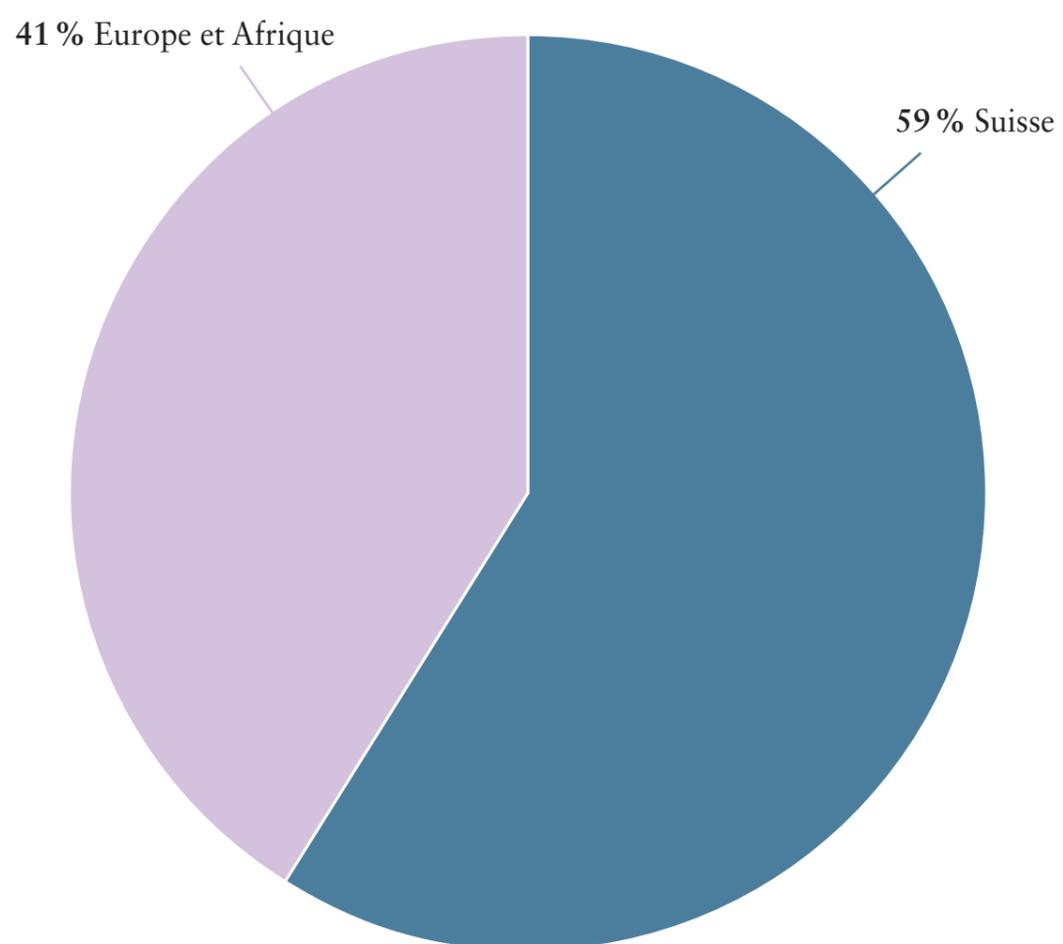
CHIFFRES CLÉS EN MILLIONS CHF

	2023	2024
Chiffre d'affaires par région	918.9	800.6
Suisse	617.0	475.7
Europe et Afrique	301.9	324.9
Chiffre d'affaires par nature de produit	918.9	800.6
Revenus numériques	534.5	459.4
Produit des ventes	169.0	164.8
Recettes publicitaires	88.6	82.5
Revenus d'impression	58.2	27.1
Recettes des manifestations et autres revenus médias	68.6	66.8
Part numérique en % du chiffre d'affaires	58 %	58 %
EBITDA	105.5	118.8
Marge EBITDA	11.5 %	14.8 %

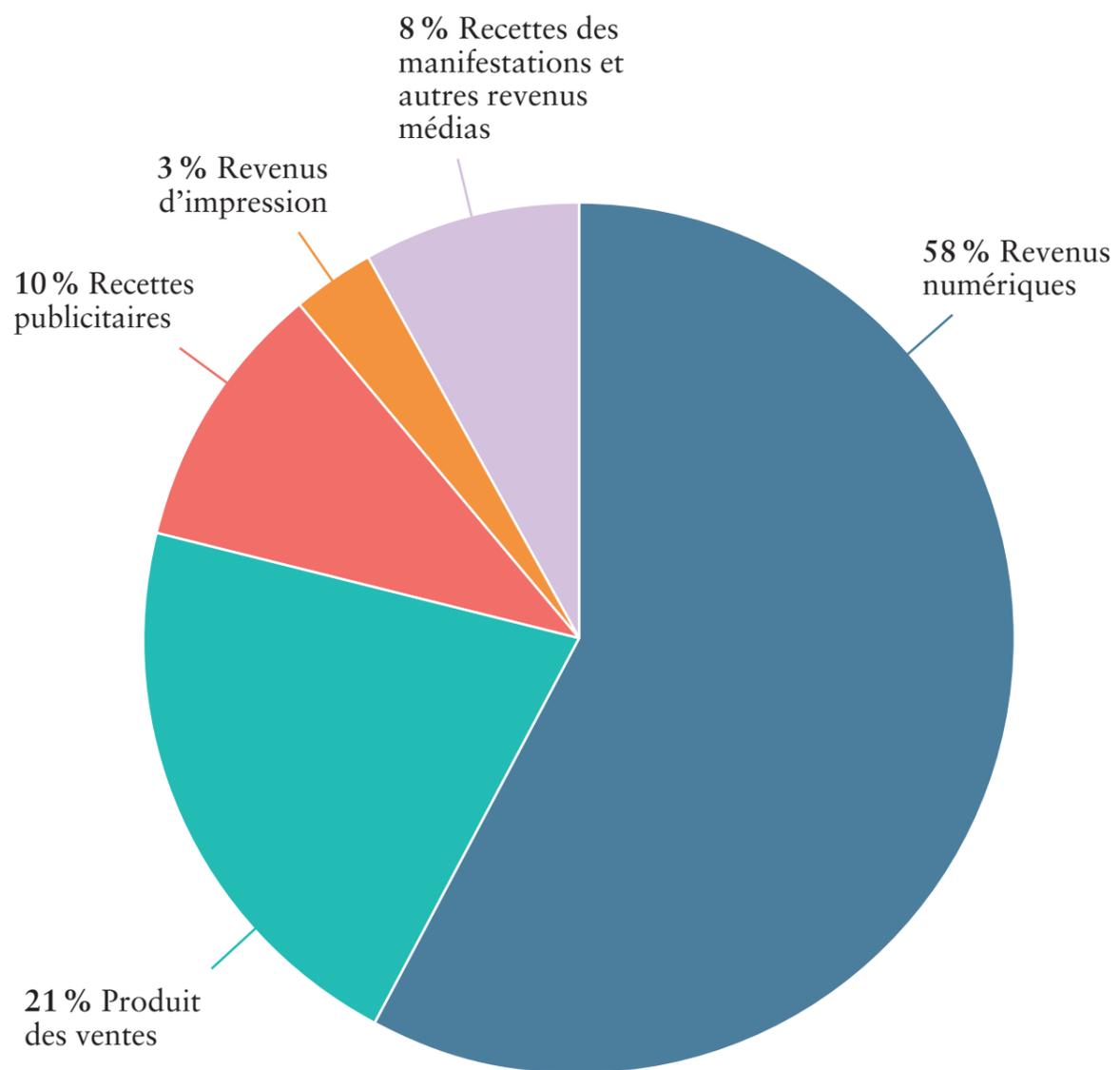
COLLABORATEURS

	<u>2023</u>	<u>2024</u>
Collaborateurs par région	6571	6048
Suisse	2376	2026
Europe et Afrique	4195	4022

CHIFFRE D'AFFAIRES PAR RÉGION



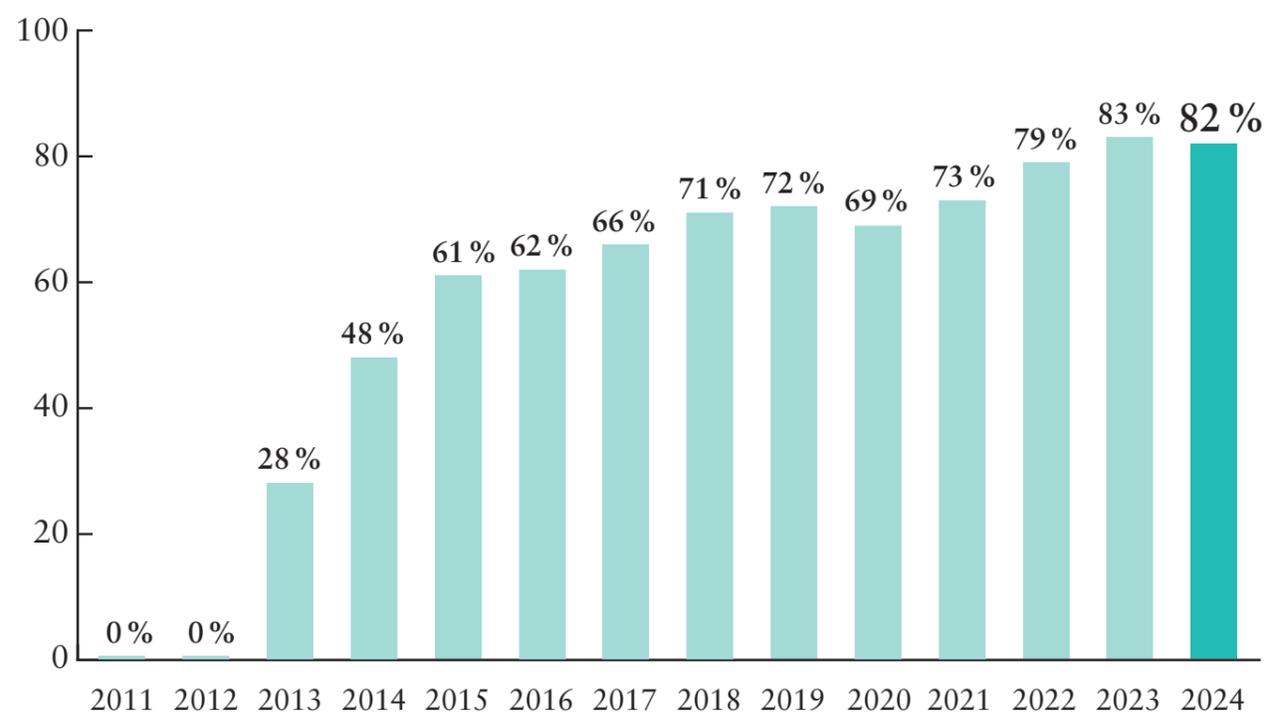
CHIFFRE D'AFFAIRES PAR NATURE DE PRODUIT



**CHIFFRE D’AFFAIRES GROUPE RINGIER
EN MILLIONS CHF**

	<u>2023</u>	<u>2024</u>
Suisse	617.0	475.7
Revenus numériques	310.8	213.9
Produit des ventes	135.5	132.1
Recettes publicitaires	72.5	67.5
Revenus d’impression	57.7	26.7
Recettes des manifestations et autres revenus médias	40.5	35.5
Europe et Afrique	301.9	324.9
Revenus numériques	223.7	245.5
Produit des ventes	33.5	32.7
Recettes publicitaires	16.1	15.0
Revenus d’impression	0.5	0.4
Recettes des manifestations et autres revenus médias	28.1	31.3

PART DU NUMÉRIQUE À L'EBITDA EN %



ÉPILOGUE

Frank A. Meyer

Et puis il y a ces gens, penchés sur leur ordinateur portable, à des postes de travail qui n'ont rien à voir avec ce qu'ils sont réellement, car ils sont utilisés à tour de rôle, dans une salle de rédaction qui feint l'esprit d'équipe, mais qui respire l'anonymat: tout est identique, rien ne dépasse – pas de piles de livres personnels, pas de tasses à café qui traînent, pas de notes, pas de coupures de journaux, rien qui ne rappelle le journalisme. Non, au lieu de cela, des écrans de la taille d'un mur, qui reflètent notre monde et notre époque et indiquent ce que l'on pourrait commercialiser dans les médias.

A-t-on encore besoin de nous, les journalistes?

Plus vraiment, comme on peut le voir dans ce délire numérique: pas un geste, qu'il soit esquissé à l'autre bout du monde ou au coin de la rue, n'échappe à une retransmission instantanée sur les écrans des téléphones, dans les voitures, les trams, les ascenseurs, bref, toutes les situations de vie, après qu'un ou une journaliste l'a réduit à un format aisément consommable.

Un ou une journaliste?

Oui, on a encore besoin d'eux. A regret. Mais on fait avec. Et pourtant, les choses pourraient être bien différentes: on pourrait considérer le journalisme comme une nécessité, comme quelque chose d'indispensable, d'existential.

Pour la démocratie!

Il y a peu, on pouvait lire dans le «Tages-Anzeiger» de Zurich: «La génération Z découvre les montres mécaniques.»
Ou encore: «Les jeunes arrêtent de porter des mini-ordinateurs au poignet.»

Impensable, n'est-ce pas? Cet écran monté sur un bracelet n'offre-t-il pas tout ce que le cœur d'un enfant désire, jusqu'à son propre rythme cardiaque? Qu'est-ce qu'une montre mécanique pourrait avoir de plus à offrir? De l'artisanat de la plus haute qualité.

De l'art, même.

Qu'est-ce que le journalisme comparé au minimalisme numérique? De l'artisanat de la plus haute qualité, qui devient même une sorte d'art lorsqu'il revêt la forme de la presse à scandale.

Se pourrait-il que les lecteurs préfèrent le métier de journaliste à la facilité du clic, tout comme les montres mécaniques détrônent peu à peu les montres connectées? Cela se pourrait bien. Cela va être le cas. A condition que les journalistes peaufinent ce qu'ils ont à offrir pour le rendre sexy, à l'instar des horlogers Omega, Audemars-Piguet ou Rolex.

Les journalistes qui en sont capables sont des maîtres de l'écriture, car le journalisme est avant tout un art. Et c'est précisément autour de cela que tout s'articule: des artisans qui savent écrire, qui aiment écrire.

Et des artisans de la réflexion.

Ecrire, c'est réfléchir. C'est d'ailleurs ce qu'exprime la philosophe Hannah Arendt quand elle affirme que la liberté est politique. Ces quatre notions sont étroitement liées: liberté et politique, écriture et réflexion.

Car seule la pensée formulée peut être partagée: les éléments constitutifs du citoyen, avec lesquels il construit la société, la façonne, la transforme, la perfectionne, la réinvente – des éléments constitutifs avec lesquels il se bat parfois pour défendre la liberté.

Les éléments constitutifs de la démocratie.

Les pensées formulées sont puissantes, plus puissantes que les puissants dans les systèmes autoritaires et les dictatures, qui ne craignent rien tant que les journalistes.

D'où nous vient ce pouvoir de la parole? Du caractère multidimensionnel des textes journalistiques: les faits ont une histoire, acquièrent de la profondeur, sont mis en relation avec d'autres faits, prennent de l'ampleur, gagnent en pertinence, se transforment en valeurs.

Les journalistes donnent forme aux événements. Ils deviennent tangibles, compréhensibles. Les journalistes façonnent la politique, dans l'esprit d'Hannah Arendt:

ils sculptent la liberté.

Peut-on se passer du journalisme? Peut-on se passer de liberté?

Les journalistes ont un devoir envers la société. Et cela implique qu'ils doivent sortir tous les jours de leur salle de rédaction pour aller dans la rue, libérés de toute la stérilité du numérique. Ils doivent plonger au cœur de la société, se fondre dans la population. Ils doivent vivre la société de manière directe, immédiate, physique. Ils doivent l'observer d'un regard vif, acerbe et compréhensif.

Le parcours du journaliste ne se limite pas aux salles d'accouchement, aux amphithéâtres ou aux salles de rédaction.

L'expérience passe aussi par la lecture: le livre, le roman, cette fontaine du passé que Thomas Mann qualifiait d'insondable, mais que le journaliste cherche à explorer avec plaisir, heureux de découvrir des mondes qui s'ouvrent à lui au-delà du sien, que ce soit sur le plan intellectuel, visuel ou linguistique. Le livre, cet objet que l'on peut tenir dans ses mains, comme un théâtre intime et personnel, où se croisent et s'entremêlent la tragédie de Joachim Ziemssen et l'érotisme de Madame Chauchat.

Qui irait caresser l'écran d'un ordinateur comme on caresse des pages de papier?

Issus de tous les milieux, de toutes les couches sociales, de la classe ouvrière à la caste des patrons, avec leurs valeurs, leurs mentalités et leurs cultures, les journalistes sont l'incarnation même du désordre social de Dürrenmatt. C'est ce qui rend ce métier indispensable, car seul un artisanat multisensoriel peut représenter ce qui émeut, réjouit ou fait souffrir les gens, ce qui remplit leur réalité.

L'école de journalisme de Ringier suit la règle suivante: les universitaires ne doivent pas représenter plus de la moitié des élèves afin que le parcours professionnel académique, désormais devenu courant, soit complété par des jeunes ayant une expérience plus empirique et portant les valeurs des travailleurs.

Si la liberté est politique, si la réflexion est écriture, alors le journalisme est société.

Les montres fabriquées de manière artisanale, mêlant minutie et innovation, ont su susciter l'envie d'acheter. Et le journalisme, lorsqu'il est bien écrit, éveille-t-il le désir de lire?

Il serait bien présomptueux de le croire.

Mais la croyance n'est-elle pas la signature de notre époque? La foi en la démocratie contre le diktat du numérique! La foi en une réalité sensorielle contre l'immatérialité vacillante de l'univers des écrans!

La foi en le journalisme.

RINGIER PORTFOLIO

Europe

Bulgarie

Ringier Sports Media Group (RSMG)

SPORTS MEDIA

sportal365.com (Digital Ventures OOD) Sports Media Technology

sportal.bg Sports Media

Sportal Media Group

MEDIA

Hotnews.bg Digital Lifestyle platform

Novini.bg Digital News platform

Profit.bg Digital Finance News platform

Winner.bg Sports News platform

Woman.bg Digital Lifestyle platform

Estonie

CVKeskus

MARKETPLACES

cvkeskus.ee Jobs

Grèce

Ringier Sports Media Group (RSMG)

SPORTS MEDIA

sportal.gr Sports Media

Lettonie

CVKeskus

MARKETPLACES

cvmarket.lv Jobs

Lituanie

CVKeskus

MARKETPLACES

cv.lt Jobs

cvmarket.lt Jobs

Pays-Bas

Ringier Sports Media Group (RSMG)

SPORTS MEDIA

sportsnieuws.nl

Sports Media platform

Pologne

Grupa Ringier Axel Springer Polska (GRASPAG)

MEDIA

Auto Świat

Digital Car platform

Business Insider

Digital Business platform

Fakt

Tabloid (Print & Digital)

Forbes

Business Magazine (Print & Digital)

ForbesWomen

Women Magazine (Print & Digital)

Komputer Świat

Digital Computer platform

Medonet

Digital Health platform

Newsweek

Weekly News Magazine (Print & Digital)

Noizz

Digital Young Gen platform

Ofeminin

Digital Lifestyle platform

Onet Digital

News platform

Onet Kobieta

Digital Lifestyle platform

Onet KulturaDigital

Culture platform

Onet Plejada Digital

Showbiz platform

Onet Podróże

Digital Travel platform

Onet Wiadomości

Digital News platform

Przegląd Sportowy

Sports Newspaper (Print)

Przegląd Sportowy Onet

Digital Sports platform

E-COMMERCE

LaModa

E-Commerce

Opineo

E-Commerce

Skapiec

E-Commerce

MARKETPLACES

Gratka

Horizontal

Lendi

Finance

Morizon

Real Estate

No Fluff Jobs

Jobs

TECHNOLOGY

Ring Publishing

Technology

TICKETING

JakDojade	Ticketing
-----------	-----------

OTHERS

Gameplanet	Digital Game platform
Sympatia	Digital Dating platform

Portugal

Ringier Sports Media Group (RSMG)

SPORTS MEDIA

A Bola / Abola.pt	Sports Media (Print & Digital)
-------------------	--------------------------------

Roumanie

eJobs

MARKETPLACES

ejobs.ro	Jobs
iajob.ro	Jobs
Jobradar24.ro	Jobs
Salario	Jobs
Skilld	Jobs
We are HR	Jobs

Imobiliare

MARKETPLACES

imobiliare.ro	Real Estate
Imobiliarefinance.ro	Real Estate Finance Service
Imoradar24.ro	Real Estate

Ringier Romania

MEDIA

Avantaje	Lifestyle Magazine (Print)
avantaje.ro	Digital Lifestyle platform
ELLE	Lifestyle Magazine (Print)
ELLE Decoration	Lifestyle Magazine (Print), Licences fully owned by Ringier Romania
elle.ro	Digital Lifestyle platform
Libertatea / libertatea.ro	Daily Newspaper (Print & Digital)
Libertatea Weekend	Supplement (Print)
libertateapentru femei.ro	Digital Lifestyle platform
TVMania	TV Magazine (Print)
TVMania.ro	TV Magazine (Print)
TVSatelit	TV Magazine (Print)

unica.ro	Digital Lifestyle platform
VIVA!	Lifestyle Magazine (Print)
viva.ro	Digital Lifestyle platform

Ringier Sports Media Group (RSMG)

SPORTS MEDIA

gsp.ro	Sports Media platform
--------	-----------------------

Suisse

Energy Gruppe Schweiz

RADIO / ENTERTAINMENT

Energy / energy.ch	Radio / Entertainment
Energy Air	Event
Energy Live Session	Event
Energy Star Night	Event
rockitradio.ch	Radio
schlagerradio.ch	Radio
vintageradio.ch	Radio

JobCloud

MARKETPLACES

alpha.ch	Jobs
FinanceJobs.ch	Jobs
ICTcareer.ch	Jobs
INGJobs.ch	Jobs
jobcloud-hrtech.com	Jobs
jobcloud.ch	Jobs
jobs.ch	Jobs
jobs4sales.ch	Jobs
jobscout24.ch	Jobs
jobsuchmaschine.ch	Jobs
jobup.ch	Jobs
jobwinner.ch	Jobs
karriere.at	Jobs
medtalents.ch	Jobs
Topjobs.ch	Jobs

Ringier AG

TECHNOLOGY

Delphi	Technology
Homsters	Technology / New Dev

Lalafo	Technology / New Dev
OneLog AG	Registration and Login Service (JV CH Media, NZZ, Ringier, TX Group)
Ringier Connect+	SSO, ID, Gamification Technology
STAR	Technology

INVESTMENT

BotLabs	Investment
EdgeStrategy	Investment
Virtusan	Investment

OTHERS

Admeira	Advertising
Hans Ringier Stiftung	Foundation
SMD Schweizer Mediendatenbank	Media Database

Ringier Digital Ventures

INVESTMENT

AirConsole	Venturing
Carvolution	Venturing
Chairish	Venturing
CheckYeti GmbH	Venturing
Insenio GmbH	Venturing
Recommerce AG	Venturing
Regimen	Venturing
Skoove	Venturing
The Creative Club	Venturing

Ringier Médias Suisse (RMS)

MEDIA

Blick / Blick.ch	Daily Newspaper (Print) / Digital News platform
Beobachter	Consumer Magazine (Print & Digital)
Bilanz	Business Magazine (Print & Digital)
Bolero	Lifestyle & Fashion Magazine (Print)
Bonanza	Men`s Magazine (Print)
Caminada	Cooking & Lifestyle Magazine (Print)
cash.ch	Digital Financial News platform
CôtéNature	Nature, Gardening & Lifestyle Magazine (Print)
GaultMillau / gaultmillau.ch	Food Magazine (Print & Digital)
Glückspost	Entertainment Magazine (Print)
GRYPS	Digital SME platform
Handelszeitung	Business Magazine (Print & Digital)

Interview by Ringier	Premium Magazine (Print)
izzy projects	Social Media Format
L'illustré	People, Fashion, Beauty Magazine (Print)
LandLiebe	Nature, Gardening & Lifestyle Magazine (Print)
PME	Business Magazine (Print & Digital)
Schweizer Illustrierte	People, Fashion, Beauty Magazine (Print & Digital)
SonntagsBlick	Sunday Newspaper (Print & Digital)
TELE TV	TV Magazine (Print)
TV Land & Lüt	TV Magazine (Print)
TV-Star	TV Magazine (Print)
TVvier	TV Magazine (Print)

ADVERTISING

Ringier Advertising	Advertising
---------------------	-------------

BOOK PUBLISHER

Beobachter Edition	Book Publisher
LandLiebe Edition	Book Publisher

Ringier Sports Media Group (RSMG)

SPORTS MEDIA

A Bola / Abola.pt	Sports Media (Print & Digital)
gsp.ro Sports Media	Sports Media platform
LiveScore Group Sports Media	Technology Company / Strategic Partnership
sport.sk	Sports Media platform
sportal.bg	Sports Media platform
sportal.gr	Sports Media platform
sportal.hu	Sports Media platform
sportal.rs	Sports Media platform
sportal365.com (Digital Ventures OOD)	Sports Media Technology
sportsnieuws.nl	Sports Media platform / JV with DPG Media Group

smg Swiss Marketplace Group

MARKETPLACES

acheter-louer.ch	Real Estate
anibis.ch	Horizontal
AutoScout24	Cars
CASASOFT	Real Estate
FinanceScout24	Finance & Insurance
home.ch	Real Estate
Homegate	Real Estate

IAZI	Real Estate
ImmoScout24	Real Estate
MotoScout24	Cars
ImmoStreet.ch	Real Estate
Publimmo	Real Estate
Ricardo	Horizontal
tutti.ch	Horizontal
Flatfox	Real Estate
moneyland.ch	Finance & Insurance
alle-immobilien.ch	Real Estate

Ticketcorner

TICKETING

Ticketcorner.ch	Ticketing
-----------------	-----------

Serbie

Ringier Serbia

MEDIA

Ana.rs	Digital Women Forum
Biznis	Digital News platform
Blic / Blic.rs	Daily Newspaper (Print & Digital)
Blic Good Life	Digital Lifestyle platform
Blic TV	TV
Blic Zdravlje	Digital News platform
Blic zena	Women Magazin (Print & Digital)
Bosnainfo.ba	Digital News platform
Pulsonline.rs	Digital Show Business platform
Srpskainfo.com	Digital News platform
Superrecepti.rs	Digital Food platform
Zena.rs	Digital Lifestyle platform

MARKETPLACES

Mojauto.rs	Cars
Nekretnine.rs	Real Estate

Ringier Sports Media Group (RSMG)

SPORTS MEDIA

sportal.rs	Sports Media platform
------------	-----------------------

Slovaquie

United Classifieds

MARKETPLACES

autobazar.eu	Cars
autobazar.sk	Cars
autovia.sk	Cars
bazar.sk	Horizontal
byty.sk	Real Estate
nehnutelnosti.sk	Real Estate
novostavby.sk	Real Estate
reality.sk	Real Estate
realsoft.sk	Real Estate Software
topreality.sk	Real Estate

Ringier Slovakia

MEDIA

aktuality.sk	Digital News platform
azet.sk	Content Aggregator / Email Service
diva.sk	Digital Lifestyle platform
dobruchut.sk	Digital Food platform
kalendar.sk	Digital Calendar platform
koktejl.sk	Digital Tabloid platform
najmama.sk	Digital Lifestyle platform
obkec.sk	Digital Young Gen platform
pokec.sk	Digital Dating platform
recepty.sk	Digital Food platform
slovník.sk	Digital Thesaurus / Translation platform
sport.sk	Sports Media platform
tahaky-referaty.sk	Digital Learning platform
zive.sk	Tech platform

Ringier Sports Media Group (RSMG)

SPORTS MEDIA

sport.sk	Sports Media platform
----------	-----------------------

Hongrie

Ringier Hungary

MEDIA

Auto Bild	Car Magazine (Print)
Blikk / Blikk.hu + BlikkRúzs.hu	Daily newspaper (Print & Digital) + Digital Women platform
Blikk Extra Receptek	Gastro magazine (Print)

Blikk Nők	Women weekly (Print)
Blikk Nők Extra	Lifestyle Magazine (Print)
Blikk Nők Konyha	Gastro Magazine (Print)
Blikk Nők Otthon&Kert	Home and Garden (Print)
Blikk TV + Blikk Rejtvény	TV Supplement + Crosswords Supplement (Print)
Bookazine	Science Magazine (Print)
EgészségKalauz.hu	Digital Health platform
Glamour	Fashion and Lifestyle (Print)
Glamour Book	Lifestyle Magazine (Print)
Glamour.hu	Digital Lifestyle platform
Kiskegyed	Women Weekly (Print)
Kiskegyed Csók és Könny	Lifestyle Magazine (Print)
Kiskegyed Extra	Lifestyle Magazine (Print)
Kiskegyed Konyhája	Gastro Magazine (Print)
Kiskegyed Konyhája Special Editions	Gastro Magazine (Print)
Kiskegyed.hu	Digital Women platform
Noizz.hu	Digital Young Gen platform
Recepttár.hu	Digital Gastro platform
Sárga RTV	TV Magazine (Print)
Színes Kéthetes	TV Magazine (Print)
TV Revü	TV Magazine (Print)
TVR Kéthetes	TV Magazine (Print)
TVR Újság	TV Magazine (Print)
TVR-Hét	Digital Young Gen platform
Vasárnapi Blikk	Sunday Newspaper (Print)

Profession

MARKETPLACES

profession.hu	Jobs
---------------	------

Ringier Sports Media Group (RSMG)

SPORTS MEDIA

Sportal.hu	Sports Media platform
------------	-----------------------

Afrique

MEDIA

africa.businessinsider.com

Digital Business platform, under a license of Pulse

Côte d'Ivoire

Pulse

MEDIA

pulse.ci

Digital News platform

Ghana

Pulse

MEDIA

pulse.com.gh

Digital News platform

The African Talent Company (TATC)

MARKETPLACES

Jobberman.com.gh

Jobs

Kenya

Pulse

MEDIA

pulselive.co.ke

Digital News platform

pulsesport.co.ke

Digital Sports News platform

The African Talent Company (TATC)

MARKETPLACES

Brightermonday.co.ke

Jobs

Buyrentkenya.co.ke

Real Estate

Pigiame.co.ke

Horizontal

Nigeria

Pulse

MEDIA

pulse.ng

Digital News platform

pulsesports.ng

Digital Sports News platform

MARKETPLACES

The African Talent Company (TATC)

Jobberman.com

Jobs

Sénégal

Pulse

MEDIA

pulse.sn

Digital News platform

MARKETPLACES

Expatri-dakar.com

Horizontal

Afrique du Sud

Ringier South Africa

TECHNOLOGY

Content Distribution Engine

Technology

Cube

Technology

Hexagon

Technology

Ouganda

Pulse

MEDIA

pulselive.co.ke

Digital News platform

pulsesports.ug

Digital Sports News platform

The African Talent Company (TATC)

MARKETPLACES

Brightermonday.co.ug

Jobs

PARTICIPATIONS IMPORTANTES

État au 31.12.2024

Société	Participations
Afrique	
Ringier Ghana Ltd., Accra	100.0 %
Ringier Kenya Ltd., Nairobi	100.0 %
Ringier Media Nigeria Ltd., Lagos	100.0 %
Ringier One Africa Media (Pty) Ltd., Cape Town	100.0 %
Marketplace Group Africa Ltd., Mauritius	96.6 %
Bulgarie	
Digital Ventures OOD, Sofia	66.0 %
Sportal.bg JSC, Sofia	51.0 %
Estonie	
CVKeskus OÜ, Tallinn	100.0 %
Grèce	
Ringier Sports Media SA, Athènes	100.0 %
Pays-Bas	
Sportnieuws.nl B.V., Hoofddorp	49.0 %
Pologne	
Ringier Axel Springer Polska Sp. z o.o., Varsovie	50.0 %
Grupa Morizon-Gratka Sp. z o.o., Varsovie	49.4 %
No Fluff Jobs Sp. z o.o., Gdynia	35.0 %
Portugal	
Sociedade Vicra Desportiva S.A., Lisbon	100.0 %
Vicra Comunicações Lda, Lisbon	100.0 %
Roumanie	
Ringier Romania SRL, Bucarest	100.0 %
Ejobs Group SRL, Bucarest	100.0 %
Realmedia Credit SRL, Bucarest	100.0 %
Realmedia Network S.A., Timișoara	100.0 %
Ringier Sportal SRL, Bucarest	51.0 %

Société	Participations
Suisse	
Ringier AG, Zofingen	100.0 %
Ringier Sports AG, Zurich	100.0 %
Ringier Sports Media Group AG, Zofingen	100.0 %
Pulse Africa Holding AG, Zofingen	100.0 %
GRYPS AG, Rapperswil-Jona	100.0 %
Admeira AG, Berne	100.0 %
Ringier Digital Ventures AG, Zurich	73.1 %
Swissprinters AG, Zofingen	70.0 %
Energy Schweiz Holding AG, Zurich	65.0 %
Ticketcorner AG, Rümlang	50.0 %
JobCloud AG, Zurich	50.0 %
OneLog AG, Zurich	33.3 %
SMG Swiss Marketplace Group AG, Zurich	29.3 %
Serbie	
Ringier Serbia d.o.o, Belgrade	100.0 %
Ringier Sports Media d.o.o., Belgrade	100.0 %
New Digital d.o.o., Belgrade	100.0 %
Slovaquie	
Ringier Slovakia Media s.r.o., Bratislava	87.0 %
Ringier Slovakia Communities s.r.o., Bratislava	87.0 %
SPORT.SK s.r.o., Silein	87.0 %
United Classifieds s.r.o., Silein	52.2 %
Hongrie	
Ringier Hungary Kft., Budapest	100.0 %
Ringier Sports Media Hungary Kft., Budapest	100.0 %
Blikk Kft., Budapest	100.0 %
Profession.hu Kft., Budapest	100.0 %

ORGANISATION

Conseil d'administration

Michael Ringier,
Président du conseil d'administration

Urs Berger,
Vice-président du conseil d'administration

Roman Bargezi,
Membre du conseil d'administration

Claudio Cisullo,
Membre du conseil d'administration

Nancy Cruickshank,
Membre du conseil d'administration

Lukas Gähwiler,
Membre du conseil d'administration

Dr. Stefan Mäder,
Membre du conseil d'administration

Anna Mossberg,
Membre du conseil d'administration

Felix Oberholzer-Gee,
Membre du conseil d'administration

Michèle Rodoni,
Membre du conseil d'administration

Direction

Marc Walder,
Chief Executive Officer et
Managing Partner de Ringier SA

Dr. Annabella Bassler,
Chief Financial Officer, Ringier SA

Ladina Heimgartner,
Head Media Ringier SA et
CEO Ringier Médias Suisse

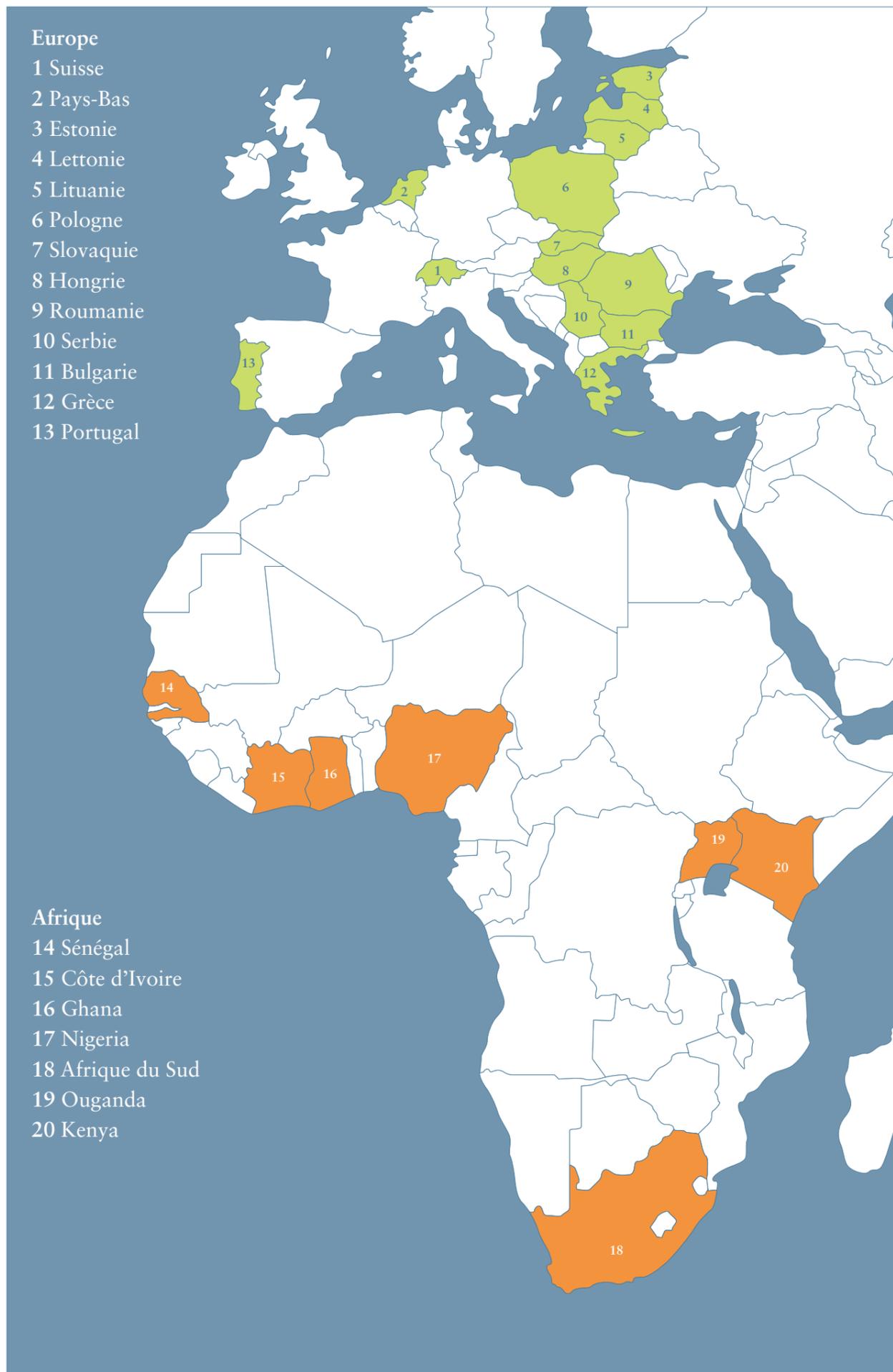
Dr. Kilian Kämpfen,
Chief Technology & Data Officer Ringier SA

Axel Konjack,
Head Global Marketplaces Ringier SA

Dr. Manuel Liatowitsch,
Group General Counsel /
Chief Legal Officer &
Head Corporate Center Ringier SA

SITES RINGIER

Europe et Afrique



RAPPORT ESG DE RINGIER SA

Avant-propos

Chez Ringier SA, nous sommes convaincus que l'intégration des critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) est essentielle pour bâtir une entreprise prospère et pérenne. Cette vision guide nos actions depuis le début des années 1990 et se reflète dans nos initiatives.

En 2022, nous avons élaboré un concept ESG, déployé rigoureusement à l'échelle du groupe depuis 2023. Conscient du rôle central que jouent ces critères ESG, le conseil d'administration de Ringier SA a institué un *conseil ESG*. Composé de membres du conseil d'administration, il a la mission de superviser et d'orienter le développement de nos engagements liés aux critères ESG. Sur le plan opérationnel, un *comité ESG* intersectoriel a été mis en place pour piloter et coordonner les projets

et les processus liés aux critères ESG à l'échelle du groupe. Par ailleurs, un *réseau d'ambassadeurs ESG* au sein de nos filiales soutient la mise en œuvre des initiatives ascendantes au sein du groupe Ringier.

Les priorités stratégiques liées aux critères ESG

En 2024, nos efforts se sont poursuivis autour des quatre priorités stratégiques liées aux critères ESG qui ont été définies lors de notre analyse de matérialité en 2022. Ce rapport est structuré en fonction de ces priorités.

Domaine d'application

Le rapport ESG 2024 couvre les activités de Ringier SA. Dans les années à venir, nous prévoyons d'élargir progressivement la portée aux sociétés de notre groupe.

Les priorités liées aux critères ESG de Ringier SA

Environnement et matières premières

Elaborer des stratégies et mettre en œuvre des projets pour limiter les émissions, optimiser la consommation d'énergie et des matières premières (y compris le recyclage), et réduire les déchets et leurs effets.

Diversité et inclusion

Encourager activement la diversité et l'inclusion au sein du groupe Ringier et au-delà (initiative EqualVoice). Prévenir toute forme de discrimination et de harcèlement et prendre des mesures appropriées en cas d'incident.



Pilier de la démocratie et entreprise socialement responsable

Apporter une contribution positive aux communautés locales en soutenant la démocratie, en respectant les lois et en encourageant l'engagement social à travers des actions, comme le bénévolat d'entreprise, le mécénat culturel ou les dons aux établissements d'enseignement.

Lieu de travail attrayant

Favoriser un lieu de travail attrayant en offrant des possibilités de développement aux membres du personnel, en analysant leur évolution de carrière et en renforçant leur bien-être professionnel.

Environnement et matières premières

Réduction des émissions

En 2024, pour la deuxième année consécutive, nous avons mené une analyse de notre empreinte carbone en partenariat avec la fondation suisse *myclimate*. Le rapport *myclimate* 2024 est accessible sur notre site Web¹ et offre de précieux renseignements sur nos émissions, nous permettant d'élaborer des stratégies de réduction ciblées.

Afin de traduire ces informations en actions concrètes, nous avons continué à mettre en œuvre en 2024 nos initiatives en matière de durabilité. Nous avons notamment encouragé l'utilisation des transports publics en subventionnant le *ZVV BonusPass* pour nos collaboratrices et collaborateurs. Parallèlement, nous avons poursuivi notre engagement en faveur de l'électromobilité avec l'installation de nouvelles stations de recharge sur le site Pressehaus.

Au-delà de ces actions, nous favorisons activement l'échange et l'élaboration de solutions durables. L'initiative de développement durable *Green Circle*², lancée par *Ringier Advertising* en mars 2024, incarne cette ambition. Cette plateforme rassemble des acteurs économiques et scientifiques, des ONG et des utilisatrices et utilisateurs autour d'un objectif commun: promouvoir des solutions innovantes pour un avenir durable.

Une autre initiative liée aux critères ESG a été la première *Ringier Green Week*, organisée du 8 au 12 avril 2024. Cette série d'événements inédite a été mise au point pour sensibiliser nos collaboratrices et collaborateurs aux critères ESG, les former de manière ciblée et attirer leur attention sur la thématique du développement durable. A travers des sessions interactives, des spécialistes externes ont exploré les grands défis de la durabilité mondiale, tandis que nos propres spécialistes ont partagé des aperçus sur les initiatives engagées au sein du groupe.

Approvisionnement en énergie et réduction de la consommation

Au-delà de la diminution de nos émissions, nous misons sur des sources d'énergie durables et des mesures d'efficacité énergétique, avec pour objectif de réduire toujours davantage notre empreinte écologique. L'un des piliers de notre approche repose sur un approvisionnement en énergie issu de l'hydroélectricité européenne, complété par notre collaboration avec l'*Agence de l'énergie pour l'économie (AEnEC)*, afin d'identifier de nouvelles opportunités d'économies d'énergie. Concrètement, cela se traduit par l'adoption de l'éclairage LED, le remplacement des installations de chauffage et d'eau par des équipements plus performants, ainsi que l'exploitation de l'eau du lac de Zurich pour chauffer et refroidir la Pressehaus. En complément, des systèmes de ventilation et de chauffage intelligents assurent une optimisation continue de notre consommation énergétique.

Matières premières et gestion des déchets

Les produits de *Ringier Médias Suisse* sont imprimés en Suisse et dans l'Union européenne. Une part significative du papier utilisé provient de la production suisse, tandis que le reste est issu de fournisseurs européens. Tous nos papiers sont certifiés et nous veillons à maximiser la proportion de papier recyclé. Sur le plan interne, Ringier SA poursuit sa stratégie de bureau sans papier pour les processus financiers et de recrutement. Grâce à cette initiative, nous avons non seulement réduit notre consommation de papier de manière significative, mais également optimisé nos processus.

Pilier de la démocratie et entreprise socialement responsable

Travail de rédaction

En tant que groupe de médias indépendant, nous défendons les principes démocratiques, la dignité humaine et la liberté d'expression. Nos rédactions opèrent en toute indépendance et s'attachent à produire un contenu équilibré, impartial et de qualité, au service

¹ www.ringier.com

² www.greencircle.ch/fr

de l'intérêt public. Nos engagements rédactionnels sont définis dans notre Code de conduite³ et dans notre charte journalistique⁴, qui guident nos journalistes dans l'exercice de leur métier.

Communautés locales

Nous nous engageons à avoir une influence positive et durable sur les communautés locales à travers diverses initiatives et actions de soutien. La promotion du journalisme occupe une place centrale à cet égard. Par l'intermédiaire de la *Fondation Hans Ringier*, nous promovons le développement du journalisme en Suisse, et formons depuis 1974 de jeunes talents dans toutes les disciplines à l'école de journalisme Ringier.

Nous soutenons également la *Dariu Foundation*, qui offre à des enfants défavorisés au Vietnam, au Myanmar et en Inde un accès à l'éducation et aux compétences numériques. Notre engagement social s'étend aussi à la *Fondation SOS Beobachter*, qui vient en aide aux personnes en situation de précarité en Suisse. Par ailleurs, nous apportons un soutien financier à des organisations locales afin de favoriser la croissance et la durabilité dans les régions où nous sommes implantés.

Protection des données et cybersécurité

La protection des données et la cybersécurité⁵ sont au cœur de nos préoccupations. C'est pourquoi nous avons mis en place des départements spécialisés, responsables de l'élaboration de concepts et de directives visant à assurer une protection optimale des données.

Minerais et métaux provenant de zones de conflit et travail des enfants

En 2024, conformément à l'ordonnance sur les devoirs de diligence et de transparence en matière de minerais et de métaux provenant de zones de conflit et en ce qui concerne le travail des enfants (ODiTr), nous avons procédé à une analyse de nos chaînes d'approvisionnement à l'échelle du groupe.

Les résultats confirment que ni Ringier ni ses filiales ne sont en principe soumis aux obligations de diligence et de transparence prévues par cette ordonnance. En effet, aucune suspicion de travail des enfants n'a été détectée, et les volumes annuels d'importation et de traitement des minerais et métaux restent inférieurs aux seuils fixés par l'annexe 1 de l'ODiTr.

L'équilibre hommes-femmes dans les instances dirigeantes de Ringier SA (effectif du personnel au 31.12.2024)

	CA ⁶		GEB ⁷		GEB+ ⁸	
Femmes	3	30 %	2	33 %	4	67 %
Hommes	7	70 %	4	67 %	2	33 %
Total	10		6		6	

³ Code de conduite: www.ringier.com

⁴ www.ringier.com

⁵ Ringier Protection des données: www.ringier.com

⁶ Conseil d'administration

⁷ Group Executive Board

⁸ Extended Group Executive Board

Diversité et inclusion

Nous œuvrons activement pour garantir l'égalité des chances et cultivons un environnement de travail qui respecte et renforce la valeur et la dignité de chaque individu. Toute forme de discrimination ou d'exclusion est strictement proscrite. La *diversité et l'inclusion* sont pour nous des principes fondamentaux et jouent un rôle déterminant dans notre réussite.

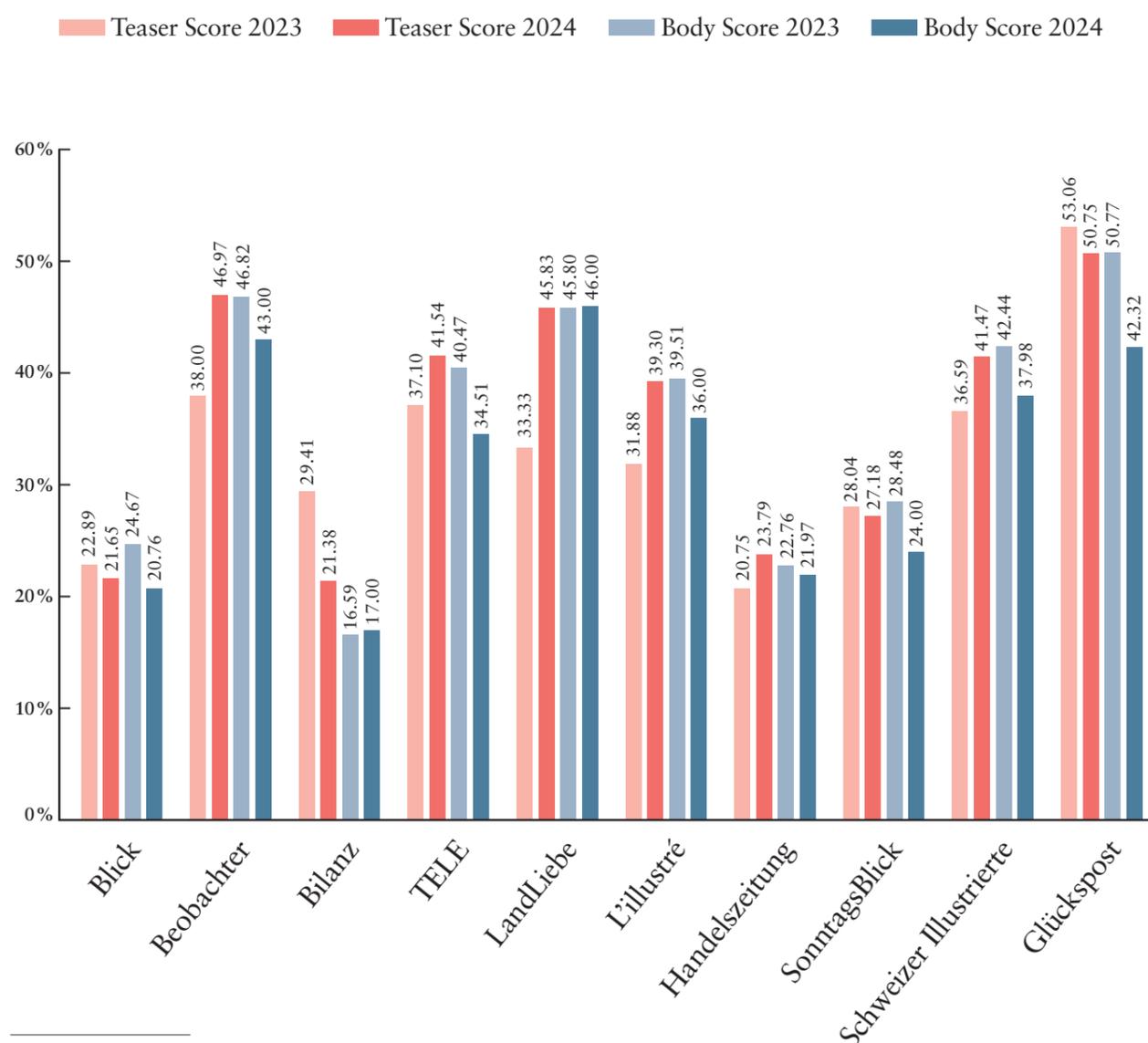
Cet engagement se traduit par des initiatives, telles que la *semaine LGBTQIA+*, des ateliers dédiés aux parents et aux familles, des sessions de préparation à la retraite, ainsi que des *certifications EDGE*. En 2024, nous avons obtenu les niveaux

EDGE Move et *EDGEplus*. Nous accompagnons également les femmes dans les postes de direction, notamment à travers des collaborations avec des partenaires tels qu'*Advance*. En parallèle, nous poursuivons activement nos efforts pour renforcer la diversité au sein des instances dirigeantes et des postes décisionnels.

EqualVoice

Grâce à l'*initiative EqualVoice*⁹, nous mettons à profit notre influence pour favoriser une représentation équilibrée des genres dans les médias. L'ambition est d'accroître la visibilité des femmes dans nos publications, de combler *l'écart de visibilité entre les genres*, de mettre en lumière des figures féminines et de donner aux femmes et aux hommes la même voix.

EqualVoice Teaser Score & Body Score dans la presse écrite



⁹ www.equalvoice.ch

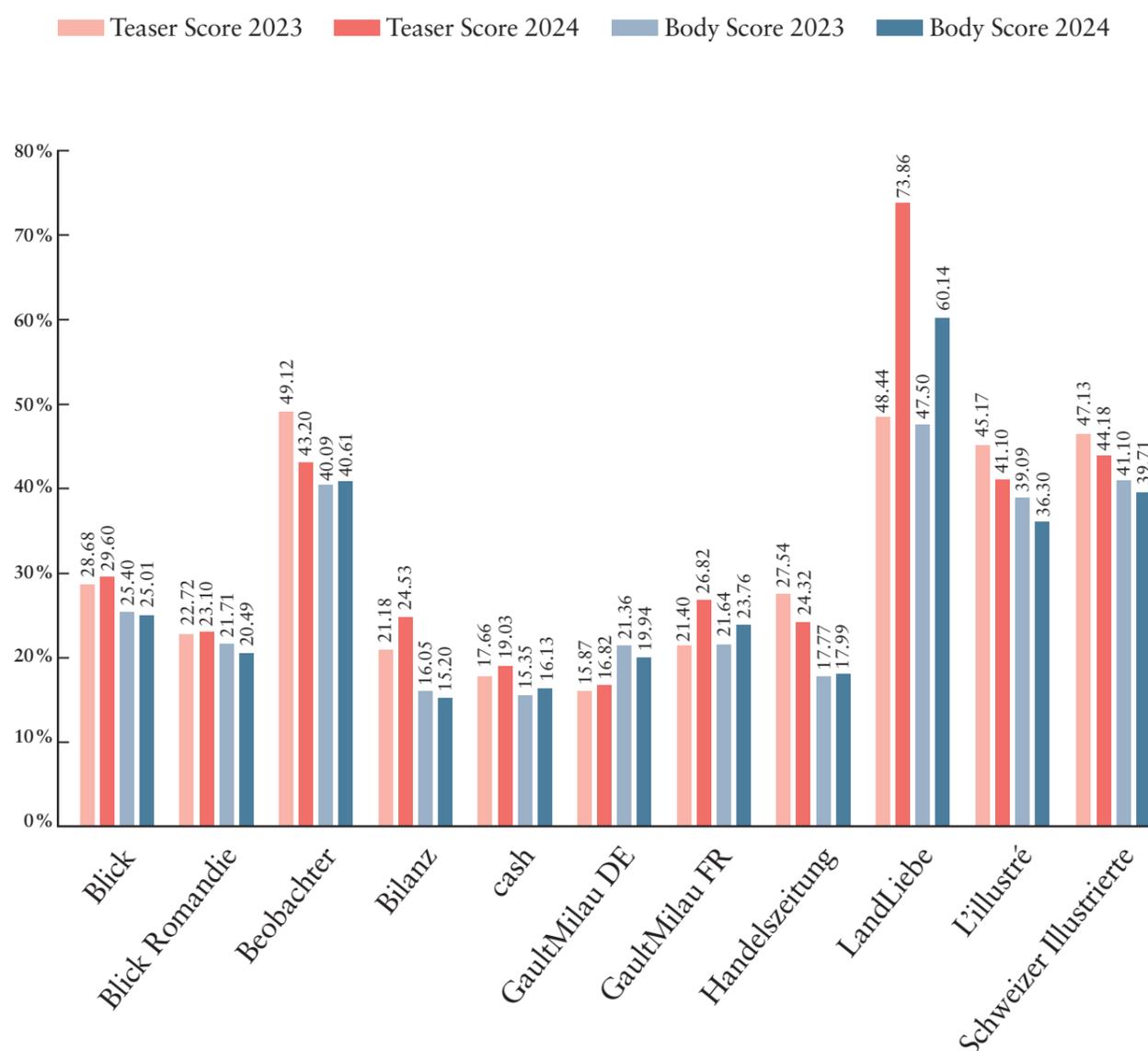
Au cœur de cette initiative se trouve le *EqualVoice Factor*, un algorithme sémantique mis au point en interne qui analyse la visibilité des femmes et des hommes dans les contenus textuels, visuels, vidéo et audio des marques de médias partenaires. Cet outil permet d'avoir une discussion factuelle et de concevoir des solutions concrètes pour une représentation plus équitable des genres dans les médias. Afin de renforcer la représentation des genres dans la communication, nous avons lancé en 2024 *EqualVoice Assistant*, un outil basé sur l'intelligence artificielle capable d'analyser et de corriger en temps réel les biais liés à la diversité présents dans les contenus.

Aujourd'hui, *EqualVoice* analyse les contenus de 32 marques de médias réparties dans sept pays, atteignant ainsi un public de 50 millions de personnes. L'*EqualVoice Factor* repose sur deux indicateurs principaux: le *Teaser Score*, qui évalue les titres et les images, et le *Body Score*, qui analyse la représentation dans le texte des articles.

En Suisse, le *Teaser Score* montre en 2024 une avancée vers plus de parité dans sept des dix publications imprimées de *Ringier Médias Suisse*.

En ce qui concerne les éditions numériques des marques de *Ringier Médias Suisse*, le *Beobachter* (43,20 %), *L'illustré* (41,10 %)

EqualVoice Teaser Score & Body Score en ligne



et la *Schweizer Illustrierte* (44,18 %) affichent des scores élevés dans le *Teaser Score*, illustrant une progression vers une couverture plus équilibrée. Pour le *Body Score*, les meilleures performances ont été enregistrées par le *Beobachter* (40,61 %), *L'illustré* (36,30 %) et la *Schweizer Illustrierte* (39,71 %).

Au-delà des analyses de contenu, *EqualVoice* agit concrètement en organisant des ateliers rédactionnels et externes, en mettant à disposition une liste de spécialistes pour les journalistes et en concevant, aux côtés de spécialistes, des stratégies et projets visant à renforcer la diversité des genres. En outre, les connaissances sont partagées via le réseau *EqualVoice United*. De plus, *EqualVoice* collabore régulièrement avec des établissements d'enseignement et des entreprises pour la rédaction de livres blancs sur ces thématiques.

Lieu de travail attrayant

Education et formation

En complément de la *Ringier Green Week*, nous avons lancé en 2024 *Ringier Explore*, un programme d'échange international de courte durée conçu pour élargir les horizons de nos collaboratrices et collaborateurs et encourager le réseautage à l'échelle mondiale. Pendant une à trois semaines, les participantes et participants ont l'opportunité de découvrir les méthodes de travail d'un autre pays, d'échanger de bonnes pratiques et de renforcer la collaboration au sein du groupe Ringier. Ce dialogue interculturel leur permet d'acquérir de nouvelles perspectives et d'enrichir à la fois leurs compétences professionnelles et personnelles.

Notre offre de formation interne comprend également le *MediaLab*, un programme de formation spécifiquement dédié aux journalistes, et *PEAK*, une initiative visant à développer les compétences de direction. A ceci, s'ajoutent *Feed Your Mind*, une série de webinaires d'une heure, animés par des intervenants inspirants, *See & Learn Weeks*, des sessions interactives axées sur la technologie et le *programme d'expertise*, des formations d'une journée sur des sujets spécialisés.

Bien-être au travail

Le bien-être de nos collaboratrices et collaborateurs est au cœur de notre culture d'entreprise. Au-delà du cadre légal, nous mettons en place de nombreuses mesures visant à créer un environnement de travail équilibré et sain. Nos mesures incluent une semaine de 40 heures, des horaires flexibles, la possibilité de travail mobile, des modèles de travail à temps partiel, une consultation psychologique, un minimum de cinq semaines de congés payés, des congés non payés ainsi qu'une salle de sport gratuite accessible à l'ensemble du personnel. Dans le cadre de notre *initiative Fit & Health*, nous enrichissons encore cette offre avec des programmes autour du sport, de la nutrition, de la relaxation et de la prévention.

Un axe essentiel de notre engagement concerne le soutien aux collaboratrices et collaborateurs ayant des responsabilités familiales. Pour mieux concilier vie professionnelle et vie familiale, et pour accompagner les différentes réalités de la vie, nous accordons 16 semaines de congé maternité entièrement rémunérées et 20 jours de congé paternité.

IMPRESSUM

Depuis 1998, le rapport annuel de Ringier est illustré par des artistes de renom dont les œuvres font partie de la collection Ringier. Cette série a été lancée par l'éditeur Michael Ringier et la conservatrice Beatrix Ruf, qui souhaitent approfondir l'intégration de l'art dans les activités de l'entreprise.

Chaque destinataire recevra un des trois posters géants de fusées – lequel sera choisi au hasard.



Heji Shin
Vulcan 4, 2024
Impression offset
167 x 119.5 cm
Courtesy Galerie Buchholz,
Reena Spaulings et
House of Gaga



Heji Shin
Polaris Dawn 1, 2024
Impression offset
167 x 119.5 cm
Courtesy Galerie Buchholz,
Reena Spaulings et
House of Gaga



Heji Shin
World View Legion, 2024
Impression offset
167 x 119.5 cm
Courtesy Galerie Buchholz,
Reena Spaulings et
House of Gaga

Editeur
Ringier SA

Artiste
Heji Shin

Crédits vidéo
Réalisation: Heji Shin, Chuck Briggs
Vidéaste: Jen Briggs

Direction
Johanna Walser, Chief Communications Officer, Ringier SA
Rahel Blättler, Collection Manager, Collection Ringier

Production
Eva Heller, Brand Design & Communications Manager, Corporate Communications, Ringier SA
Zuni Halpern, Graphic Designer, Brand Studio, Ringier SA

Collaboration
Sereina Schwendener, Head Strategy & Operations, Corporate Center, Ringier SA
Dr. Lars Ihme, Head of Group Accounting, Controlling & Taxes, Ringier SA
Andrea Koop, Head of Group Accounting, Ringier SA
Maurice Berthelon, Head Group Risk, Compliance & Data Protection, Ringier SA

Imprimerie
Engelberger Druck, Oberstmühle 3, CH-6370 Stans

Ringier SA
Corporate Communications
Dufourstrasse 23
CH-8008 Zurich
+41 44 259 64 44
media@ringier.ch
ringier.com

