

Zeitschrift: Suisse magazine = Swiss magazine
Herausgeber: Suisse magazine
Band: - (2014)
Heft: 299-300

Artikel: La leçon de presse : Ringier : résultats et perspectives
Autor: Alliaume, Philippe
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-849331>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 12.05.2025

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

MÉDIAS

La leçon de presse

Ringier : résultats et perspectives

par Philippe Alliaume

La tradition est désormais bien établie, Ringier vient chaque mois de mai présenter à l'*Hôtel Bristol* ses résultats annuels devant un parterre de spécialistes de la presse et d'analystes financiers.

Michael Ringier, dont la famille dirige le groupe depuis cinq générations (voir notre numéro 291-292) n'oublie jamais de rappeler avec humour que si sa famille de huguenots français s'est réfugiée en Suisse ce n'était pas pour des raisons fiscales, même si on raconte qu'à l'époque la moitié du budget du canton de Berne a été consacrée à attirer les intellectuels huguenots. Il était accompagné à Paris du directeur général exécutif Marc Walder ainsi que de Daniel Pillard, patron de la filiale Romandie de Ringier, de la directrice du *Temps* (quotidien en cours d'intégration dans le groupe) Valérie Boagno, ainsi que de Jaques Pillet, et accueilli par Jean-Clément Texier, hôte de la journée en sa qualité de patron de Ringier France.

Investir sur des hommes, pas sur des business plans

Marc Walder expose que le développement international du groupe après la Chine et l'Europe de l'Est s'est poursuivi, par une revente partielle en Hongrie afin de permettre une intégration complète de la *joint venture* Ringier-Springer et aussi par l'ouverture de quatre nouvelles implantations en Afrique, dont trois déjà leaders sur leur marché. Michael Ringier précise que le rythme d'investissement porté par les actionnaires – c'est-à-dire la famille – va quelque peu se ralentir le temps de structurer ces nouvelles acquisitions et rappelle qu'il n'investit jamais sur des business plans mais sur des hommes. Il souligne également que si le groupe est de plus en plus présent sur les médias en



La couverture du rapport annuel, signée Laura Owens.

ligne, il n'en reste par moins un fervent défenseur de l'imprimé, en rappelant qu'il ne focalise pas son attention sur ceux qui utilisent et consomment mais sur ceux qui achètent. Le groupe a d'ailleurs joint le geste à la parole, puisque son rapport annuel, traditionnellement confié à un artiste, est confié cette année à Laura Owens qui met en valeur les techniques et les graphismes de l'imprimerie d'avant les ordinateurs.

Évolutions romandes

France et actualité obligent, la parole est ensuite à Ringier Romandie. Peu d'informations seront données sur le *Temps*, la négociation finale étant en cours et l'avis de la commission de la concurrence non encore rendu, même si le groupe Ringier se réjouit visiblement de voir cette institution de la presse romande le rejoindre. Les publications romandes ont été largement revues en 2013-2014. Évolution

visible d'abord par un changement complet de maquette de l'*Hebdo* et l'ajout systématique de suppléments, mais aussi de manière moins visible par un changement de positionnement d'*Edelweiss*, afin de mieux occuper le segment intermédiaire laissé libre par d'autres. Évolution aussi d'organisation conduisant l'*Hebdo* à acheter à l'extérieur près d'un tiers de son contenu, avec comme corollaire la réduction de l'équipe de Bessières de 42 à 17 journalistes. Et enfin intégration plus grande des régies publicitaires permettant notamment de coupler la *Schweizer Illustrierte* avec l'*Illustré*. Autre sujet d'actualité, la renégociation de la régie publicitaire des décrochages suisses de TF1, avec un projet de s'ouvrir à d'autres chaînes. imprimé, audio visuel, régie, ticketing..., toute la chaîne de valeur évolue.

Le résultat est impressionnant, plus d'un milliard de francs de chiffre d'affaires en 2013, en léger retrait, dont près de la moitié en dehors de la zone Suisse-Allemagne, avec une rentabilité certes de seulement 2,5 % mais quel groupe de presse peut se targuer d'être encore dans les chiffres noirs malgré des investissements aussi colossaux ?

C'est peut-être parce que le groupe Ringier sait tirer des leçons de certains incroyables succès (la version suisse de *Landliebe* par exemple) comme de certains échecs (parler des États-Unis renvoie au passé mais n'est pas tabou). Mais le vrai challenge pour l'équipe présente à Paris ce sera peut-être non pas de réussir à l'international mais de parvenir à intégrer harmonieusement les équipes romandes et les équipes alémaniques. Sur ce point, il est toujours intéressant d'observer les différences de comportement des intervenants à la tribune, tant dans leur façon de s'exprimer, que dans leur rythme, leurs axes de présentation ou leurs réponses. ■