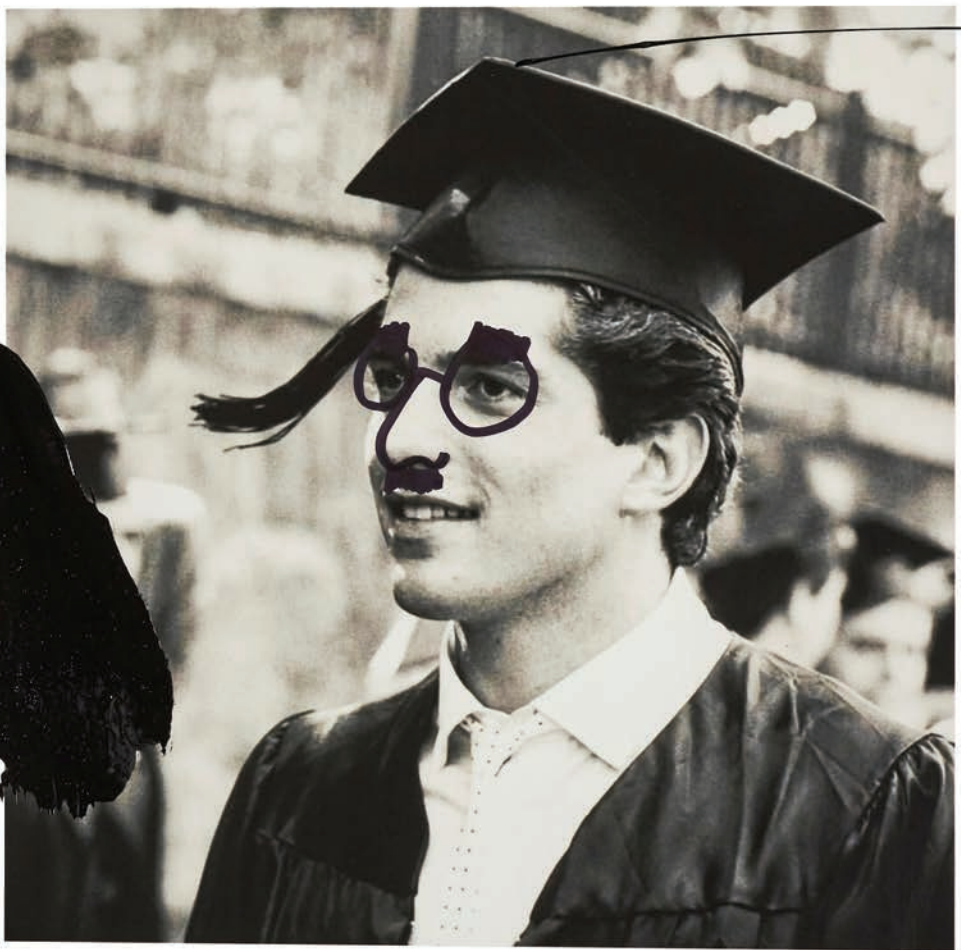












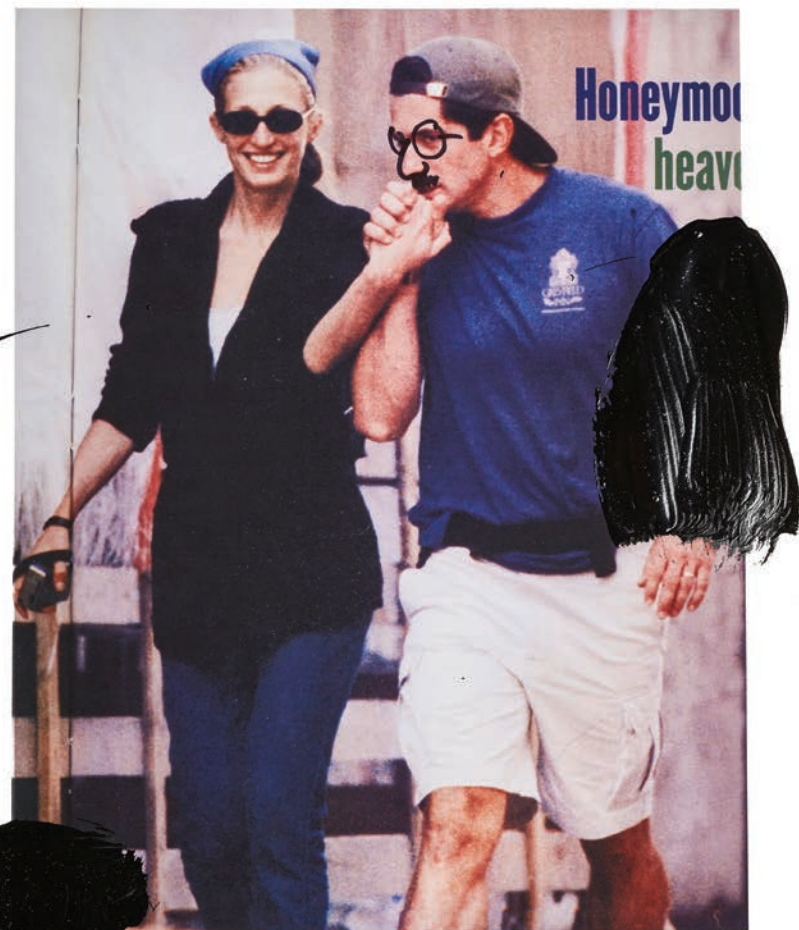














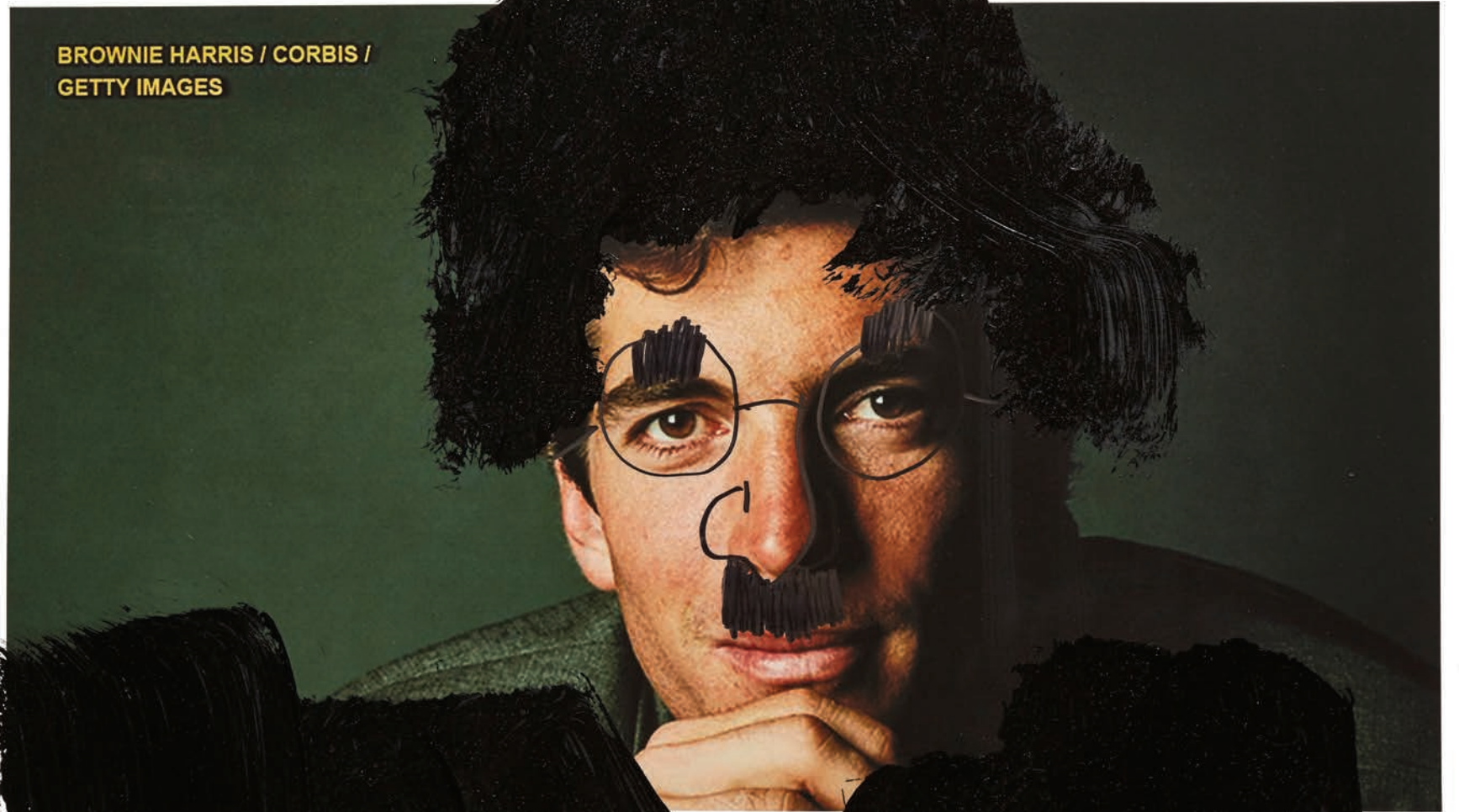


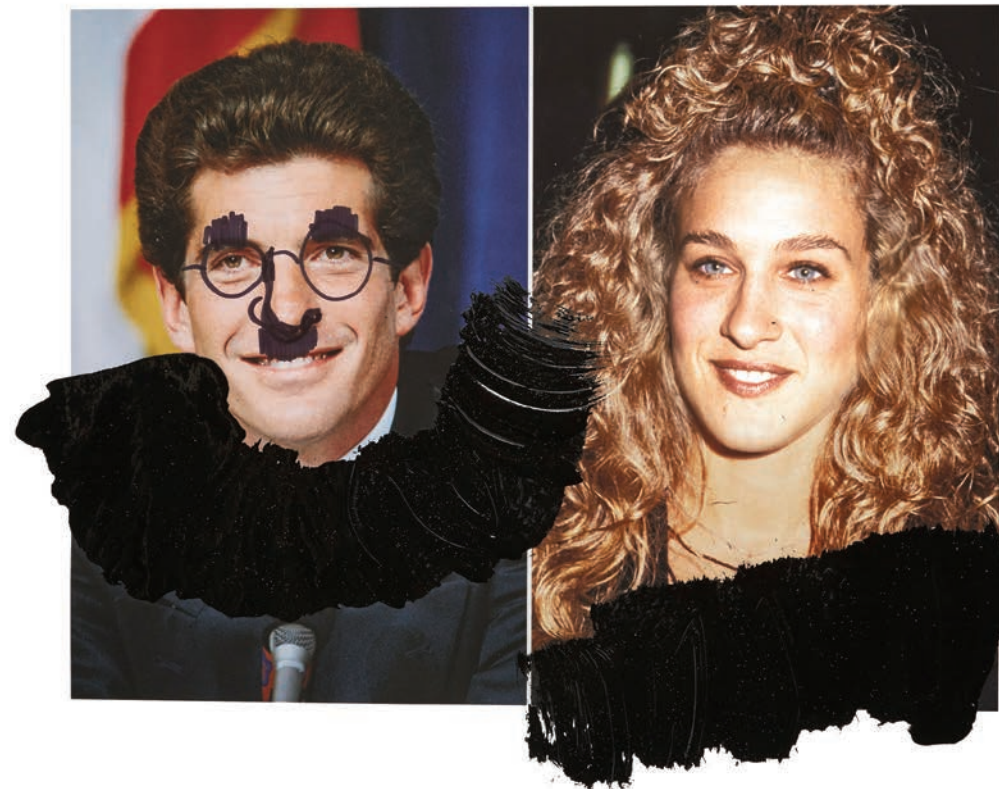






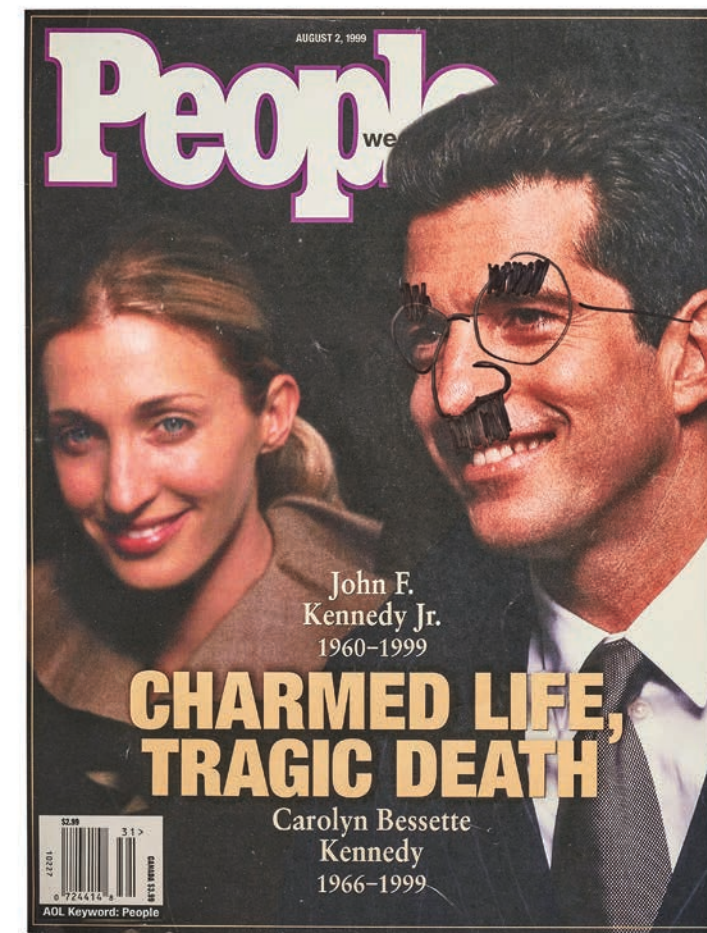
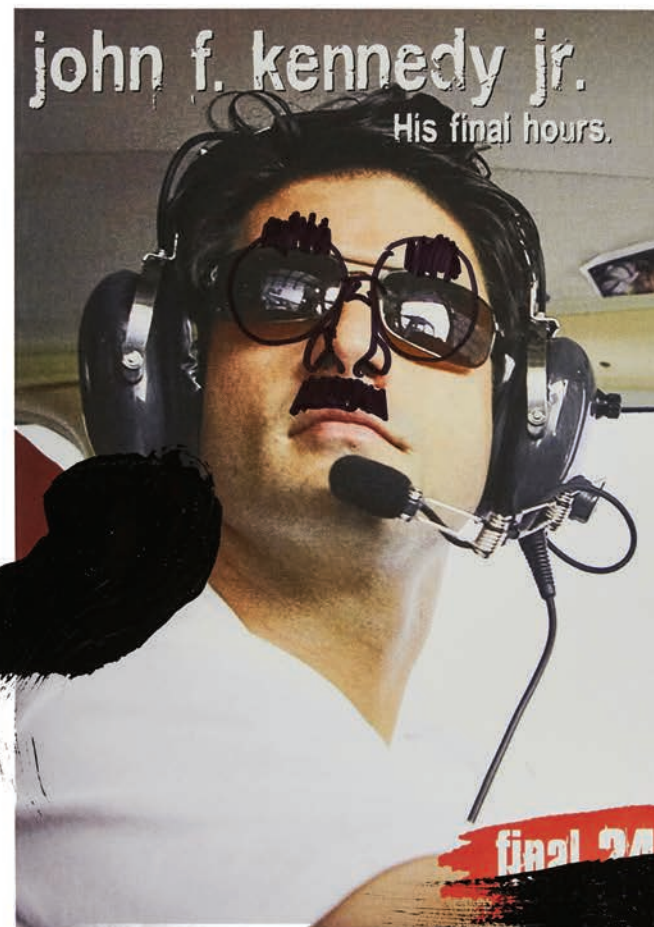
















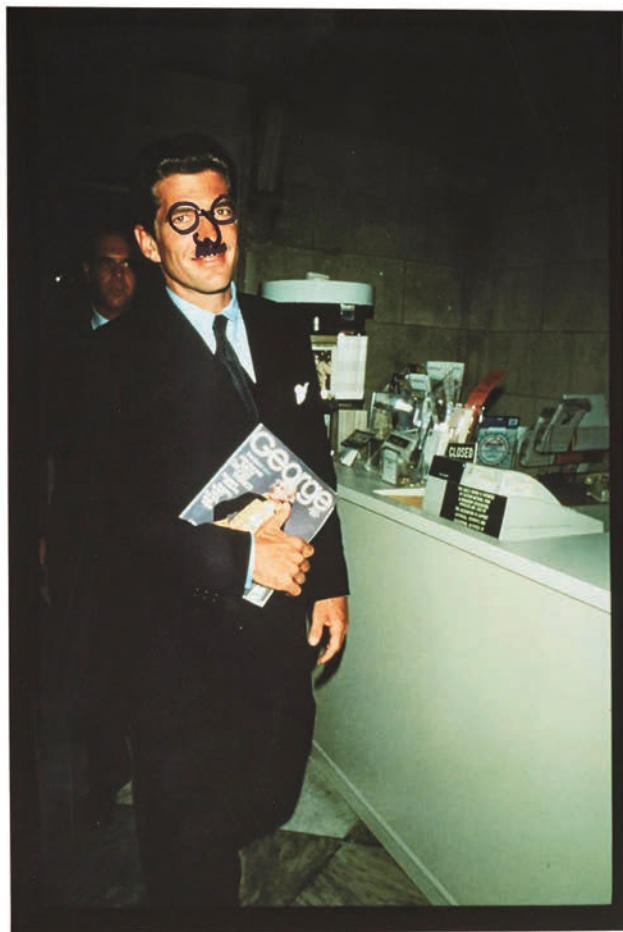
















Avant-propos

CHÈRES LECTRICES, CHERS LECTEURS,

Vous avez entre les mains le rapport annuel 2019 de Ringier SA. Comme depuis 1998, il a été conçu cette année encore par une personnalité du monde international de la culture. Pour le réaliser, Jordan Wolfson est retourné sur les pas du temps et du concept. L'Américain est connu pour recourir dans ses expositions aux médias les plus modernes. Mais dans ce cas-ci, il est revenu au livre classique, à la photographie. Et au marker noir. Il transforme – vingt ans après leur mort dans un accident d'avion – des photos de John F. Kennedy Jr. et de son épouse Carolyn Bessette. Et crée ainsi une stupéfiante association avec le comique Groucho Marx, star de la première moitié du 20e siècle.

Le lien entre Wolfson et l'économie, entre l'art et le commerce – et de famille à famille – vous est expliqué ci-après par l'éditeur Michael Ringier. Le CEO Marc Walder et la CFO Annabella Bassler vous livrent un aperçu de la situation de départ et de la marche des affaires de l'entreprise durant l'année écoulée. Vous en saurez plus sur l'artiste grâce à la spécialiste Beatrix Ruf. Et tout ce qui concerne la santé et les activités des sociétés Ringier vous est présenté entre deux par les responsables, avant que journaliste Frank A. Meyer ne signe le point final avec ses réflexions sur la situation du journalisme au 21e siècle.

Ringier vous souhaite une agréable lecture!

Sommaire

Prologue	70
L’année 2019	74
L’année en chiffres	78
Key Financial Data	83
Ringier Media	90
Ringier Marketplaces	108
Data Protection	118
EqualVoice	120
Technology & Data	122
People & Culture	124
Portfolios	126
Participations importantes	148
L’artiste Jordan Wolfson	152
Epilogue	156
Impressum	162

PROLOGUE

Rarement l’œuvre d’un artiste m’aura pareillement impressionné – ou plutôt bouleversé ou interpellé – que « female figure » de Jordan Wolfson, l’homme qui a créé ce rapport annuel. En 2014 à Bâle, on ne pouvait pénétrer qu’à deux dans la grande halle où une sorte d’homuncule gogo-girl à la perruque blonde, robe très courte et bottes blanches s’exhibait en pole-dance. Seuls quelques rouages visibles aux articulations révélaient que c’était-là un robot high-tech qui dansait, dont les mouvements lascifs étaient proches de la perfection. Où que l’on se place, on était constamment observé par la pole-danseuse – un moment hautement désagréable et oppressant. Le logiciel de son visage était dissimulé sous un masque de sorcière et l’ensemble de la mise en scène agissait comme une vision technologique terrifiante – qui à vrai dire est déjà dépassée aujourd’hui par la réalité. Certes, les artistes ne sont pas des prophètes mais, souvent, quelque chose comme des sismographes. Pour son rapport annuel, Jordan Wolfson se sert de photos de John F. Kennedy Junior, qui appartenait à une famille dont l’histoire est marquée d’événements tragiques, qui a toujours vécu sous une énorme attention du public et qui l’a souvent cherchée. Notre famille est à peu près le contraire. Même si le décès bien trop précoc de notre sœur, tante et coactionnaire Annette, au début de cette année, nous a beaucoup touchés. Les

Ringier ont toujours tenté de résoudre discrètement et à long terme, au sein de la famille, les problèmes qui se présentaient. C’est pourquoi notre sœur, sans enfants, avait fixé il y a des décennies déjà le transfert de sa part d’actions aux autres membres de la famille. Et c’est ainsi également que les discussions, passionnantes et riches d’avenir, entre le management et la famille se sont toujours déroulées dans les coulisses. La décision d’ouvrir l’actionnariat à l’assureur La Mobilière pour un partenariat à long terme est, pour la famille, historique. La numérisation ne perturbe pas qu’une entreprise, elle place une firme comme la nôtre dans un contexte entièrement différent. Partis d’un contexte en général local et national avec un modèle d’affaire établi à long terme, nous avons été catapultés dans un monde en perpétuel changement peuplé d’acteurs globaux. Pour des actionnaires familiaux dont l’ensemble du capital se situe dans l’entreprise, cela signifie un profil de risque entièrement différent. Même si la majorité du nouveau capital se retrouvera dans l’entreprise, le destin financier de la famille ne tient plus à un seul fil. Le fait que le conseil d’administration de Ringier nous ait expressément encouragés à franchir ce pas rend clairement la décision plus simple et plus acceptable pour la famille. Mais nous sommes surtout heureux d’avoir trouvé en l’assureur La Mobili-

lière un partenaire qui témoigne d’énormément de compréhension pour la manière de penser et d’agir dans ce pays – même si une partie des activités est très éloignée de Zurich et de Berne. Volonté de tenir bon, pragmatisme, bonne foi et curiosité inextinguible sont, même dans un monde globalisé, des vertus suisses grâce auxquelles il est possible de marquer des points partout.

Marc Walder, CEO

L'ANNÉE 2019

La transformation numérique se fonde d’une part sur un énorme engagement de la part des collaborateurs et sur leur disposition à apprendre tous les jours. D’autre part, la transformation numérique nécessite de gros moyens financiers. Des moyens pour pouvoir continuer d’investir par ses propres forces. Que ce soit pour des initiatives propres comme *Blick TV* ou *FinanceScout24*. Ou que ce soit pour l’achat d’entreprises afin d’acquérir du savoir et des facultés. C’est pourquoi – ce sont-là deux exemples – nous avons acheté en 2019 le grand réseau numérique de conseils juridiques *digitalCounsel*, ainsi que *Hypoguide*, élément stratégique de *FinanceScout24* en sa qualité de comparateur numérique d’hypothèques.

L’indicateur de la part numérique dans l’EBITDA montre la capacité d’une entreprise à maîtriser la transformation numérique. Autrement dit, quelle part du bénéfice opérationnel résulte des modèles d’affaires numériques ?

Mon appréciation : une entreprise médias dont la part numérique au bénéfice opérationnel se situe aujourd’hui au-dessous de 50% est en danger de mort. C’est dur mais c’est comme ça.

Chez Ringier, en 2012, cette part était encore de 0%. Au terme de l’exercice écoulé, nous en sommes à 72%. Ainsi nous avons pu augmenter la part numérique au bénéfice opérationnel pour la septième fois de suite.

Nous avons également pu augmenter l’EBITDA dans son ensemble, à CHF 114,1 millions de francs. C’est la cinquième hausse de suite.

Mais ce serait une énorme erreur de croire que nous aurions ainsi brillamment achevé la transformation numérique. Au contraire, nous sommes en plein dedans.

Afin que nous puissions énergiquement poursuivre notre stratégie, la famille Ringier et le conseil d’administration ont décidé d’associer au Groupe Ringier la prospère compagnie d’assurances *La Mobilière*, à hauteur de 25%. Nous approfondissons ainsi un partenariat existant et réussi autour de Scout24 Suisse SA. Et cela dans le sens d’un partenariat établi à long terme.

L’objectif de Ringier reste le même : nous allons continuer d’investir résolument dans le journalisme indépendant, les places de marché numériques et les technologies de pointe :

- Le journalisme, parce qu’il est le cœur mais aussi l’âme de l’entreprise Ringier. Nous allons investir avant tout dans le journalisme numérique. Ce qui signifie par exemple, dans l’image animée.
- Les places de marché numériques, parce que pour Ringier elles ont été le moteur de la foudroyante transformation numérique de ces dernières années et parce qu’elles offrent un énorme potentiel de services numériques supplémentaires.

- Les technologies de pointe, parce que sans technologie « state-of-the-art » les médias numériques et les places de marché numériques sont comme une belle voiture sans moteur.

Ce qui réunit le tout, c’est nos plus de 7 000 collaborateurs dans dix-neuf pays. Ce sont eux qui fondent notre succès.

Ringier fait aujourd’hui partie des entreprises médias structurées de la façon la plus moderne en Europe. De la clairvoyance, une bonne dose de courage entrepreneurial, une exécution précise et de la ténacité nous y ont conduits.

Si nous parvenons à être encore meilleurs dans tous ces domaines, alors les années qui viennent seront aussi placées sous le signe du succès pour Ringier.

Nombre de collaborateurs

	<u>2018</u>	<u>2019</u>
Collaborateurs par région	7 258	7 147
Suisse	2 978	2 964
Europe de l’Est	3 359	3 366
Asie & Afrique	921	817

Annabella Bassler, CFO

L'ANNÉE EN CHIFFRES

Ces dix dernières années, le Groupe Ringier est devenu l'activité médias traditionnelle, la profitabilité du Groupe Ringier augmente, comme ces dernières années. Cela se manifeste par la part numérique dans l'EBITDA, La marge EBITDA est désormais de 11.6 % (+ 0.3 % p. comparativement très élevée dans la branche, de 72 % rapp. à 2018). L'EBITDA du Groupe Dans le segment médias, le Groupe Blick bénéficie de Ringier augmente à CHF 114,1 millions (2018 : CHF la monétisation en ligne accrue de *blick.ch*. La joint-venture RASCH (Ringier Axel Springer Suisse SA) a également étoffé ses activités d'édition numérique par plusieurs initiatives, dont le nouveau concept *SI Online*. *Izzy* poursuit sur la voie du succès comme marque de médias sociaux leader en Suisse, avec un nombre accru de vues. La croissance du Groupe Energy tient en partie à la contribution plus élevée au résultat du segment de places de marché et du degré de numérisation accru dans

de nouvelles offres comme le Travel Site. En Europe de l'Est, on constate pour la joint-venture RASMAG (Ringier Axel Springer Media SA) de nouveaux flux de recettes issus de la publicité numérique, le content commerce et l'activité vidéo. En Afrique, des effets d'échelle contribuent à une hausse de la marge chez Ringier Africa Digital Publishing (RADP). D'autres flux de recettes en Asie comprennent la production vidéo, les événements et listings ainsi que la publicité programmatique. Les places de marché suisses jouent un rôle porteur dans le résultat opérationnel du Groupe Ringier. La croissance repose sur des offres groupées, des modèles de prix dynamiques et de nouvelles opportunités d'affaires. C'est ainsi qu'*AutoScout24* a introduit de nouveaux produits de mobilité et la génération de leads pour les commerçants. *JobCloud* domine le marché avec un ancrage local fort et de nouvelles technologies qui permettent une différenciation par rapport aux acteurs internationaux. De multiples initiatives stratégiques ont été lancées ces dernières années, notamment *Applify*. *Ticketcorner* a de nouveau été en croissance, notamment grâce à des grands événements comme la Laver Cup, le jubilé du Cirque Knie et les Mondiaux de hockey. L'activité e-commerce se développe également avec succès grâce à *DeinDeal* et *geschenkidee.ch*. Ringier Axel Springer Media SA (RASMAG) profite d'une trace

numérique unique en son genre avec ses places de marché leaders sur les marchés d’Europe de l’Est en rapide croissance. Dans le domaine de l’emploi, *Profession.hu* est par exemple leader en Hongrie. En Roumanie, Ringier domine le marché avec ses marketplaces *Imobiliare* et *eJobs* qui, sur le plan technologique, profitent des investissements dans le nouveau méta-portail. Avec ROAM (Ringier One Africa Media), Ringier est un « early investor » en Afrique. ROAM exploite des places de marché numériques dans sept pays d’Afrique de l’Est et de l’Ouest. Son portefeuille englobe des leaders locaux du marché dans les principales branches.

Les deux segments places de marché et médias ont à nouveau connu en 2019 des investissements significatifs, l’accent étant fortement placé sur les activités numériques. A cet effet, le domaine Tech & Data a été ré-organisé en « international unit ». Il fournit des prestations de développement innovantes à diverses sociétés du groupe.

Le plus grand investissement dans le segment médias a concerné la préparation du lancement de *Blick TV* pour 2020. Avec *Blick TV*, Ringier participera au marché en croissance de la vidéo et du streaming et visera de nouveaux flux de recettes issus de l’augmentation des visites et de leur durée sur *blick.ch*, de même que des synergies au sein du Groupe Blick et avec RASCH. En

2019, RASCH a étendu sa trace numérique en reprenant, en étroite collaboration avec le *Beobachter*, la plateforme numérique « digitalCounsels » dédiée au conseil juridique. En outre, en 2019 Ringier a repris 100% des parts de Ringier Sports (ex-Infront Ringier Sports & Entertainment Switzerland SA).

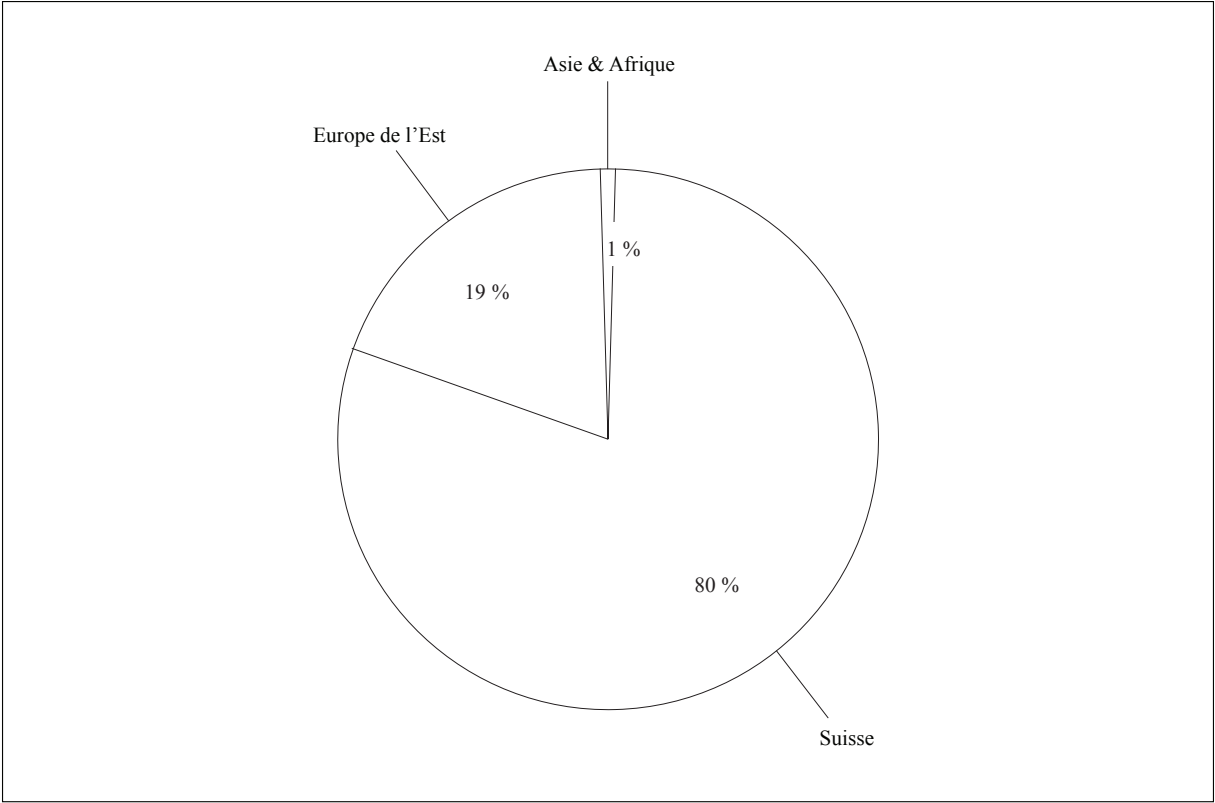
Parmi les places de marché, *Scout24* investit dans de nouvelles offres en relation avec la numérisation du processus de location et dans l’estimation de biens immobiliers de IAZI (en français CIFI). Par ailleurs, le développement de la plateforme en ligne *FinanceScout24* a démarré. La mise en place de la nouvelle verticale a été accélérée en 2019 par l’acquisition d’*Hypoguide*. Avec cette verticalisation, Scout24 est très bien positionné pour exploiter les actuelles plateformes pour la vente de produits d’assurances, d’hypothèques et de finance. Le lancement en douceur a commencé au quatrième trimestre 2019 et contribuera à renforcer la position de Scout24 en Suisse. Des parts ont été acquises dans l’entreprise *Joveo* pour continuer d’ étoffer *JobCloud* sur le plan technologique. Cette acquisition vise à réduire encore, par de nouvelles technologies, la complexité du processus de recrutement pour les clients. En Pologne, l’entrée sur le marché du portail d’emploi *StepStone*, un des portails d’emploi leaders en Europe, a eu lieu en 2019.

Avec ses participations dans divers domaines et pays ou continents, Ringier jouit d’une structure très diversifiée. Le développement des sociétés, marques et participations Ringier entraîne un résultat opérationnel à la hausse et donc une solide génération opérationnelle de cash. Le Groupe Ringier continuera de renforcer sa stratégie de croissance numérique pour une création de valeur durable et il l’accélérera grâce à la participation de 25 % de La Mobilière.

Ringier en chiffres en millions de CHF

	<u>2018</u>	<u>2019</u>
Chiffre d’affaires par région	1 004.2	984.8
Suisse	798.0	782.4
Europe de l’Est	198.6	190.1
Asie & Afrique	7.6	12.3
 Chiffre d’affaires par nature de produit	 1 004.2	 984.8
Recettes numériques	466.1	504.6
Recettes des ventes	236.8	212.1
Recettes publicitaires	144.6	130.5
Recettes d’imprimerie	82.9	62.2
Recettes d’événements et autres recettes médias	73.8	75.4
 EBITDA	 113.0	 114.1
Marge EBITDA	11.3 %	11.6 %

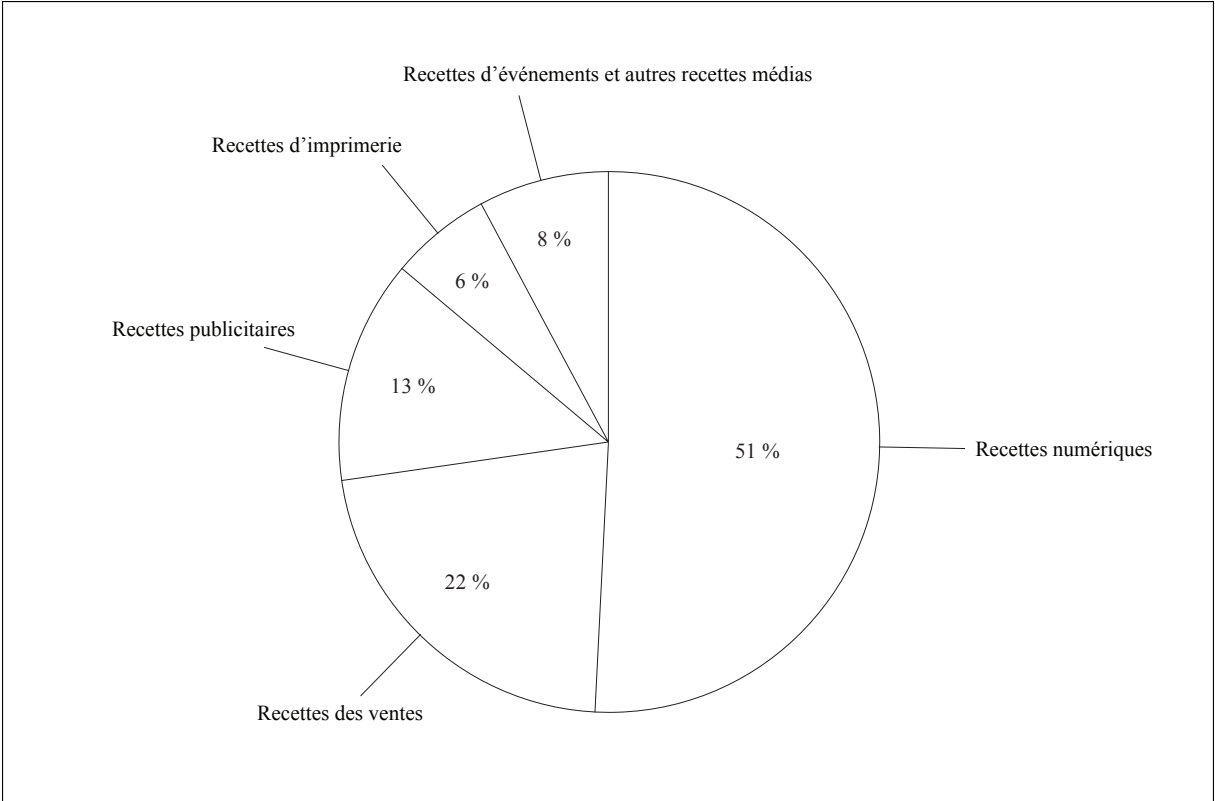
Recettes et régions 2019



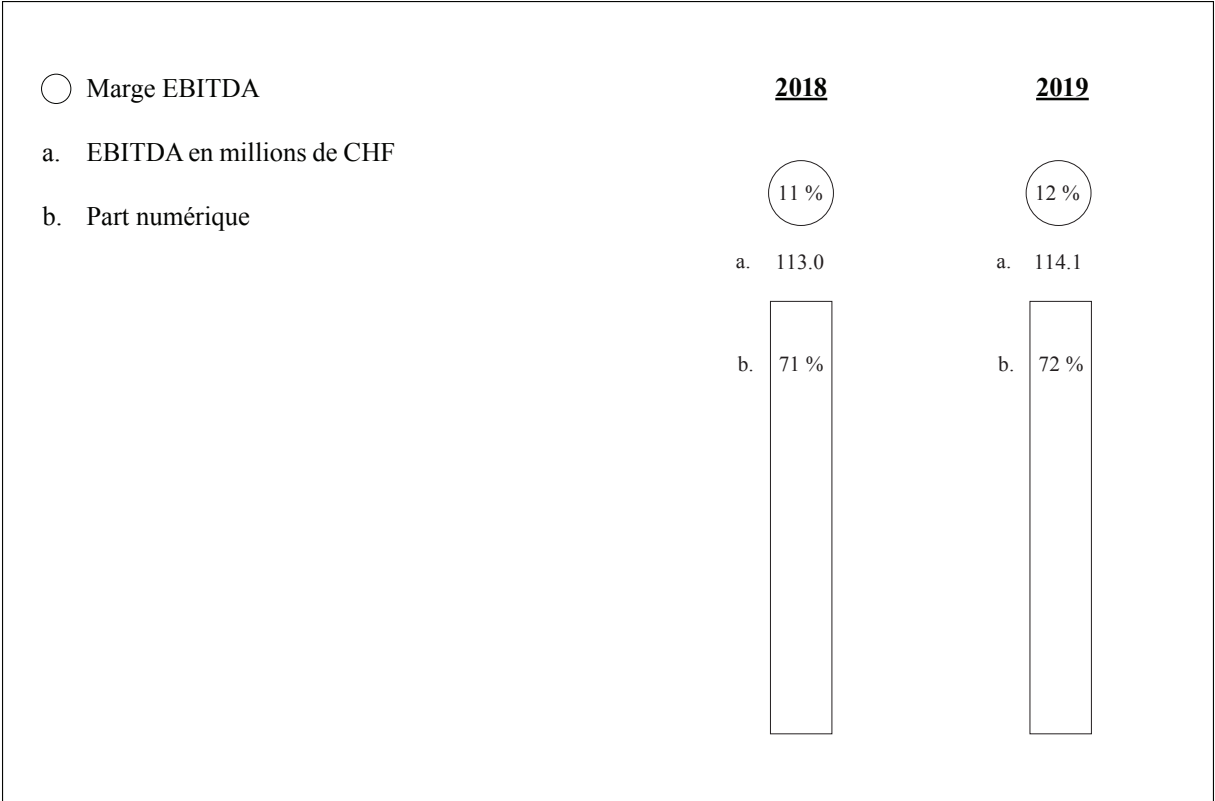
Chiffres d'affaires Groupe Ringier en millions de CHF

	2018	2019
Suisse	798.0	782.4
Recettes numériques	354.2	383.1
Recettes des ventes	191.2	174.4
Recettes publicitaires	121.2	111.1
Recettes d'imprimerie	76.7	56.9
Recettes d'événements et autres recettes médias	54.7	56.9
Europe de l'Est	198.6	190.1
Recettes numériques	106.5	111.2
Recettes des ventes	45.6	37.8
Recettes publicitaires	22.5	18.4
Recettes d'événements et autres recettes médias	17.8	17.3
Recettes d'imprimerie	6.2	5.4
Asie & Afrique	7.6	12.3
Recettes numériques et autres recettes médias	6.7	11.4
Recettes publicitaires	0.9	0.9

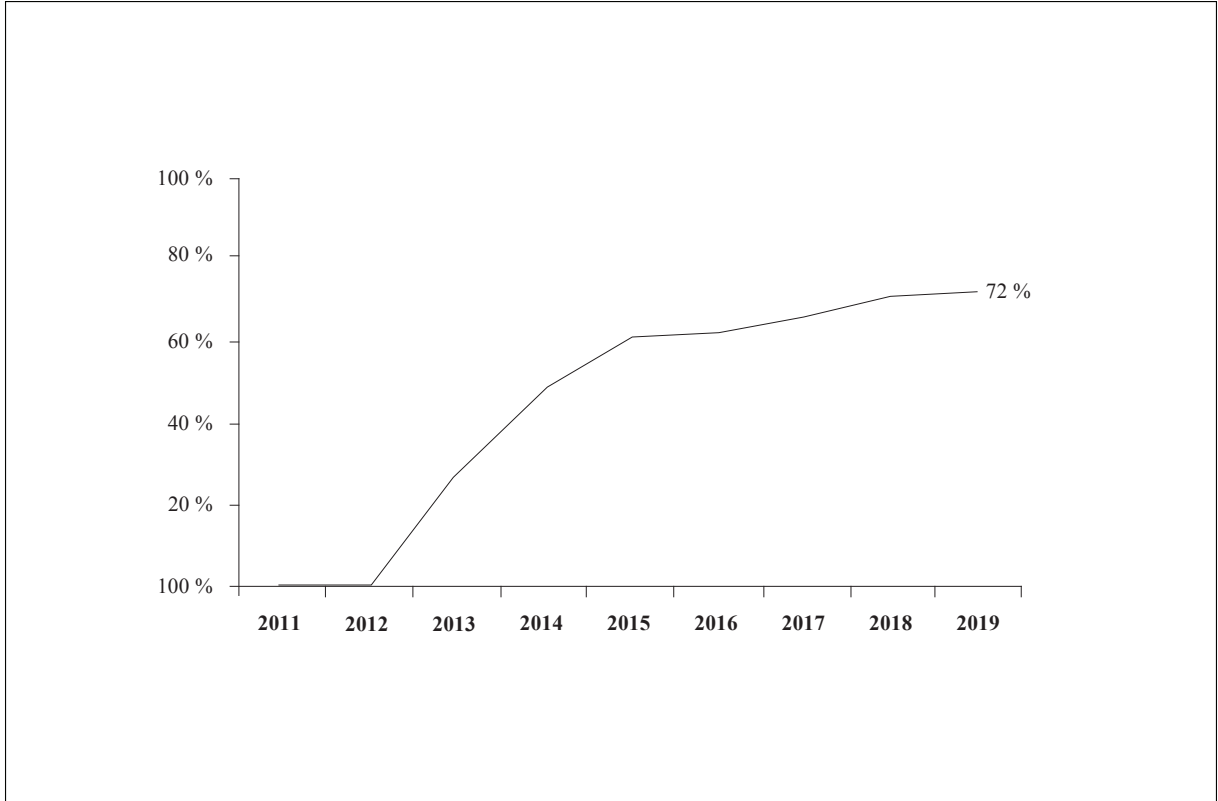
Chiffre d'affaires par produit en pourcents



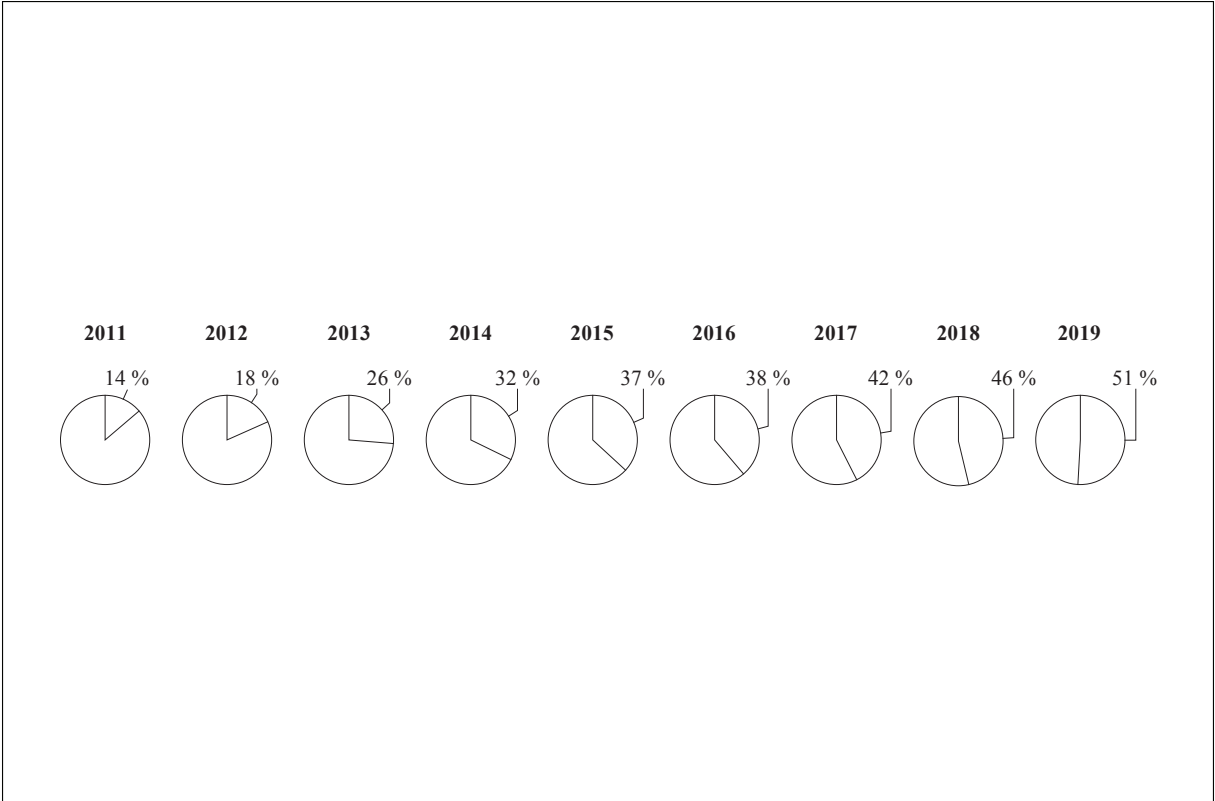
Evolution de la part numérique et de la marge EBITDA



Part numérique de l’EBITDA en %



Part numérique en % du chiffre d’affaires au fil des ans



Médias

GROUPE BLICK

En 2019, le Groupe Blick a célébré deux anniversaires : C’est pourquoi en 2019 le Groupe Blick a réalisé plusieurs actions anniversaires. Il a entre autres lancé le *BLICK* a eu 60 ans et le *SonntagsBlick* 50 ans. *BLICK* informe quotidiennement depuis six décennies sur les « *Swatch X Blick* » en collaboration avec Swatch : sujets qui touchent les gens dans notre pays. Premier et chaque acheteur a pu se choisir un fond individualisé unique journal populaire de Suisse, il reste une référence et, au fil des ans, il est devenu l’une des marques parmi quelque huitante titres de *BLICK* des soixante dernières années et porter ainsi un fragment d’histoire de médias les plus puissantes du pays. Le *SonntagsBlick* de la presse suisse au poignet.

– une nouveauté en 1969 dans le paysage médiatique En cette année anniversaire, le Groupe Blick a continué de se développer vivement. Il a atteint avec ses helvétique qui, jusqu’alors, ne connaissait pas de journaux dominicaux – proposait alors et propose toujours offres plus de 1,5 million de personnes par jour. La part – des primeurs passionnantes, des nouvelles, des classements, du divertissement et des articles de fond venus numérique a de nouveau augmenté par rapport à l’année précédente et représente déjà 63 % de l’ensemble de la diffusion. *Blick.ch* a attiré 70 % de toutes les visites sur du monde entier.

mobile. Ces chiffres en ligne à la hausse, de nouveaux émetteur numérique du pays, le Groupe Blick réagit aux formats, de nouvelles technologies et davantage de vidéos live ont reflété l’orientation de *BLICK*, premier nombre croissant de spectateurs vidéo et s’adapte aux médias d’information de Suisse. A côté des articles rédactionnels, le Groupe Blick a accru sa présence par le exigences évolutives des marchés publicitaires. Depuis le 17 février 2020, le nouveau canal d’information séduit les utilisateurs là où ils se trouvent et leur fournit tous les quarts d’heure des informations politiques, économiques, sportives et divertissantes.

Blick Cafés, le groupe Blick s’est affiché dans les A l’aide d’éléments de réalité augmentée, le Groupe grandes foires du pays. Blick a continué d’enrichir son « user experience ». Des contenus en images animées et des galeries photo ont complété les éditions imprimées du *BLICK* et du *SonntagsBlick* et accru l’expérience utilisateur. En outre, le cent placé sur les breaking news. A l’aide de ce premier *BLICK* a lancé avec des étudiants de la Haute école spé-

Médias

cialisée des Grisons une expérience de télé-réalité. Les sept épisodes de ce nouveau format ont été diffusés exclusivement sur *Blick.ch* et accompagnés de vidéos, vlogs et séquences interactives sur les médias sociaux du Groupe Blick.

Pour le Groupe Blick, 2019 ne conclut pas seulement une année mais une décennie : il y a tout juste dix ans que la newsroom de *BLICK* a été inaugurée. Les ex-rédactions indépendantes et concurrentes de *BLICK*, du *SonntagsBlick*, de *blick.ch* et de *Blick am Abend* ont été fondues en une seule rédaction qui alimente tous les canaux. Cette année, la rédaction a été encore étoffée en prévision du démarrage de *Blick TV* en février 2020 : 18

postes supplémentaires ont été créés et deux nouveaux studios ultramodernes construits, dont l’un est directement intégré à la newsroom *BLICK*. Début décembre, une bonne partie de l’équipe de 48 personnes de *Blick TV* a entamé son travail.

La 61^e année de *BLICK* passera à l’histoire comme un grand millésime : le démarrage de *Blick TV* est un des plus grands bouleversements dans l’histoire du média et le plus important projet du Groupe Blick pour ce début de la nouvelle décennie.

RINGIER AXEL SPRINGER SUISSE SA

Pour Ringier Axel Springer Suisse SA (RASCH), 2019 a été placé sous le signe de la croissance numérique, de la mise en place du Paid Content pour les médias économiques et le *Beobachter*, de la refonte de nos navires amiraux parmi les magazines grand public et d'un investissement dans un modèle de plateforme de conseil légal disruptif. Mais procédons par ordre.

Les pénétrations des principales offres numériques ont continué d’augmenter systématiquement en 2019. Le nouveau site people et lifestyle *schweizer-illustrierte.ch* de la *Schweizer Illustrierte* et de *Style* a connu une croissance de 60 % à quelque 1,5 million de clients uniques (CU). Avec le réseau économique nouvelle-ment conçu sous la marque *hz.ch*, qui réunit les contenus numériques de la *Handelszeitung* et de *Bilanz*, on a vu une augmentation de 100 % à 600 000 CU. Le site *Cash.ch* a atteint en août un plus haut historique de 580 000 CU intéressés aux placements financiers. Le *Beobachter* ne pouvait rester en retrait : il a dépassé pour la première fois 1,6 million de CU.

La monétisation de ces pénétrations du marché lecteurs figure désormais en tête des priorités. Pour *hz.ch* et *beobachter.ch*, des offres d’abonnements numériques ont par conséquent été proposées peu avant la fin de l’année et ont bien démarré dès la première semaine. Notre quotidien romand *Le Temps* et ses abonnements

Médias

numériques ont pris beaucoup d’avance. En décembre, *Letemps.ch* a franchi la barre des 9500 abonnements numériques (+20% par rapport à 2018) pour un prix d’abonnement de CHF 328. le premier magazine grand public de Suisse dans deux langues nationales. Notre mensuel économique *PME Magazine*, qui a fêté en 2019 son 30e anniversaire, a lui aussi apporté sa réjouissante contribution.

Le Röstigraben n’existe plus ! Cela ne tient pas seulement aux chiffres positifs qui marquent cette année les activités romandes mais aussi au relookage commun de la *Schweizer Illustrierte* et de *L’Illustré*. Avec un logo et une mise en pages largement identiques, la réalisation en commun de contenus rédactionnels et la vente à double auprès de nos clients annonceurs, nos deux navires amiraux sont devenus pour la première fois de véritables publications sœurs. A elles deux, elles forment Le Groupe Beobachter, également très prospère en 2019, a lui aussi innové. Au-delà de l’évolution positive de son activité de base (magazine, centre de conseil, site web), la maison d’édition de livres *Beobachter Edition* est devenue la plus grande boutique en ligne parmi les offres de RASCH, les e-books marquant la plus forte hausse : 35%. La collaboration réussie avec l’assureur La Mobilière pour le site de conseil *Guider* a été étendue en 2019 à la Suisse francophone. Ainsi les clients

romands de La Mobilière et les abonnés à *L’Illustré* ont eux aussi accès à *Guider*.

L’an dernier, RASCH a fait un pas de plus vers l’avenir en prenant une participation majoritaire dans la start-up *digitalCounsels*. Avec ses trois fondateurs, l’objectif est de mettre en place la première place de marché numérique dans le domaine « legal tech », une sorte de booking.com pour services juridiques. Plusieurs centaines d’avocats se sont déjà enregistrés sur le site et, dès 2020, ce service est à la disposition des consommateurs et des *PME* en quête d’assistance juridique sous la marque *Getyourlawyer*.

Médias

ADMEIRA

En quatre ans, la régie publicitaire Admeira s’est affirmée dans un marché exigeant. Les recettes de la publicité numérique de *Blick* ont par exemple augmenté de 29% tandis que les recettes print demeuraient stables. Dans le secteur broadcast, le contrat de régie a été prolongé de deux ans avec Tele Regio Combi (TRC). Dans le print, Admeira a lancé avec Ringier et Ringier Axel Springer Suisse la nouveauté mondiale *Marketplace*. Les annonceurs, les clients et les agences ont ainsi accès au portefeuille print avec sa trentaine de titres. Autre innovation : *Ad-Booking*, une plateforme de réservation sur laquelle les PME peuvent aisément réaliser leurs campagnes digitales.

En dépit de divers succès, les offres cross-média et la pub TV ciblée n’ont pas évolué comme attendu. Un débat de politique des médias qui se prolonge et des obstacles réglementaires ont entraîné une modification en 2020 de la structure propriétaire. Ringier acquiert la part d’actions de 50% de Swisscom dans Admeira et se retrouve dès février 2020 unique propriétaire de la régie publicitaire. Du même coup, une réorientation stratégique a lieu : Admeira est restructuré et se concentrera désormais sur la vente de publicité TV. La SSR demeure à long terme le plus important fournisseur d’inventaire.

SWISSPRINTERS SA

Dans un environnement de marché qui reste très difficile, *Swissprinters*, à Zofingue, a pour l’essentiel réussi à atteindre les objectifs annuels visés.

Les mesures mises en œuvre pour améliorer l’efficacité, du genre raccourcissement des temps de calage sur les installations de production et importante optimisation des coûts dans l’ensemble de l’entreprise, étaient absolument nécessaires. La disponibilité élevée des installations, au prix d’une maintenance professionnelle a contribué à garantir une production sans accroc. Heureusement, la situation sur le marché du papier s’est à nouveau quelque peu détendue en raison de la stabilisation des prix pour l’imprimerie, et parfois même leur réduction.

L’impression par des concurrents étrangers demeure importante. Mais *Swissprinters* a quand même pu conclure des prolongations de contrat avec des clients stratégiques de renom.

Les investissements actuels dans l’optimisation des processus ainsi que la formation continue des collaborateurs en théorie comme dans la pratique, en vigueur depuis des années, nous aident à répondre toujours mieux aux exigences de la clientèle. *Swissprinters* est et demeure ainsi, pour l’avenir également, le leader du marché suisse des produits de presse imprimés.

Médias

GROUPE ENERGY

En 2019, *Energy* a de nouveau été la radio la plus écoutée au sein des groupes cibles importants pour la publicité à Bâle, Berne et Zurich. Le portefeuille des stations a atteint journalièrement 721 000 auditrices et auditeurs. Parmi elles figurent les stations DAB+ *Vintage Radio* et *Rockit Radio*. Avec 213 000 auditeurs par jour, ces dernières font partie des radios DAB+ les plus écoutées du pays. Sur les médias sociaux, *Energy* a vu augmenter les interactions de 10 millions et, avec ses 43 millions d’interactions, elle est pour la deuxième année de suite la marque de média suisse largement dominante sur les médias sociaux. En outre, depuis l’automne, *Energy* est active sur TikTok, où elle enregistre plus de 80 000 followers et génère en moyenne 5 millions de vues vidéo par mois, notamment grâce à une vidéo virale qui a généré plus de 15 millions de vues dans le monde en novembre. Avec *Energy Air*, l’*Energy Star Night* et de nombreuses *Energy Live Sessions*, *Energy* a de nouveau assuré pour la communauté *Energy* des événements musicaux uniques, avec des performances tendance comme James Blunt, Sido, Aloe Blacc et The Script. En lançant d’autres produits comme le projet de satire sociale « *Schweizer Fakten* », *Energy* entend bien figurer, en 2020 aussi, parmi les principaux acteurs du divertissement en Suisse.

IZZY

Deux ans après sa création, *izzy* s’est affirmé comme « influenceurs voyages » de loger gratuitement dans une des marques de média préférées du jeune public en Suisse. Sur Instagram, YouTube et Facebook, près de 600 000 utilisateurs d’un âge moyen de 23 ans suivent *izzy*. En 2019, *izzy* a pris la 5e place parmi les plus fortes marques médias suisses sur les réseaux sociaux. Tant à l’aide de coups d’éclat rédactionnels qu’avec des vidéos de marque, *izzy* a fait fureur en 2019 : un appel sur la hotline du candidat UDC au Grand Conseil Stefan Locher l’a mis dans ses petits souliers, une interview fictive du CEO de Sunrise Olaf Swantee a valu à *izzy* un iPhone gratuit et quelques photos d’influenceurs réalisées à l’Europapark ont suffi pour permettre à des « influenceurs voyages » de loger gratuitement dans un luxueux hôtel suisse. En 2020, de nouveaux membres de l’équipe apporteront de l’air frais – sur les plans rédactionnel et commercial.

Médias

MOON&STARS

Depuis 2017, le Groupe Energy assume la gestion du cola » ont offert à quelque 190 000 visiteurs du *Moon&Stars Festival*. Cet événement musical propose de grandioses concerts au Tessin. Du 11 au 21 juillet 2019, sur la Piazza Grande de Locarno, on aura ainsi assisté à non moins de 20 concerts, de Christina Aguilera à Eros Ramazzotti, en passant par Nena et Jamiroquai, Patent Ochsner et Stephan Eicher. Pour la troisième fois, *Moon&Stars* a également proposé un attrayant programme annexe : le *Food & Music Street*. Entre la Piazza Grande et le lac Majeur, il conjugait les spécialités culinaires du monde avec de la musique live : plus de 25 food-trucks, de multiples bars et, au total 45 concerts gratuits sur ce qu’on a appelé la « Piazza Pic-

RINGIER SPORTS

En 2019, Ringier a repris toutes les actions de l’ex-joint-venture InfrontRingier Sports & Entertainment Switzerland SA. L’entreprise se présente depuis mi-2019 sous l’enseigne Ringier Sports SA, avec neuf employés et siège à Zurich. *Ringier Sports* se focalise sur les sports de masse comme le football, le hockey sur glace et tous ceux qui disposent d’un grand nombre de licenciés et d’actifs, ainsi que sur l’exploitation des droits commerciaux dans les ligues nationales et sur les futurs développement et commercialisation de formats de manifestations et de championnats à caractère national. Le Tournoi WTA de Lugano et le 83e Tour de Suisse ont été organisés pour la dernière fois par Ringier en 2019 suite au changement de structure. Responsable de la commercialisation globale du FC Zurich, *Ringier Sports* a acquis pour le 1er juillet 2019 un nouveau sponsor principal, AntePAY. Au niveau commercialisation et parmi le public, la Swiss Football League a été un succès et a enthousiasmé des millions de supporters au fil de 360 matches. La Coupe suisse de hockey sur glace a, de son côté, proposé de multiples matches passionnants. Durant l’année écoulée, l’environnement de marché n’est pas devenu plus simple. Mais avec sa réorientation, *Ringier Sports* est assuré de consolider sa position dominante sur le marché.

Médias

RINGIER AXEL SPRINGER MEDIA SA

En 2019, en Pologne, *Onet* a été le média le plus cité et le plus influent, avec 48 500 citations en douze mois. En outre, en 2019 *Onet* a été désigné média en ligne le plus fiable par l’Institut Reuters. *Fakt daily* occupe toujours sa position dominante sur le marché polonais avec le plus fort tirage vendu. Le *Business Insider Trends Festival* a été organisé pour la deuxième fois, avec plus de 120 orateurs venus du monde entier et 3000 participants. En 2019, Ringier Axel Springer Polska a reçu des distinctions des médias, de l’industrie et de journalistes, notamment le « Grand Press » (catégorie informations) et le « Good Journalist » pour *Onet*, le « Journaliste médical de l’année 2019 » pour le site santé *Medonet* et la « Meilleure régie publicitaire » pour l’équipe de vente de publicité de Ringier Axel Springer Pologne (ex-Media Impact Pologne).

Ringier Axel Springer Hongrie a atteint le 5e rang parmi les maisons d’édition numériques avec 3,5 millions d’utilisateurs uniques, soit 55,6% des utilisateurs hongrois d’Internet. Autre réjouissance : *Blikk.hu* a atteint le 2e rang parmi les sites d’informations du pays.

Dans le print, 2019 aura été un sommet pour le magazine *GLAMOUR*, qui a atteint plus de 220 000 exemplaires en octobre, un record. Le quotidien *Blikk*, qui se vend depuis vingt-cinq ans, est resté en 2019 le journal le plus lu et le plus acheté de Hongrie. En dépit d’une

situation politique compliquée et d’une âpre concurrence, 2019 aura été pour Ringier Axel Springer Hongrie une année réussie.

En Slovaquie, *Aktuality.sk* a mis en route un modèle payant pour les contenus de qualité : *Aktuality.sk Plus*.

En Serbie, *Blic.rs* garde sa position dominante en dépit de la forte pression du marché et des tentatives de la concurrence de lui ravir sa place de numéro 1. Les publications destinées aux femmes, y compris les sites *bliczena.rs*, *pulsonline.rs* et *ana.rs*, conservent leur part de marché leader en Serbie et leur résultat financier s’avère excellent. *Blic Print* a gardé sa position stable et réussi à rester numéro 2 pour le nombre de lecteurs et numéro 3 pour les ventes. Le magazine féminin *Blic Zena* domine le marché. Pour conserver cette position, une collaboration a été lancée avec des auteurs locaux.

Le magazine politique le plus influent de Serbie, *NIN*, est demeuré profitable en 2019. Notre imprimerie *APM Print doo* couvre 70% du marché de l’impression des quotidiens : beaucoup d’autres titres locaux et régionaux sont imprimés sur nos rotatives.

Médias

ROUMANIE

2019 aura été une nouvelle année de croissance pour Ringier Roumanie. Dans le domaine médias, *Libertatea* sous forme numérique a surpassé le marché avec une croissance du trafic de 30 % et des recettes publicitaires de 20 %. Il faut y voir le résultat des contenus de grande valeur que la nouvelle équipe rédactionnelle dirigée par le réputé journaliste roumain Catalin Tolontan a produits et de la nouvelle formule réussie de son site numérique, un des plus modernes du marché roumain.

Acquis à fin 2018, le portail de sports *Gazeta Sporturilor* (GSP) a notablement contribué à la croissance des recettes publicitaires et à la rentabilité de l'ensemble des activités d'édition de Ringier en Roumanie. Vu la

qualité de la marque, des contenus et de la nouvelle plateforme numérique – créée par nos partenaires bulgares de *Sportal.bg* – les recettes publicitaires numériques de GSP ont doublé et la rentabilité a été multipliée par cinq !

Ringier Roumanie a consolidé sa position de leader dans l'édition numérique et demeure le numéro 1 des entreprises d'édition numérique et le numéro 1 des sociétés de commercialisation en Roumanie.

RINGIER AFRICA DIGITAL PUBLISHING

Avec sa plateforme d'informations *Pulse*, Ringier Africa Digital Publishing (RADP) est très présent au Nigeria, au Ghana et au Kenya. L'accent est mis sur la distribution de contenus rédactionnels, avant tout par le biais des réseaux sociaux. Des solutions de marketing numériques (*Ringier Digital Marketing*) et des services de production (*Pulse Studio*) surtout en matière de vidéo complètent l'offre pour des clients de toute la région.

L'an passé, *Pulse* a étendu sa présence sur le marché et compte désormais plus de 10 millions d'utilisateurs par mois sur ses sites nationaux. Avec les plus de 13 millions d'utilisateurs abonnés aux canaux sociaux de *Pulse*, ils génèrent plus de 10 millions d'interactions par mois. En

octobre, *Pulse Nigeria* est devenu numéro 6 mondial sur Instagram. Ce classement repose sur la base des interactions générées sur le canal, telles que mesurées par Socialbakers, le célèbre fournisseur d'analyses des médias sociaux.

Ringier Digital Marketing et *Play Studio* se sont fixé pour objectif en 2019 d'être globalement « best in class » par leur qualité et le service à la clientèle. A cette fin, l'équipe a été augmentée et un nouveau logiciel mis en place. En outre, *Play Studio* a gagné de nouveaux mandats pour de grandes productions de la part de marques comme Nestlé et Nike, se profilant ainsi comme une maison de production locale aux idées innovantes et créatives.

Médias

En même temps, 2019 a été marqué par quelques changements dans l’organisation de l’entreprise : le fonctionnement de l’organisation de vente et la gestion de la clientèle ont été partiellement restructurés, afin de créer des structures et des potentiels pour une croissance ultérieure. En ce qui concerne le développement de la commercialisation de la publicité, des progrès ont été réalisés, mais ils demeurent au-dessous des attentes.

En 2020, RADP prévoit de renforcer encore la marque *Pulse*, ce qui devrait consolider à long terme la pertinence du média sur le marché et contribuer, par une monétisation accrue du produit, à ancrer solidement le groupe médiatique dans le marché comme partenaire marketing innovant et créatif.

ASIE

2019 aura été l’année la plus réussie des neuf ans d’histoire d’*ELLE Vietnam*. Au début de l’année, l’équipe a lancé sa propre agence de création, *Idea Factory*, avec pour but de développer des campagnes locales de marketing pour des clients réputés, par exemple Porsche, afin d’exploiter efficacement tous les canaux en ligne et hors ligne d’*ELLE Vietnam*. *ELLE Vietnam* a conclu un partenariat avec SMX à Singapour, la plateforme leader dans la publicité programmatique. Cette plateforme, destinée à l’achat et à la vente entièrement automatiques et individualisés de surfaces publicitaires en temps réel, offre aux clients régionaux la possibilité de placer de la pub sur *ELLE.vn*. 2019 a été une année où Ringier Asie s’est concentré sur les activités d’édition et de rubriques. A la suite d’une évaluation stratégique, *Marry Network* au Vietnam et au Myanmar a été vendu à des partenaires locaux qui en poursuivent les activités. Au Myanmar, *Duwin* a consolidé sa position de portail en ligne d’informations, de sport et de divertissement à l’aide d’un VideoPlayer innovant. Les clients annonceurs ont ainsi la possibilité de réserver leurs formats publicitaires vidéo sur *Duwin* dans un environnement sûr et fiable.

Marketplaces

SCOUT24 SUISSE

Sur un marché en ligne en perpétuel changement, l’innovation est le plus grand risque pour la proximité avec la clientèle. *FinanceScout24* a été le plus important projet en la matière. La plateforme exploite un marché jusqu’ici négligé en Suisse. Désormais, les amateurs trouvent, au-delà de l’immeuble de leurs rêves sur *ImmoScout24*, le financement idéal sur *FinanceScout24*. Et celui qui déniché sa nouvelle voiture sur *AutoScout24*, peut comparer les assurances sur *FinanceScout24* et les souscrire immédiatement.

Il y a du nouveau sur les plateformes existantes aussi : sur *AutoScout24*, l’outil « Optimizer Pro » indique désormais au vendeur d’automobiles le prix de vente le plus prometteur. *ImmoScout24* propose maintenant une estimation des immeubles. D’autres fonctions telles que le dossier de candidature en ligne et la fonction de commande d’extraits du Registre des poursuites simplifient la vie des locataires en quête de logis.

La croissance supérieure à la moyenne du Groupe Scout24 indique qu’il est sur le bon chemin.

Anibis.ch a été simplifié : avec le nouveau Messenger, la prise de contact est améliorée et la sécurité accrue.

Par sa collaboration avec la prévention de la criminalité suisse (PSC), *anibis.ch* a pu, en outre, se positionner avec succès en tant qu’expert de la lutte contre la criminalité sur la Toile.

JOB CLOUD

Pour JobCloud SA, 2019 a été, sur les plans financier et stratégique, une année positive. De nouveaux produits ont été lancés, des produits existants développés et, dans les deux cas, la mise en œuvre opérationnelle fut optimale.

Compte tenu de la nouvelle alliance stratégique avec *Jobveo.com*, il a été possible de réaliser un chiffre d’affaires record. Avec son écosystème intégré de plus de 25 canaux numériques, JobCloud propose activement et passivement aux utilisateurs davantage que jamais auparavant : plus de 200 000 offres d’emploi, des dizaines de milliers de profils d’entreprises avec descriptif et évaluation, des outils de calcul de salaire efficaces et la possibilité de faire acte de candidature de manière entièrement numérique.

Plus de 800 employeurs, surtout des PME, se sont enregistrés sur cette nouvelle plateforme marketplace. Ils ont bénéficié d’une annonce gratuite, de la publication préférentielle de leurs offres d’emploi sur plus de 100 canaux numériques et du système de gestion de candidature sur mobile et poste fixe. Grâce aux canaux de communication en temps réel, le dialogue avec 50 000 responsables du personnel a pu être dynamisé.

Au prix d’investissements accrus dans de nouveaux modèles d’affaires, de nouvelles technologies, JobCloud est prêt à prendre la tête de la transformation numérique dans la branche suisse du recrutement et à s’attaquer à la concurrence internationale.

Marketplaces

TICKETCORNER

Pour la première fois dans ses trente-deux ans d’histoire, Ticketcorner a vendu plus de 10 millions de billets. Ce fut possible grâce à l’offre de manifestations, au renforcement des activités de commercialisation et au succès des nouvelles solutions commerciales. Dans l’activité de base, il y a eu des manifestations très demandées comme les concerts en stade de Rammstein et des Büetzer Buebe, la tournée jubilaire du Cirque Knie et, dans le sport, la Laver Cup de tennis et les Championnats du monde de hockey sur glace 2020. La nouvelle solution système *Ticketcorner.Sport* jouit d’une grande faveur : après le HC Lausanne, le FC Zurich, les ZSC Lions, le FC Thoune et le HC Lugano s’y sont

ralliés. Ticketcorner est en outre un pionnier des systèmes de prix dynamiques et a su conquérir un nouveau grand domaine skiable, en l’occurrence Gstaad et sa région. *Ticketcorner Prime* a vendu le nombre record de plus de 25 000 forfaits VIP & Hospitality. La plateforme de revente *fanSALE* lancée au printemps 2019 en réaction au florissant marché noir se positionne solidement comme alternative sûre et loyale.

DEINDEAL

DeinDeal.ch a réalisé un exercice record. Et tous les secteurs ont contribué à la croissance. *DeinDeal* renforce ainsi sa position dans le Top-10 des commerces en ligne suisses. Les plus de 1 million de paquets envoyés sont le résultat d’une offre élargie, d’un marketing renforcé, d’une technique et d’une logistique améliorées. Mais surtout d’une meilleure expérience client. L’adaptation de l’emballage à la taille effective de la marchandise a montré comment de petits progrès peuvent avoir de grands effets, puisque cela a tout de suite entraîné une moindre consommation de carton et des trajets de transport moins nombreux. A l’avenir, cela contribuera aussi à réduire la pollution.

GESCHENKIDEE

Geschenkidee.ch a amélioré son résultat par rapport à l’exercice précédent. Désormais, deux tiers des clients achètent à l’aide d’un terminal mobile. L’intégration de Twint en guise de mode de paiement y a contribué. La satisfaction des clients, en particulier du groupe cible jeune, a été sensiblement accrue. L’activité B2B a aussi augmenté. Trois nouvelles tendances se remarquent : le *Single Day* a généré une croissance des ventes des 85 % par rapport à 2018 ; les calendriers de l’Avent produits à l’interne sont devenus des bestsellers ; et non moins de 27 000 bouteilles de diverses marques ont été vendues. Mais le Toblerone personnalisé reste LE cadeau à succès.

Marketplaces

RINGIER DIGITAL VENTURES

Pour de plus en plus d’entreprises, les investissements en capital-risque dans des start-ups sont un élément de base de leur stratégie d’innovation. Selon PitchBook, en 2019, près d’un euro sur cinq a été accordé sous la forme de Corporate Venture Capital lors de tours de table VC en Europe. Tendances en forte hausse ! Au cours de ces cinq dernières années, Ringier a investi dans 21 start-ups prometteuses en Suisse et en Europe. L’an passé, trois nouveaux investissements se sont ajoutés : les start-ups de PropTech *BLOK* en Finlande et *AIRGREET*s en Allemagne, de même que la start-up de cloud-gaming *AIRCONSOLE* en Suisse. Avec la vente de sa participation *FOODSPRING* à MARS Inc., on a assisté en 2019 à l’une des plus grandes ventes privées d’entreprise en Europe, avec des co-investisseurs de renom. Le portefeuille, avec son fort accent placé sur les places de marché en ligne et les modèles d’affaires dits « Direct-to-consumer », a continué à se développer dans l’ensemble de manière réjouissante. La portée des coopérations entre médias a également pu être renforcée. En collaboration avec Ringier Axel Springer Media, *ABOUT YOU*, un commerçant de mode en ligne leader en Europe a travaillé avec succès divers marchés en Europe de l’Est.

RINGIER AXEL SPRINGER MEDIA SA

Profession.hu est depuis plus de dix ans le site d’emplois dominant en Hongrie. En dépit d’un ralentissement du marché du recrutement, il s’est avéré possible de conserver cette position, grâce à la pénétration, à l’efficacité et au portefeuille de clients. *Profession.hu* assiste aussi bien les entreprises que les personnes en quête de travail, dans tous les segments du marché de l’emploi, indépendamment des années de service, du domicile ou de la profession. En 2019, l’entreprise a été désignée pour la troisième fois « Meilleur employeur » par AON. *CV Keskus* a été nommé par Äripäev, le plus grand journal économique d’Estonie, numéro 1 du recrutement de personnel. Il fait partie des entreprises à la croissance la plus rapide dans les Etats baltes et a remporté un prestigieux Prix Gaselli. Une personne sur trois actives sur le marché du travail a placé son CV dans la banque de données *CV Keskus*. Dans un classement KPMG, *CV Keskus* a été désigné entreprise au plus grand succès financier. Dans les activités de transactions, en Slovaquie c’est le site de denrées alimentaires *Bistro.sk* qui domine le marché avec plus de 3 millions de commandes par année. Le service de livraison maison, *Bistro KURIER*, actif dans trois villes, a été notablement renforcé en 2019. Les clients peuvent désormais commander à manger dans plus de 1 000 restaurants.

Marketplaces

ROUMANIE

Le site d’emploi *eJobs* est à nouveau parvenu à surpasser aussi bien le marché que la concurrence et à accroître sa part de marché à près de 60 %. L’équipe de développement des IT a réalisé un coup de maître avec la solution d’apprentissage machine mise au point à l’interne. Les entreprises et les requérants d’emploi obtiennent des résultats nettement améliorés grâce à une meilleure adéquation et à une pertinence de recherche plus élevée. *eJobs* a donné naissance à de nouvelles sources de revenus avec *Univer-sum* (employer branding), avec la mise en place d’un nouveau format d’annonces vidéo qui marche très fort et avec l’entrée sur le marché de services de formation sous la forme de cours de programmation (*CodersLab*).

Imobiliare.ro reste le numéro 1 dans l’immobilier. Le chiffre d’affaires a de nouveau connu une progression en pourcents à deux chiffres, grâce à des paquets plus attractifs et à une meilleure segmentation de la clientèle, ce qui engendre des produits plus ciblés et plus individualisés. Ces grands projets ont été admirablement concrétisés par les équipes. Le trafic et la performance d’ensemble du site ont eux aussi augmenté. En outre, le méta-portail immobilier *imoradar24.ro* a contribué à la croissance d’*Imobiliare* en atteignant 400 000 utilisateurs par mois, en plus des 1,5 million d’utilisateurs d’*Imobiliare*.

Nos services transactionnels, nommés *Super-Hero-Agent*, sont également devenus rentables en 2019.

RINGIER ONE AFRICA MEDIA

ROAM Africa comprend des places de marché numériques leaders dans sept pays d’Afrique de l’Est et de l’Ouest. Le portefeuille comporte des champions locaux dans les principales branches, à l’instar des plateformes de carrière *Jobberman.com* et *Brighter-monday.com*, des places de marchés automobiles *Cheki.com*, des plateformes horizontales *Expat.Dakar.com*, *PigiaMe.co.ke*, *Zoom-Tanzania.com* et *Qefira.com*, et enfin des plateformes immobilières *MaMaison.sn* et *BuyRentKenya.com*.

lègues exemplaires et courageux, nous avons eu la chance de ne compter aucune victime. L’équipe kényane s’est serré les coudes et, quelques semaines plus tard, elle a retrouvé tout son dynamisme.

En dépit des circonstances, l’équipe kényane a franchi plusieurs étapes et battu des records en 2019 : *BuyRentKenya.com* a triplé le nombre de ses clients, de sorte que l’entreprise, une bonne année seulement après sa reprise par ROAM Africa, est devenue le numéro 1 sur le marché. Cette performance est un bon exemple des aptitudes « buy-and-build » de ROAM. Une campagne offline très réussie de l’horizontale *PigiaMe.co.ke* et de ses petites annonces a soutenu ces efforts.

Au début de l’année, l’effroyable attaque terroriste qui a fait beaucoup de victimes a choqué au Kenya. Elle a aussi touché nos bureaux de Nairobi. Grâce à des col-

Marketplaces

Dans d’autres parties du continent, l’équipe jobs a réuni toutes les migrations de plateformes sur une seule base technologique, de manière à ce que l’innovation y triomphe et que des outils révolutionnaires pour un meilleur filtrage des candidats puissent être développés. Cette étape importante en vue d’une adaptation au produit et au marché pourrait se répercuter de manière décisive sur le marché africain du recrutement car, par ce moyen, bien davantage d’informations peuvent être combinées pour un prix inférieur à la concurrence. La conclusion d’un partenariat de grande ampleur avec la MasterCard Foundation a achevé cette année éprouvante mais placée sous le signe du succès.

Le site de vente d’automobiles *Cheki.com* a apporté de nouveaux produits qui proposeront une nouvelle fois de la plus-value aux marchands d’automobiles.

Dans tous les pays d’Afrique, le développement démographique et la tendance à l’urbanisation ont contribué à doper le commerce numérique. En lien avec de notables améliorations opérationnelles, ces tendances permettent à l’équipe de jeter un coup d’œil très optimiste sur la décennie à venir.

ASIE

Pour la plateforme immobilière *MuaBanNhaDat* au Vietnam, ce fut une année importante. Grâce à l’excel-lente coopération entre les équipes du Cap, de Zurich, Berlin et Ho-Chi-Minh-Ville, la nouvelle plateforme a été lancée début septembre. *MuaBanNhaDat* est ainsi le premier prestataire de la branche à proposer un « call tracking service » et un abonnement refondu aux listings, qui permet aux clients de vendre leurs biens immobiliers à des coûts moindres. Les structures de l’équipe de vente ont également été optimisées pour mieux répondre aux attentes des clients de Ho-Chi-Minh-Ville et de Hanoi. Il existe désormais une équipe marketing centrale pour tous les domaines d’affaires de Ringier en Asie, afin de concentrer le know-how et d’améliorer la performance tant sur la plateforme que pour les produits des clients.

Pour *MyJobs*, le portail d’emploi leader au Myanmar, 2019 a été le premier exercice complet après sa reprise en septembre 2018. *MyJobs* a développé et géré de nouveaux concepts de manifestations offline comme la *Yangon Digital Job Expo* qui a attiré plus de 8 000 participants, où les chercheurs d’emploi ont pu non seulement s’informer sur de possibles offres d’emploi mais aussi avoir des entretiens et poser leur candidature directement à la manifestation.

Data Protection

L'année 2019 a été placée sous le signe des audits internes de protection des données et de la consolidation des processus à l'interne. Nous avons continué de travailler énergiquement à la mise en place du système de gestion de la protection des données interne. L'objectif des audits de protection des données n'était pas seulement une estimation ciblée des risques pour assurer la sécurité des données, mais aussi une analyse précise du traitement des données du point de vue de leur conformité avec la loi sur la protection des données.

Dans une première phase de mi-juin à octobre, des audits de protection des données ont été réalisés chez Ringier SA et Ringier Axel Springer Suisse. La deuxième

phase a débuté à partir d'octobre dans toutes les filiales suisses et les sociétés en joint-venture. Les résultats de la phase 1 ont été présentés à la fin de l'année au Group Executive Board Ringier et au Ringier Audit Committee. Les mesures recommandées pour corriger les découvertes des audits ont été acceptées et sont maintenant mises en œuvre. La deuxième phase des audits s'achèvera à fin mars 2020.

Des réunions des gestionnaires de protection des données de toutes les sociétés suisses ont eu lieu une fois par trimestre. De telles réunions servent à échanger sur les questions juridiques liées à la protection des données. En outre, il y a chaque fois une petite mise à jour

sur les développements au sein du domaine de la protection des données, en particulier en Europe et en Suisse. Au cours des deux années écoulées, ce réseau a été renforcé et encourage la collaboration entre les diverses entreprises.

Dans le cadre du renforcement continu de la gestion de la protection des données à l'interne, un outil numérique de contrôle interne et de sécurité de l'information a été acquis. L'intégration de cet outil est en cours et doit être achevée d'ici mi-2020. A fin 2019, la politique et les directives de protection des données du Groupe Ringier ont été présentées au Group Executive Board.

L'objectif de la politique de protection des données repose sur sept principes qui fixent clairement, par des « Do & Don't », quels gestes sont conformes à la protection des données, lesquels non. On entend ainsi assurer que tous les collaborateurs sachent dans leur travail quotidien au sein de quelles limites ils peuvent se mouvoir sans affecter la protection des données. La protection des données a été exposée par le biais d'un flyer, d'un film et d'une page de renvoi. Elle est activement entraînée. En 2020, tous les collaborateurs continueront d'être formés. En outre, le système de gestion interne de la protection des données doit être étendu à l'ensemble du groupe.

L'objectif de la politique de protection des données

EqualVoice

Dans le monde, huit articles journalistiques sur dix parlent d’hommes. Deux sur dix mettent des femmes en lumière. En Suisse aussi, trois articles sur quatre parlent d’hommes. Ce sont les chiffres du Global Media Monitoring Project (GMMP) de 2016. Y a-t-il moins de femmes intéressantes ? Ou les hommes font-ils de meilleures histoires ? On devrait tomber d’accord sur le fait qu’aux deux questions un « non » s’impose.

Entreprise de médias responsable, Ringier a donc décidé de s’engager sur le plan tant rédactionnel et technologique pour l’égalité entre femmes et hommes. L’initiative *EqualVoice* a été lancée en novembre pour améliorer la visibilité des femmes dans les articles des journaux, pour leur donner la même voix. A l’origine de l’initiative on trouve Annabella Bassler, CFO de Ringier, Katia Murrmann, rédactrice en chef de *Blick Digital*, Nina Ranke, responsable des médias économiques, et Sabina Hanselmann-Diethelm, rédactrice en chef de *Bolero* et de *Style*.

L’initiative *EqualVoice* est présidée par l’éditeur Michael Ringier et le CEO Marc Walder, elle est soutenue par les rédactions en chef, les collaborateurs et la direction du Groupe Ringier. Elle est épaulée par un prestigieux Advisory Board composé de Simona Scarpaleggia (IKEA), David Allemann (On), Nicole Burth (Adecco), Ingrid Deltenre (médias multiples), Christiane zu Salm (entrepreneure médias), Franziska Tschudi Sauber (Weidmann

Holding SA), Tanja Grandits (chef de cuisine étoilée et toquée), Carolina Müller-Möhl (Fondation Müller-Möhl) et Sabine Keller-Busse (UBS).

En 2020, des canaux en ligne sur ce thème seront installés dans tous les médias, un magazine spécial et une série d’événements seront lancés. Une liste d’expertes issues de tout le groupe est en voie d’être dressée. La réalité des femmes et des hommes dans le monde du travail helvétique sera illustrée par un défi photographique, afin d’en garnir les banques de données photo. Il faut plus de photos de modèles aussi bien féminins que masculins.

Avec *EqualVoice*, le Groupe Ringier s’est fixé en 2019 d’importantes lignes directrices. Elles ouvrent la voie vers plus d’égalité et de diversité dans l’entreprise.

Technology & Data

Avec leurs pénétrations, leurs données d'utilisateurs clients via tous les points de contact et d'augmenter mais aussi leurs offres, les géants de la tech comme ainsi l'expérience client. Ce qui nous distingue, c'est le Google, Apple, Facebook et Amazon sont devenus une recours concerté à des technologies d'intelligence artificielle leaders qui débouchent sur une plateforme générique de plus en plus utilisée pour divers cas d'application de personnalisation.

Sur cette base, une nouvelle plateforme newsroom a

Dans ce contexte, Technology & Data fonctionne été développée et mise en place pour les journalistes de comme l'élément fondamental pour développer durablement l'activité contenus et marketplaces. Et pour *Blick.ch*. Les journalistes écrivent, distribuent et développent leurs articles avec le support de données obtenir des synergies globales de marque et de plateforme en matière de données et de pénétration. La plateforme technologie et données permet de comprendre les

live. Ainsi, dès la première année, on a pu constater une hausse de 39% par article. Pour l'initiative *EqualVoice*, Tech & Data a piloté un instrument fondé

sur l'intelligence artificielle qui aide les rédactions çon sûre, transparente et conforme aux données, par dans l'analyse et l'élaboration de leurs textes et photos. delà les limites du dispositif et de la plateforme.

La technologie procure donc aussi aux femmes une plus Les technologies de plateforme fondamentale dans les grande influence. domaines médias et marketplaces ont progressé avec

La collaboration au sein de Tech & Data vu comme succès. Les technologies « state-of-the-art » peuvent unité internationale a été encore accrue. Outre le transfert de know-how et de best-practices, une gestion de la ainsi être mises à disposition rapidement et de façon modulaire dans l'ensemble du groupe, tout en permettant sécurité centralisée est en constant développement en quand même des différenciations locales et leur développement. Maintenant que les premières plateformes ont déjà bénéficié de ce concept, les choses vont s'accélérer en particulier en Asie et en Afrique. Nous poursuivons ainsi sur la route prise par Ringier vers une entreprise numérique fondée sur les technologies.

People and Culture

Plus de 7 000 collaboratrices et collaborateurs peuvent faire carrière au sein du Groupe Ringier, évoluer et faire évoluer l’entreprise. Année après année, c’est l’objectif premier des ressources humaines.

La culture comprend des convictions et des valeurs fondamentales communes. Elle doit être vécue, pratiquée. Et c’est pourquoi les cinq principes de leadership du Groupe Ringier sont primordiaux : objectif, communication, développement, confiance et esprit d’entreprise. Ces cinq principes ont été définis en 2018 dans la stratégie d’entreprise « Six to win » et « Five to lead » (62W+ 52L).

Dans le contexte de la numérisation et d’un environnement qui se modifie rapidement, Ringier se penche sur les formes de travail du futur et encourage l’apprentissage à vie : l’amélioration constante des connaissances, des qualifications et des compétences. En 2019, nombre de sociétés Ringier ont formulé une promesse de « lifelong-learning » et renforcé leur offre d’évolution permanente, à l’interne comme à l’extérieur, présente, en ligne ou en apprentissage mixte.

L’attractivité de l’employeur est un facteur de succès stratégique pour le groupe. Le constat que ce thème devient toujours plus important au sein du groupe et que les mesures correspondantes ont été accélérées dans les pays est notamment confirmé par les divers « recruiting,

resp. employer branding awards » remportés par le groupe en 2019, notamment le *Best Recruiters Award* de Ringier SA, le *Great Place to Work* Label de Scout24, Ticketcorner et Jobcloud, le *Business Culture Award* de RAS Pologne et la distinction *Best Online Job Portal* de Jobberman au Nigeria.

Les opinions, expériences et compétences diverses des collaboratrices et collaborateurs sont d’une valeur inestimable et font de Ringier une entreprise à succès. Ringier est conscient de la plus-value de la diversité et, par conséquent, l’encourage. Ringier vise un environnement de travail dans lequel tout un chacun est traité loyalement, où chacun peut s’épanouir et se réaliser.

Dans ce contexte, *EqualVoice* est une initiative primordiale. En 2020, un accent particulier sera mis sur la conciliation entre vie professionnelle et vie de famille (work-family-balance).

Portefeuille Publishing

<i>Ringier</i>		<u>Tirage 2019</u>	<u>Unique users per month</u>
Blick	Journal à sensation	107 119	2 711 000
SonntagsBlick	Journal du dimanche	129 715	
DOMO	Magazine de l'entreprise	10 000	
<i>Ringier Axel Springer Schweiz</i>			
Beobachter	Magazine pour consommateurs	245 077	1 348 667
Bilanz	Magazine économique	39 850	185 200
Bolero d	Magazine de mode et culture		
Cash			504 500
Glückspost	Magazine féminin	121 756	66 500
Glückspost Super Rätsel	Magazine de mots fléchés	19 780	
gaultmillau.ch	DE & FR		274 271
HandelsZeitung	Magazine économique	37 482	450 833
L'Illustré	Magazine grand public	57 945	109 417
LandLiebe	Magazine grand public	190 492	8 850
PME Magazine	Magazine économique	19 386	45 816
Schweizer Illustrierte	Magazine grand public	134 529	1 183 917
Schweizer Versicherung*	Magazine spécialisé	6 397	
Style	Magazine de mode, beauté, art de vivre	123 413	
Tele	Magazine de programmes télévisés	100 147	67 333
Le Temps	Quotidien	27 119	1 272 250

*arrêté à fin décembre 2019

		<u>Tirage 2019</u>	<u>Unique users per month</u>
TV 2	Magazine de programmes télévisés	8 796	
TV 8	Magazine de programmes télévisés	55 708	
TVstar	Magazine de programmes télévisés	61 431	
TVvier	Magazine de programmes télévisés	20 690	
TV Land & Lüt	Magazine de programmes télévisés	5 689	
TV Täglich	Magazine de programmes télévisés	651 352	

Entertainment

Websites	
energy.ch	288 333
students.ch	35 000
usgang.ch	113 166
izzymag.ch	
moonandstars.ch	

Stations de radio

Energy Basel
Energy Bern
Energy Hits
Energy Zürich
Luna Radio

Portefeuille Publishing

Rocket Radio

Vintage Radio

TV

Energy TV

Events

Energy Air

Energy Cruise

Energy Live/Red Session

Energy Star Night

Moon&Stars

Social-Magazin

izzy

Services / Autres

Café-Bar The Studio

Publishing Services

Admeira

Ringier RS

SMD AG

Swissprinters AG

Ringier Axel Springer Media AG

Pologne

agdlab.pl

Aplikacja Onet

Aplikacja Onet Poczta

Auto Świat

Magazine automobile

44 735

Auto Świat 4x4

Magazine automobile

11 684

Auto Świat Classic

Magazine automobile

8 356

Auto Świat Katalog

Magazine automobile

21 329

Auto Świat Poradnik*

Magazine automobile

31 091

auto-swiat.pl

3 432 682

businessinsider.com.pl

5 150 798

ekstraklasa.tv

319 478

Fakt

Journal à sensation

215 636

Fakt Dobrze Chwile

Supplément art de vivre

206 461

Fakt TV

Supplément programmes télévisés

299 763

*arrêté à fin mars 2019

Tirage 2019

Unique users per month

Portefeuille Publishing

		<u>Tirage 2019</u>	<u>Unique users per month</u>
fakt.pl			6 728 706
Forbes	Magazine d’information	19 612	
forbes.pl			1 431 605
kochaj.pl			95 479
Komputer Świat	Magazine informatique	28 678	
komputerswiat.pl			4 129 807
KŚ Twój Niezbędnik	Magazine informatique	19 154	
litteria.pl			110 163
medonet.pl			5 574 021
Newsweek Historia	Magazine d’histoire	14 861	
Newsweek Learning English	Magazine didactique	7 189	
Newsweek Polska	Magazine d’information	73 288	
Newsweek Polska EXTRA	Magazine	9 785	
Newsweek Polska Wydanie Specjalne	Magazine	8 591	
Newsweek Psychologia	Magazine	16 642	
Newsweek Zdrowie	Magazines de santé	5 765	
newsweek.pl			2 368 291
nk.pl			1 298 486
noizz.pl			2 534 981
ofeminin.pl			2 925 703
onet strona główna			11 250 991

	<u>Unique users per month</u>
onet.dom	1 804 919
onet.dziecko	1 315 617
onet.facet	1 426 948
onet.film	3 137 127
onet.gotowanie	1 384 161
onet.kobieta	3 045 352
onet.kultura	1 798 551
onet.magia	821 077
onet.moda	853 447
onet.moto	214 774
onet.muzyka	1 822 376
onet.pl	16 793 439
onet.pl zapytaj	6 133 712
onet.poczta	4 314 976
onet.podróżę	1 896 440
onet.pogoda	1 508 376
onet.program tv	968 162
onet.sport	4 908 139
onet.technologie	699 936
onet.uroda	787 468
onet.wiadomości	7 588 662

Portefeuille Publishing

		<u>Tirage 2019</u>	<u>Unique users per month</u>
onet.zdrowie			2 735 171
opineo.pl			722 461
pclab.pl			1 106 456
plejada.pl			4 322 619
Przegląd Sportowy	Sport Quotidien (nation.)	20 853	
przegladsportowy.pl			2 261 328
skapiec.pl			2 684 545
softonet.pl			250 597
sympatia.pl			1 243 235
targsmaku.pl			66 658
vod.pl			3 389 261
zumi.pl			1 177 824
Slovaquie			
aktuality.sk			2 678 806
azet.sk			1 023 435
byty.sk			107 497
chaty.sk			23 557
diva.sk			826 386
dobruchut.sk			1 038 960
horoskopy.sk			124 434

	<u>Unique users per month</u>
kalendar.sk	367 736
najmama.sk	836 820
noizz.sk	583 832
noveauta.sk	28 191
noveauto.sk	120 870
novostavby.sk	76 203
pokec.sk	324 636
realsoft.sk	1 768
slovník.sk	930 444
tahaky-referaty.sk	258 127
zive.sk	570 976
sport.sk	821 195

Portefeuille Publishing

		<u>Tirage 2019</u>	<u>Unique users per month</u>
Serbie			
Ana.rs			783 131.08
Blic	Journal à sensation	47 325	2 923 153.75
Blic zena	Magazine féminin	68 892	1 648 822.42
Blic zena specials	Magazine	3 635	
Blic.sport.rs			1 086 689.58
Clip.rs			467 201.92
NIN	Magazine d’information	7 042	
Noizz.rs			829 354.75
Pulsonline.rs			971 089.50
Hongrie			
14 Nap Műsorfüzet	Magazine de programmes télévisés	7 896	
Auto Bild	Magazine automobile	12 751	
Auto Bild Különszám	Magazine automobile	5 686	
Blikk	Journal à sensation	70 139	
Blikk Extra Receptek	Magazine de cuisine	23 184	
Blikk Nők	Magazine féminin	57 963	
Blikk Nők Extra	Magazine féminin	24 540	
Blikk Nők Konyha	Magazine de cuisine	9 889	
Blikk Nők Otthon&Kert	Magazine de décoration d’intérieur	8 115	

		<u>Tirage 2019</u>	<u>Unique users per month</u>
Blikk Rejtvény	Magazine de mots fléchés	59 368	
Blikk TV	Supplément programmes télévisés	58 570	
Bookazine	Magazine didactique	6 498	
Csók és könny	Magazine féminin	7 964	
Eszes	Magazine de mots fléchés	9 281	
Eszes Évkönyv	Magazine de mots fléchés	9 898	
Eszes Évszakok	Magazine de mots fléchés	6 172	
Eszes Skandi	Magazine de mots fléchés	4 645	
Eszes Extra	Magazine de mots fléchés	6 930	
Rejtvény Terefere Plusz	Magazine de mots fléchés	6 894	
GEO	Magazine didactique	3 957	
Glamour	Magazine féminin	55 245	
Glamour Különszám	Magazine féminin	6 434	
Havi Kópé	Magazine de mots fléchés	1 458	
Hétpróba Skandi	Magazine de mots fléchés	8 176	
Jó vice!	Magazine de mots fléchés	2 532	
Képes TV Műsor	Magazine de programmes télévisés	13 646	
Kiskegyed	Magazine féminin	169 514	
Kiskegyed Extra	Magazine féminin	22 160	
Kiskegyed Konyhája	Magazine de cuisine	23 483	
Kiskegyed Konyhája Különszám	Magazine de cuisine	7 769	

Portefeuille Publishing

		<u>Tirage 2019</u>	<u>Unique users per month</u>
Kiskegyed Otthona	Magazine de décoration d'intérieur	17 942	
Kiskegyed Plusz	Magazines de santé	1 600	
Kiskegyed Recepttár	Magazine de cuisine	20 716	
Kiskegyed Rejtvény Extra	Magazine de mots fléchés	6 365	
Kópé	Magazine de mots fléchés	3 987	
Kópé Évszakok	Magazine de mots fléchés	10 887	
Kópé Extra Rejtvénymagazin	Magazine de mots fléchés	3 315	
Rejtvény Terefere	Magazine de mots fléchés	16 953	
Rejtvény Terefere Extra	Magazine de mots fléchés	5 920	
Rejtvény Terefere Skandi	Magazine de mots fléchés	4 100	
Sárga TV	Magazine de programmes télévisés	22 371	
Színes kéthetes	Magazine de programmes télévisés	32 774	
TV kéthetes	Magazine de programmes télévisés	46 090	
TV Revü	Magazine de programmes télévisés	17 400	
Tvr Újság	Magazine de programmes télévisés	45 913	
TVR-Hét	Magazine de programmes télévisés	61 286	
Ügyes	Magazine de mots fléchés	24 721	
Ügyes 5 Perc	Magazine de mots fléchés	3 069	
Ügyes évszakok	Magazine de mots fléchés	20 381	
Ügyes Extra	Magazine de mots fléchés	5 468	
Ügyes Extra Szudoku	Magazine de mots fléchés	4 501	

		<u>Tirage 2019</u>	<u>Unique users per month</u>
Ügyes Sorozat	Magazine de mots fléchés	13 031	
Ügyes Plusz	Magazine de mots fléchés	5 553	
Ügyes Skandi	Magazine de mots fléchés	7 527	
Vasárnapi Blikk	Journal du dimanche	47 260	
Blikk.hu	Journal à sensation		2 737 991
Blikk Rúzs.hu	Magazine féminin		1 566 915
Glamour.hu	Magazine féminin		842 655
EgészségKalauz.hu	Magazine de santé		982 458
Noizz.hu	Culture urbaine		1 185 518
Recepttár.hu	Gastronomie		85 150
<i>Ringier Roumanie</i>			
Auto Bild	Magazine automobile	3 816	
auto-bild.ro			699 320
Avantaj	Magazine féminin	4 399	
avantaje.ro			1 096 889
ELLE	Magazine de la mode	6 631	
elle.ro			699 253
ELLE Decoration	Magazine de la décoration	3 090	
Libertatea	Quotidien	30 803	
libertatea.ro			7 233 426

Portefeuille Publishing

		<u>Tirage 2019</u>	<u>Unique users per month</u>
Libertatea Sunday	Journal du dimanche	20 859	
Libertatea Weekend	Supplément programmes télévisés	48 573	
Libertatea pentru femei	Magazine féminin	28 176	
libertateapentru femei.ro			1 117 391
Retete de colectie	Magazine de cuisine	8 669	
retetepractice.ro			518 581
Povestea mea	Magazine grand public	9 113	
Intamplari adevarate	Magazine féminin	9 258	
Povesti de viata	Magazine féminin	8 216	
Psychologies	Magazine grand public	5 137	
psychologies.ro			278 103
Gazeta Sporturilor	Magazine sportif	12 522	
Gazeta Sporturilor Sunday	Magazine sportif	4 247	
gsp.ro			3 437 843
Unica	Magazine féminin	6 143	
unica.ro			3 248 292
VIVA!	Magazine féminin	7 420	
viva.ro			1 728 256
Lucru de mana	Magazine de vie pratique	8 163	

<i>Ringier Africa Digital Publishing (RADP)</i>	<u>Tirage 2019</u>	<u>Unique users per month</u>
Ghana		
pulse.com.gh		2 845 919
Kenya		
pulselive.co.ke		2 561 843
Nigeria		
pulse.ng		5 434 450

Portefeuille Publishing

<i>Ringier Asie</i>		<u>Tirage 2019</u>	<u>Unique users per month</u>
Vietnam			
Elle Decoration	Magazine de décoration	7 200	20 299
Elle Man	Fashion & Beauty Magazin	6 800	356 608
Elle.vn	Fashion & Beauty Magazin	49 000	1 501 282
Marry.vn*			
Marrybaby.vn*			
Events			
ELLE Women in Society, ELLE Style Awards, ELLE Beauty Awards, ELLE Fashion Journey, Marry Wedding Day, Marry Excellence Awards, Marry Baby & School Day, MarryBaby Mega Mall, MuaBanNhaDat Conference on Immobilier, Broker Contest second round, Broker Contest final round, Digital Workshop in Immobilier			
Myanmar			
Duwun.com.mm			3 188 476
Marry.com.mm*			295 636
Kalay.com.mm*			268 508
Events			
Duwun Food Carnival, Duwun Talks, Kalay Day, Kalay Workshops, Marry Love Day, Marry Wedding Day, Mom & Kalay Fair, MyJobs Yangon Job Fair, MyJobs Mandalay Job Fair in 2018			

*Vendu en juillet 2019

Portefeuille Marketplaces

Suisse

		<u>Unique users per month</u>
alpha.ch	Emplois	
anibis.ch	Petites annonces	3 396 951
autoScout24	Auto	3 342 351
cash.ch		504 500
DeinDeal	e-Commerce	643 259
FinanceJobs.ch	Emplois	
geschenkidee.ch	e-Commerce	295 407
ICTcareer.ch	Emplois	
ideecadeau.ch	e-Commerce	100 140
ImmoScout24	Immobilier	2 009 696
INGJobs.ch	Emplois	
jobs.ch	Emplois	2 143 304
jobs4sales.ch	Emplois	
jobscout24.ch	Emplois	599 347
jobsuchmaschine.ch	Emplois	
jobup.ch	Emplois	809 509
jobwinner.ch	Emplois	
karriere.at	Emplois	1 780 914
medtalents.ch	Emplois	
MotoScout24	Motos	403 332
My-Store	e-Commerce	371 549

Ticketcorner	Billets	1 170 000
--------------	---------	-----------

Topjobs.ch	Emplois	
------------	---------	--

Ringier Digital Ventures

AboutYou GmbH		
Archilyse AG		
Airgreetz GmbH		
Airconsole AG		
Block Enterprises OY		
Baze Labs AG		
Campanda GmbH		
CheckYeti GmbH		
Flatfox AG		
Goodminton AG (Foodspring)*		
Insenio GmbH		
Makerist GmbH		
Medlanes GmbH		
Pamono GmbH		
Recommerce AG		
Wine & Gourmet Digital AG		
yamo AG		

*Vendu en juillet 2019

Portefeuille Marketplaces

Ringier Axel Springer Media AG

Pologne

jakdojade.pl	Billets	1 304 066
no fluff (jobs)	Emplois	118 468

Slovaquie

autobazar.eu	Auto	637 455
autobazar.sk	Auto	336 126
bistro.sk	Food	227 510
bazar.sk	Petites annonces	756 998
autovia.sk	Auto	165 331
nehnutelnosti.sk	Immobilier	511 465
reality.sk	Immobilier	202 057
topreality.sk	Immobilier	315 975

Serbie

Mojauto.rs	Auto	392 236
Nekretnine.rs	Immobilier	326 849

Hongrie

profession.hu	Emplois	985 978
jobmonitor.hu	Emplois	109 849

Unique users per month

munkahelyek.hu	Emplois	64 439
----------------	---------	--------

Estonie

cvkeskus.ee	Emplois	393 913
-------------	---------	---------

Lettonie

cvmarket.lv	Emplois	110 218
-------------	---------	---------

Lituanie

cvmarket.lt	Emplois	228 316
-------------	---------	---------

Ringier Roumanie

ejobs.ro	Emplois	1 086 970
imobiliare.ro	Immobilier	988 897

Ringier One Africa Media (ROAM)

Ethiopie

Qefira.com	Petites annonces	64 000
------------	------------------	--------

Ghana

Jobberman.com.gh	Emplois	112 000
------------------	---------	---------

Unique users per month

Portefeuille Marketplaces

		<u>Unique users per month</u>
Kenya		
Brightermonday.co.ke	Emplois	337 000
Buyrentkenya.co.ke	Emplois	129 000
Cheki.com.ke	Auto	286 000
Pigiame.co.ke	Petites annonces	357 000
Nigeria		
Cheki.com.ng	Auto	223 000
Jobberman.com.ng	Emplois	277 000
Sénégal		
Expat-dakar.com	Petites annonces	280 000
Mamaison.sn	Immobilier	87 000
Tanzanie		
Brightermonday.co.tz	Emplois	106 000
Zoomtanzania.com	Petites annonces	288 000
Ouganda		
Brightermonday.co.ug	Emplois	53 000
Cheki.com.ug	Auto	23 000

<i>Ringier Asie</i>		<u>Unique users per month</u>
Vietnam		
Muabannhadat.vn	Immobilier	419 003
Myanmar		
MyJobs.com.mm	Emplois	294 653

Des sociétés de grande importance

Participations au 31.12.2019

<i>Société</i>	<i><u>Pourcentage</u></i>
Suisse	
Ringier AG, Zofingen	100 %
Ringier Africa AG, Zofingen	100 %
Swissprinters AG, Zofingen	70 %
Ringier Axel Springer Schweiz AG, Zurich	50 %
Le Temps SA, Genève	55 %
Admeira AG, Bern	50 %
Ringier Axel Springer Media AG, Zurich	50 %
Ringier Digital Ventures AG, Zurich	73 %
Scout24 Schweiz AG, Flamatt	50 %
IAZI, Informations- und Ausbildungszentrum für Immobilien AG, Zurich	33 %
Casasoft AG, Bottighofen	18 %
JobCloud AG, Zurich	50 %
Geschenkidee.ch GmbH, Zurich	100 %
DeinDeal AG, Zurich	87 %
Ticketcorner AG, Rümlang	50 %
Energy Schweiz Holding AG, Zurich	65 %
MSF Moon and Stars Festivals SA, Locarno	100 %
Ringier Sports AG, Zurich	100 %
Hypoguide AG, Magden	49 %
digitalCounsels AG, Zurich	29 %

<i>Société</i>	<i><u>Pourcentage</u></i>
Roumanie	
S.C. Ringier Romania s.r.l., Bucarest	100 %
Ejobs Group S.A., Bucarest	100 %
Realmedia Network SA, Timisoara	87 %
Ringier Sportal S.R.L., Bucarest	51 %
Slovaquie	
Ringier Axel Springer SK a.s., Bratislava	44 %
United Classifieds s.r.o., Bratislava	26 %
SPORT.SK, s.r.o., Silein	29 %
Serbie	
Ringier Axel Springer d.o.o, Belgrade	50 %
APM Print d.o.o., Belgrade	50 %
NIN d.o.o., Belgrade	50 %
New Digital d.o.o., Belgrade	50 %
Hongrie	
Blikk Kft., Budapest	50 %
Profession.hu Kft., Budapest	50 %
Ringier Axel Springer Magyarország Kft., Budapest	50 %

Des sociétés de grande importance

<i>Société</i>	<i><u>Pourcentage</u></i>
Pologne	
Ringier Axel Springer Polska Sp. z o.o., Varsovie	50 %
StepStone PL, Varsovie	26 %
Estonie	
CV Keskus OÜ, Tallinn	50 %
Afrique RADP (Ringier Africa Digital Publishing)	
Ringier Ghana Ltd., Accra	100 %
Ringier Kenya Ltd., Nairobi	100 %
Ringier Media Nigeria Ltd., Lagos	100 %
Ringier Digital Marketing SA, Dakar	100 %
Afrique ROAM (Ringier One Africa Media)	
One Africa Media (Pty) Ltd., Cape Town	42 %
Cheki Africa Media Ltd., Ebène	57 %
Asie	
Ringier Pacific Ltd., Hong Kong	100 %
Ringier Vietnam Co. Ltd., Ho Chi Minh	99 %
Nhat Viet Group Co. Ltd., Ho Chi Minh	50 %
Pyramid Solutions Company Ltd., Yangon	95 %

Beatrix Ruf, curatrice d'exposition et experte en art

L'ARTISTE JORDAN WOLFSON

Groucho Marx, le plus célèbre des légendaires Marx Brothers qui, dans le Hollywood des années 1920 à 1940, ont marqué les souvenirs avec leurs films tragi-comiques et satiriques, orne la cover du rapport annuel Ringier 2019, créée par l'artiste américain Jordan Wolfson. Groucho Marx, qui se jugeait « modérément couronné de succès mais en revanche désespérément moyen », a écrit l'histoire avec ses célèbres aphorismes, du genre de la phrase « Jamais je ne voudrais faire partie d'un club qui accepterait de m'avoir pour membre », par laquelle il annonçait via un télégramme sa démission du club privé des comiques et personnalités du cinéma.

Ses dictons tragi-comiques, semant le doute, socialement pessimistes (« Whatever it is, I'm against it », « Quoi que ce soit, je suis contre »), faisaient encore leur chemin dans les années 1960 parmi les slogans des mouvements étudiants. Ils sont dans la tradition de l'humour juif classique.

Avec Groucho Marx, Jordan Wolfson choisit un personnage iconique et fait de son comportement une sorte d'alter ego, comme il l'avait déjà fait dans une série d'autres travaux avec des types de figures juives. Il a opté pour le masque de scène de l'artiste Groucho Marx qui, à coups de larges traits noirs pour les sourcils charbonneux et la moustache, des lunettes et un cigare,

s'était fabriqué un personnage unique en son genre, réduit à quelques simples éléments graphiques. C'est justement à l'aide de ces éléments graphiques que Wolfson corrige à coups de traits de pinceau noirs, en guise de galerie photographique, les photos de presse d'une autre figure iconique de l'histoire et de sa vie « vécue » dans les médias : John F. Kennedy Jr.

En 2019 cela faisait vingt ans qu'avait eu lieu le tragique accident d'avion dans lequel John F. Kennedy Jr. et son épouse Carolyn Bessette-Kennedy trouvèrent la mort. Avec ses photos retravaillées, l'artiste nous emmène dans un voyage émotionnel au fil d'une vie marquée par les potentialités, les fictions et les échecs. Et

inéluçtablement accompagnée dans le détail par les médias. Des photos de famille, des amies du genre Sarah Jessica Parker, son épouse Carolyn Bessette, une masse de célébrités et même l'actuel président Donald Trump font tous partie des scènes qui se superposent aux traits de Groucho Marx. Seule une photo d'apparence officielle de John F. Kennedy à son bureau de la Maison Blanche n'a pas été transformée. C'est peut-être un blâme : dans la réalité politique, il y aurait pu y avoir de la vie pour un fils aussi. Peut-être un avertissement : nos réalités politiques pourraient être plus concrètes et réelles que l'omniprésence médiatique, l'étalage de la vie privée et les news people.

Né en 1980, l'artiste Jordan Wolfson est une des figures artistiques les plus connues, invariablement provocantes de la jeune génération. Ses travaux comprennent des films, de la vidéo, des animations numériques et leur transformation en photos ou en images sculpturales. Ces dernières années, il s'est plus souvent tourné vers les nouveaux médias de la réalité virtuelle et les sculptures animatroniques, une technologie utilisée, en particulier à Hollywood, pour animer les mouvements des personnages. Les œuvres de Wolfson ciblent les émotions et la manière dont elles sont « fabriquées » dans les médias et les technologies : réelles et imaginaires, virtuelles et vraies, elles nous font face en tant qu'agents qui composent l'Être humain : les identités réelles ou construites, l'amour, la mort, la sexualité, la violence et nos interactions sociales figurent dans le champ de tension de ses images.

La question de la sensation « authentique » ou de ce que nous pourrions en imaginer s'étire comme un fil rouge à travers l'œuvre de Wolfson. Les images des médias et les mécanismes d'action de l'industrie médiatique constituent par conséquent le matériau central et le thème central dans ses travaux. En tant que cas de figure autobiographique aussi. Pour son hommage à Groucho Marx et à John F. Kennedy Jr. à l'occasion du rapport annuel 2019 de Ringier, il est ainsi possible

d'inverser l'avertissement standard : toute ressemblance avec des personnes existant ou ayant existé n'est pas fortuite mais expressément souhaitée.

Frank A. Meyer, journaliste

EPILOGUE

Pour le théoricien littéraire et professeur d’université germano-américain Hans Ulrich Gumbrecht, l’Etat tel que nous le connaissons est dépassé. Il doit « se réinventer », sans quoi il n’a plus d’avenir.

La numérisation globalisée ne se borne pas à déposséder la nation de sa fonction, elle contourne aussi la démocratie. Twitter, Instagram et YouTube usurpent les médias et le métier de journaliste.

Pour l’écrivain suisse Lukas Bärfuss, la démocratie telle que nous la pratiquons est désuète, puisqu’« elle se fonde sur des idées du 18e siècle ». C’est pourquoi « notre système politique a besoin de plus que de simples réformes législatives ». Sans quoi il n’a plus d’avenir.

Ces trois prophètes de malheur sont les coryphées de leur spécialité, donc à prendre au sérieux. Alors, est-ce que la fin du monde politique, culturel, économique et sociétal, tel que nous le vivons au jour le jour, menace ?

Pour le journaliste Kurt W. Zimmermann, la démocratie « n’a pas impérativement besoin » des médias : même sans eux, « la démocratie fonctionne superbement ». Les journalistes n’ont plus d’avenir.

Gumbrecht, Bärfuss et Zimmermann proclament leurs conclusions fatalistes du haut du perchoir intellectuel que leur met précisément à disposition cette société dont ils contestent la capacité à survivre. On pourrait dire aussi que pour ces trois catastrophistes, personnellement, ce

qu’ils ont déjà rayé de leurs tablettes fonctionne encore : l’Etat, la démocratie et le journalisme.

public par des canaux de communications privés et directs s’offre aux politiques, aux managers, aux puissants de manière générale. Mais des citoyens tout à fait ordinaires s’essaient aussi, par eux-mêmes, à la communication. Et, d’un coup, ils sont eux aussi un peu puissants.

C’est quand même une lueur d’espoir pour le citoyen abasourdi. Au moins une planche de salut.

Se pourrait-il même que ce sombre message soit faux ?

Cette anarchie en réseau garantit-elle la démocratie ?

Que serait la démocratie sans les journalistes et leurs médias ? Un chaos de mots : chacun se la joue journaliste, chacun se fait influenceur avec sa propre communauté. Cette alternative au travail journalistique traditionnel aide-t-elle le citoyen dans sa prise de décision démocratique ?

C’est le nouveau marché de la formation de l’opinion.

La président américain Donald Trump s’en fait le patron. Ses adages, polémiques, invectives et damnations sont un lexique de l’abêtissement.

Le journalisme systématise ce que les responsables politiques, économiques, culturels et sociaux donnent à entendre. Dans les médias éclôt l’ordonnancement de ce qui est dit. C’est tridimensionnel : présenté dans des contextes

historiques et interdisciplinaires, assorti de priorités – classé très important, important ou moins important – et mis en scène en fonction.

Il en résulte de l’ordre. Pas un ordre unique mais des ordres différenciés, selon l’attitude des divers médias.

Les journalistes cuisent les briques à l’aide desquelles le citoyen construit – ou dont parfois il fait des projectiles dans les manifs.

Cela suppose, pour les artisans de la pensée, un savoir étendu et approfondi : historique, politique, économique, culturel.

Les journalistes doivent être formés, instruits et expérimentés. Des citoyens au sens classique.

Le World Wide Web, en revanche, reste au moins un lieu de « décitoyennisation ». Et le shitstorm qui en résulte est l’expression la plus évidente de sa décadence.

Qui s’y oppose ? Les journalistes, les stylistes de la cogitation, de la réflexion approfondie et de l’anticipation.

Cela semble optimiste. Mais ça se passe bien ainsi : sur les canaux traditionnels des journaux et magazines, sur les sites numériques des maisons d’édition responsables. Le journalisme est-il superflu ? Jamais encore les penseurs de la plume, du verbe et de l’image n’ont dû être aussi bien formés.

La démocratie est-elle dépassée ? Jamais encore ce système vieux de plus de deux siècles n’a été utilisé avec

autant d’empressement qu’aujourd’hui. Par les partis, bien sûr, mais surtout par des ONG distantes de l’Etat et critiques de l’Etat. Désormais tous les vendredis, à l’exemple de la jeunesse Greta.

La séparation des pouvoirs théorisée par Montesquieu se vérifie dans la mesure où elle tient compte des changements de situation : nationale, supranationale dans le cadre de l’UE ou mondiale dans celui de l’OCDE. La démocratie respire, parfois elle renâcle, en tout cas elle vit.

Et la nation, ce creuset ancestral de la démocratie ? Elle demeure indispensable pour créer la sphère sociétale mais aussi les espaces supranationaux, car elle confère au citoyen le cadre défini dans lequel il prend ses décisions.

Le citoyen a besoin d’une patrie, la démocratie a besoin d’une patrie – tous deux ont besoin de l’Etat, de la nation.

Les journalistes, les médias rendent compréhensible et intelligible l’ensemble de l’œuvre d’art historique qu’est la société occidentale ouverte.

Ils la rendent tangible.

Impressum

Depuis 1998, le rapport annuel Ringier est conçu par des artistes dont les œuvres figurent dans la collection Ringier. La série a été imaginée par Michael Ringier et Beatrix Ruf en guise d’intégration accrue de l’art dans l’activité du groupe.

Editeur : Ringier SA.

Gestion générale : Bernhard Weissberg, Weissberg Consulting, Zurich.

Artiste : Jordan Wolfson, New York/Los Angeles.

Coordination artistique : Rahel Blättler, Collection Ringier.

Coordination rédactionnelle : Alejandro Velert et Stephan Brügger, Corporate Communication Ringier SA.

Conception graphique : Roslyn Fok.

Réalisation graphique : Zuni Halpern.

Correction : Claudia Bodmer et Gian Pozzy.

Traduction : Claudia Bodmer, Day English Communications, Zurich (anglais), Gian Pozzy, Lausanne (français).

Matériaux, coordination de la production et de l'impression : Nicolas Kutsomanolakis, Services de production Ringier SA.

Papier/matériaux

Couverture : Munken Pure Rough FSC, non couché, sans bois 300 gm²

Papier : Munken Pure Rough FSC, non couché, sans bois 170 gm²

Relieur : Schumacher AG, Industriestrasse 1-3, 3185 Schmitten

Impression : Engelberger Druck AG, Oberstmühle 3, 6370 Stans

Ringier SA

Dufourstrasse 23, 8008 Zurich, Suisse

Téléphone +41 44 259 44 44

media@ringier.ch

www.ringier.ch

Zurich, avril 2020

 Ringier

