Zeitschrift: Le messager suisse : revue des communautés suisses de langue française

Herausgeber: Le messager suisse

Band: - (1999)

Heft: 122

Artikel: Ringier cap à l'Est

Autor: Boyon, Jérôme

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-847567

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 17.07.2025

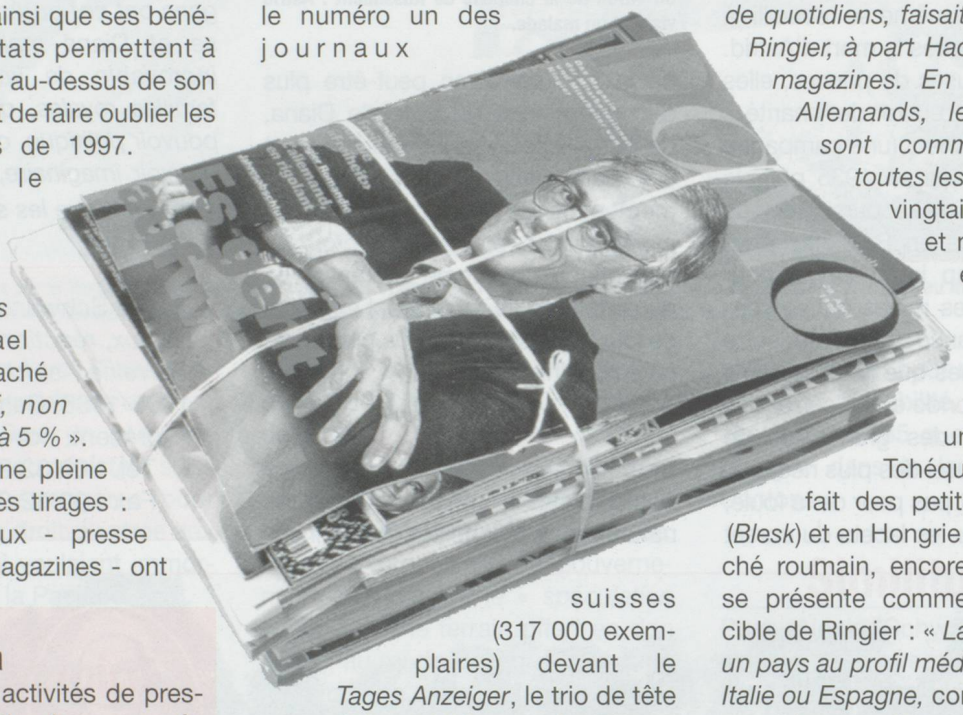
ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Ringier cap à l'Est

Le premier groupe de presse suisse continue à faire son marché à l'étranger. Bilan d'une année 1998 fructueuse.

Jérôme Boyon

Ringier conforte ses positions. Au cours d'un petit déjeûner « traditionnel » à l'hôtel Bristol, à Paris, Michael Ringier a présenté les bons résultats de son groupe (le premier groupe de presse suisse devant TA Media et Edipresse). 1998 est un bon cru pour Ringier : son chiffre d'affaires (+ 8,6 %, à 895,2 millions de francs) progresse notablement ainsi que ses bénéfices. Ces résultats permettent à Ringier de revenir au-dessus de son niveau de 1996 et de faire oublier les mauvais chiffres de 1997. Commentant le maigre taux de rentabilité de 3 % d'un bilan à l'équilibre « *très suisse* », Michael Ringier n'a pas caché que « *l'objectif, non atteint, reste fixé à 5 %* ». Ringier affiche une pleine santé quant à ses tirages : tous ses journaux - presse quotidienne et magazines - ont augmenté leur diffusion dans l'année, ce qui reflète des gains en parts de marché. Même le *Blick* et le *SonntagsBlick*, les lanternes rouges du groupe, ont redressé la tête en 1998 après plusieurs années de récession consécutives. Le *Blick* reste d'après les chiffres publiés par la société Recherche et études des médias publicitaires (REMP) le numéro un des journaux suisses (317 000 exemplaires) devant le *Tages Anzeiger*, le trio de tête romand étant *24 heures*, *La Tribune de Genève* et *Le Matin* (*Le Temps* vient de dépasser les 50 000 exemplaires). Le dynamisme de Ringier vient principalement de sa presse magazine, son secteur le plus lucratif, tiré en Romandie par les ventes de *L'Illustré* (93 000 exemplaires) et de *L'Hebdo* (57 000 exemplaires), qui maintiennent leur progression.



Baromédia

En plus de ses activités de presse, Ringier publie chaque année Baromédia, un document qui fait le point sur les habitudes de consommation des médias en Suisse. Voici les grandes tendances de cette année : la radio reste le média préféré des Suisses, alors que la consommation de télévision et de quotidiens est en légère baisse. C'est aussi la radio qui recueille le meilleur indice de confiance du public (88 %, contre 72 % à la télévision et 70 % à la presse). Les Suisses sont parmi les pays européens les mieux équipés : 57 % disposent d'un ordinateur à domicile et un Suisse sur trois utilise un Natel.

Blick, Blesk, Blikk

Les derniers produits lancés par le groupe - le magazine télé *TV8*, la revue horlogère *Montres passion*, les versions électronique et papier de *Webdo*, magazine spécialisé dans le multimédia ou le tout dernier *Edelweiss*, un magazine chic féminin, « *ont réussi leur percée* », s'est félicité Gilles Marchand, le nouveau directeur marketing de Ringier Romandie. Le bon climat sur les titres nationaux permet à Ringier de continuer de faire son marché à l'extérieur. Le groupe s'est lancé à long terme dans une stratégie d'achats de titres étrangers, notamment en Asie et dans les pays de l'Est (Slovaquie, Tchéquie, Hongrie, Roumanie), où la bataille fait rage entre les Européens : « *seuls les Français sont hors du coup pour les rachats de quotidiens, faisait remarquer M. Ringier, à part Hachette pour les magazines. En revanche, les Allemands, les Hollandais, sont comme nous sur toutes les affaires* ». Une vingtaine de journaux et magazines est-européens sont d'ores et déjà la propriété du groupe, dont une dizaine en Tchéquie. Le Blick a fait des petits en Tchéquie (*Blesk*) et en Hongrie (*Blikk*). Le marché roumain, encore peu exploité, se présente comme la prochaine cible de Ringier : « *La Roumanie est un pays au profil méditerranéen type Italie ou Espagne,* continuait M. Ringier, *donc au fort potentiel pour la vente de magazines* ». En Asie, malgré la crise et la chute des recettes publicitaires (qui sont un manque à gagner en matière de devises), Ringier a maintenu sa présence à Hongkong et Hanoï. En revanche, peu de chances de voir le groupe s'implanter en France, et pas seulement pour cause de non-adhésion à l'euro : « *Nous ne désespérons pas de réinvestir en France et en Allemagne, mais le marché des quotidiens en France est actuellement impénétrable. Avec la puissance des syndicats français et le niveau des charges, la France joue le jeu d'un véritable protectionnisme en négatif* ». ✚