

FILE



DECEMBER, 1972 **50** CENTS
YEARLY SUBSCRIPTION \$2.00



DO YOU BEGIN TO SEE
THERE IS NO PATIENT
THERE ON THE TABLE?

EDITORIALS

"Just do it sir . . . in front of everyone sir . . . It would have a comic effect sir . . . We flash a sex pic with torture in the background sir then snap that torture pic right in your bloody face sir . . . if you'll pardon the expression sir . . . we do the same with the sound track sir . . . varying instances sir . . . It has a third effect sir . . . right down the old middle line sir . . . if you'll pardon the expression sir . . . the razor inside sir . . ."

"Jerk the handle . . . It sounds like this sir . . ."

William Burroughs
Nova Express

The old Humpty Dumpty mere mirror on the wall, the old seams to be coming apart, the old egg-oh on the face. Ask anything but don't expect a glimpse behind the final curtain. In the burlesque galleries taking art's pants down to titillate art's history. "I CAN HANDLE NUDITY BUT THIS IS UNNATURAL." Double edge blade of the cutting remark for the kill. Egg-oh, like when your lips meet your lips on the glass of the mirror. Speechlessness behind the scenes. We only launched this image balloon to see if the world was around. Your arrows to pinpoint the leak in our FILE/style orbit talking in circles. We promise not to burst onto your scene from under the carpet leaving you holding the vacuum. You probe our love letters with your letter knife in the back. You got our number and we got the picture under wraps like in camouflage, corre-sponge dancing on the subliminal.

We're just a plug looking for a socket. Like we plugged into the water works when we realized the similarity. Like when we realized the valves were all under control. Like we slipped into your mailbox disguised as LIFE.

"It's the story of my life, what's the difference between wrong and right?" But Billy said, 'Both those words are dead.'

The Velvet Underground

TO WHOM IT MAY CONCERN:

There you were staring FILE in the face and you couldn't believe it was LIFE. The old seeing is believing dilemma. The old media mirror up against the wall. Meanwhile he's out on some street corner contacting the big energy under your feet. He discovers images float through media like words out of water. He re-channels the mainstream as folk art. He lost quality control when he got into deep water and attitudes. When attitudes become action as in how many; how much? . . . maybe 50 maybe 100 maybe 1200 are needed to salve a bad case of media burn. Modern art under the scalpel sliced open and sewn up as just another style, like computers, or porno. Now this is no news since we got the pants down already but the voyeurs are still hung up on carbon copy. Walt Disney's magic paint brush brushing with death and bringing to LIFE a little of the old now you see it.

Alex the Holy's animated LIFE/style bringing to FILE with style a little of the old now you're it. A little too close to home the thought of our water pipes and your water pipes like network T.V. or our mailboxes, coming up through the ground and in the back door like subliminal in residence. By the time it gets through all this charcoal carbon copy it infiltrates the cells. Step up to the colour bar and order the system to pay colour back with an Image Blank cheque. Don't point your critical breadknife at seven years of bad luck. Don't break our light through your spectrum of words. Don't pass the buck and call it green back. Don't stain our sheets with your lyrical abstractions. Don't tarnish our image. We're only following orders.

"And the General stepped out of his view screen in a glittering robe of pure shamelessness . . ."

William Burroughs
The Ticket that Exploded

HOMELY DETAILS OF EVERYDAY "LIFE"

LIFE magazine died with '72, emitting the casual stench of instant nostalgia for the waiting relatives, all of us with our hands crossed, leaving LIFE as we found it for the network world it bred and weaned but cannot nurture. Thirty-five years over a hot story, devoured in an instant by a public hungry for a past.

LIFE was the Coca-Cola of the picture magazines, image bank primer extraordinaire. LIFE was the first and instant precis of lifestyle the emerging manner the reflective possibilities of mass media. LIFE was the first and necessary authentication, the initial glamourization, of lifestyle and the common man.

LIFE initiated the first democratization of cultural consciousness, mirroring in news format the sensibility of the massive masses, the thin crumbling wall of mediocrity. The news that made LIFE was made news by LIFE.

LIFE was unique in its recognition of the value of sensibility and lifestyle over the traditional concerns of the historical view. LIFE took a stance in the face of history, sidestepping quality fixations for a coherent vision of people in process.

History is what you make it. LIFE made it.

LIFE in sensing in glamourizing in mirroring people in process LIFE and later TV certainly LIFE and others

created expectations, expectations of access, expectations of everyman's fifteen minutes of personal fame, expectations of the common man's right to make the headlines, well it did that and we got that and that's why LIFE died.

In this role of information re-caste-ing, LIFE sealed its own fate, creating the possibility and reinforcing the potential for a truly grassworks network culture.

Lately many magazines are dying. Some say this is due to postal dues. Actually it is very simple people are demanding access people are demanding and reading magazines providing access to particular tools particular goods particular scenes. VOGUE does this. WHOLE EARTH ALMANAC does this. NOVA does this. Toronto's BARGAIN HUNTER PRESS does this. LIFE did not do this.

Now FILE is simply this: the future seen in retrospect, actualization of 1984 envisioned by LIFE; a particularization of LIFE methods and manners utilized for the needs at hands, access to the trip and trappings.

FILE is LIFE out of hand, a handy map of scenic networks lacing the globe for you. Our tribute to LIFE passed by.

Mirrors Mirroring Mirrors

AA Bronson
in Conversation with Beatrix Ruf

Ruf

You yourself, and you with Felix Partz and Jorge Zontal as General Idea, have made books and been involved with publications like *FILE Magazine* throughout your life. What approach towards this annual report did you choose?

Bronson

The odd thing about the Ringier annual reports is that they are projects of the imagination. Since the company is a family business and not a corporation, no annual report is required. These projects play the part of reports – we might say they take on the guise of annual reports – but the work that the artist produces has only the faintest relationship to a conventional annual report, despite the statistical information included.

Working with Garrick Gott as designer, we came up with a physical form that is not that of a book that might be found in a bookstore or on a bookshelf, but rather the form of a report, in a binder or folder, something found in a desk drawer or even a filing cabinet. We tried to take the visual and structural language of an annual report – how it is assembled and how it might be used – and reflected that in the physical form of the publication.

In terms of content, looking through the history of the various artist projects for Ringier's annual reports over more than two decades, I realized that the Ringier Annual Reports present a cast of characters. They stand in for artists who have been chosen, who have been invited to become part of the extended family, and they represent both the aesthetic of Ringier himself and of the professional life he has constructed, the picture he has composed. The books sit together as a collective body, a library, and they are not only (sometimes unknowingly) self-portraits of the artists, but collectively take the form of



a self-portrait of Ringier himself. Whether the artists know it or not, collectively we are the medium through which Ringier composes his message and his public identity.

I have often been confused by the subject of identity. Not only do I carry two identities – as AA Bronson but also as the more prosaic Michael Tims – but I also carry the identity of the artist group General Idea, I carry my partners Jorge and Felix, both deceased, on my back. They are a kind of triumphal offering, like the spoils of war.

It's not that I have two or three separate lives, although I do. My assistant touts a kind of life/work balance, and perhaps General Idea should be on the work side and AA Bronson (or Michael Tims?) on the life side. But it's not like that for me. I start from this point: our publication is self-portraiture, beginning before General Idea and continuing through General Idea to the future date of my (yet to come) collective death. There is a continuity within General Idea and beyond General Idea, “mirrors mirroring mirrors.” We revisit both General Idea works and my own works, our works, about identity, maybe about other things as well, but identity figures in there largely.

“The Frame of Reference is basically this – a framing device within which we inhabit the role of the general public, the audience, the media. Mirrors mirroring mirrors, expanding and contracting to the focal point of view and including the lines of perspective bisecting the successive frames to the vanishing point. The general public, the audience, the media playing the part of the sounding board, the comprehensive framework outlining whatever meets their eye.”

(– from: General Idea, *Pilot*, 1977 produced by the Ontario Educational Communications Authority (OECA), Toronto (CA), for broadcast television, video, color, sound, 28 min., 56 sec)



Ruf You choose the topic of the mirror as a red line moving throughout the book you made for the annual report, connecting the history of General Idea with your personal history.

Bronson That's exactly right.

Ruf This is happening in the context of a media company. Is there a reverberation or reference to the media as a mirror?

Bronson As Marshall McLuhan said, "The medium is the message." You unfold a three-part cover and then there are three elements – one is the report, another is the artist's book, and the third is the folio (the context) itself. The report takes the form of a notepad, while the artist's book appropriates the cover of *FILE Magazine* from 1972 and brings together images and works of reflection from over fifty years, from the mid-sixties to today.

Ruf You've also reproduced the editorial page of *FILE Magazine* from 1972.

Bronson The editorial image was sent to us by a self-proclaimed famous artist who asked us to publish it anonymously in *FILE* because nobody else would ever publish it. And he couldn't publish it with his name on it because it would be the end of his career.

Ruf With *FILE Magazine*, which you published from 1972 to 1989, you made a promise to play with media.



Bronson Yes, it's a statement of intent. We eventually stopped publishing *FILE* in 1989 because it became too difficult to publish magazines, too expensive. Distribution was difficult. Everything that had been so easy became extremely difficult, so we stopped. But we continued our involvement with public media, with various poster projects, a project for the Spectacolor Board in Times Square, videos for television, and so on.

Ruf Going back to *FILE Magazine* – you invited other artists or people you were looking at or were interested in worldwide to send images and visual material to you. And besides the many amazing contributions of surprising artists, every issue also figured as a promotion issue in a way for what General Idea was doing at the time.

Bronson That's true, yes, promotion and information. It was a kind of membership report for the General Idea fan club. Each issue riffed on the artists passing through our life. Or you could think of it like *LIFE Magazine*: every issue was self-referential, and every issue was a promotion for itself. In this sense it was quite unlike other magazines of its time.

Ruf Would you say that you had a similar approach to that of the annual report?

Bronson Yes, that is true. (*laughs*) I really like that.

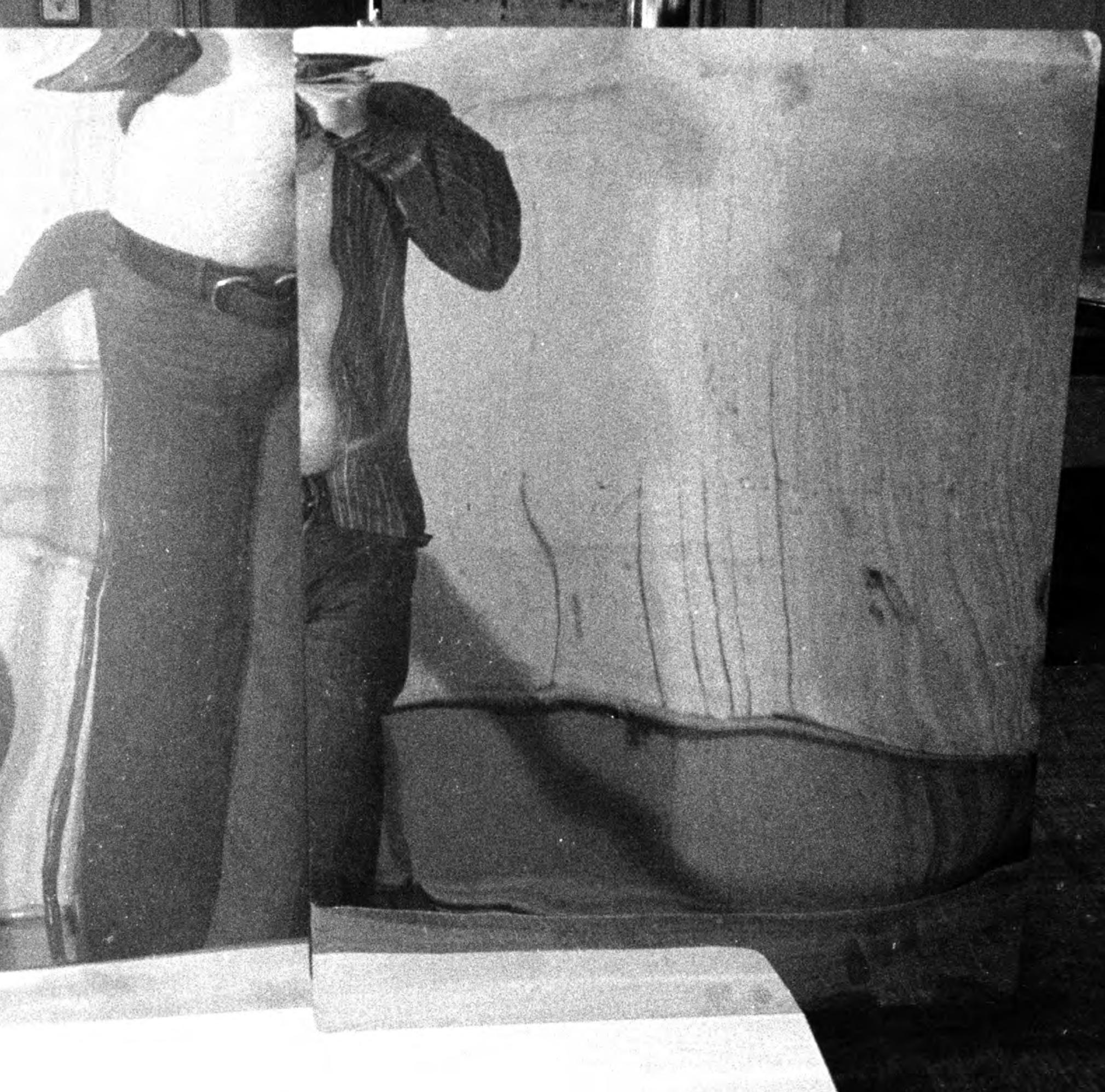
4

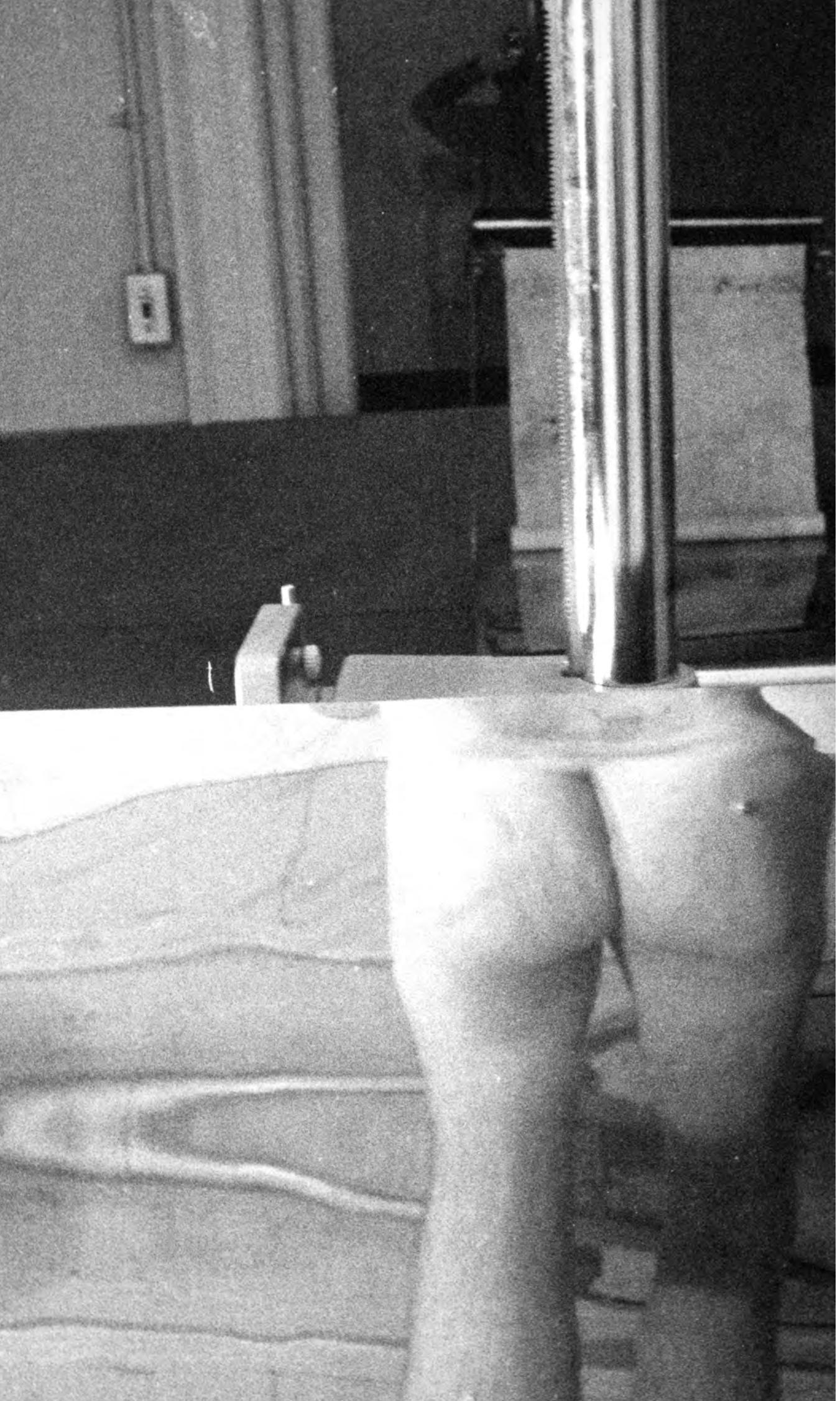












5









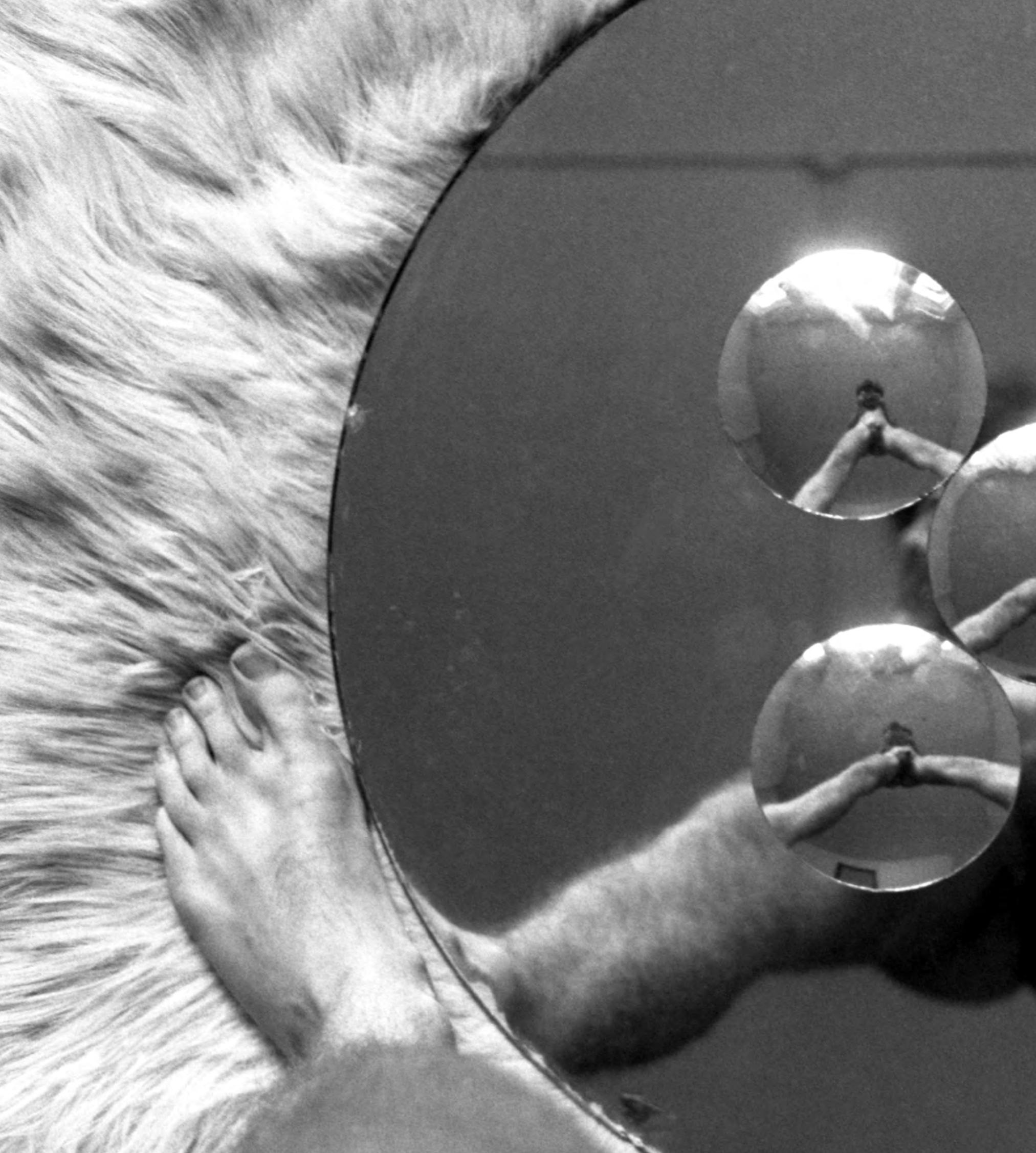




















6









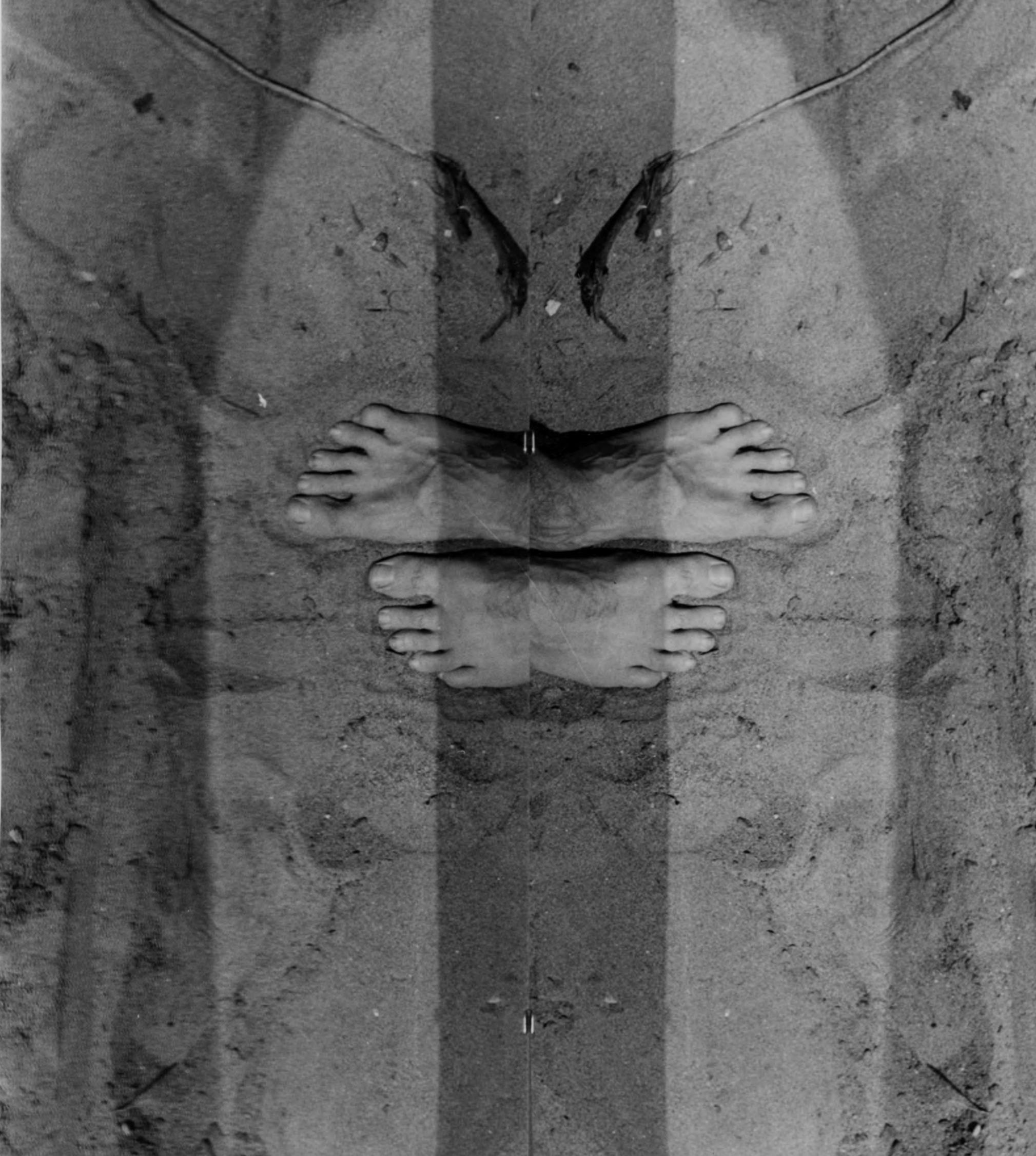






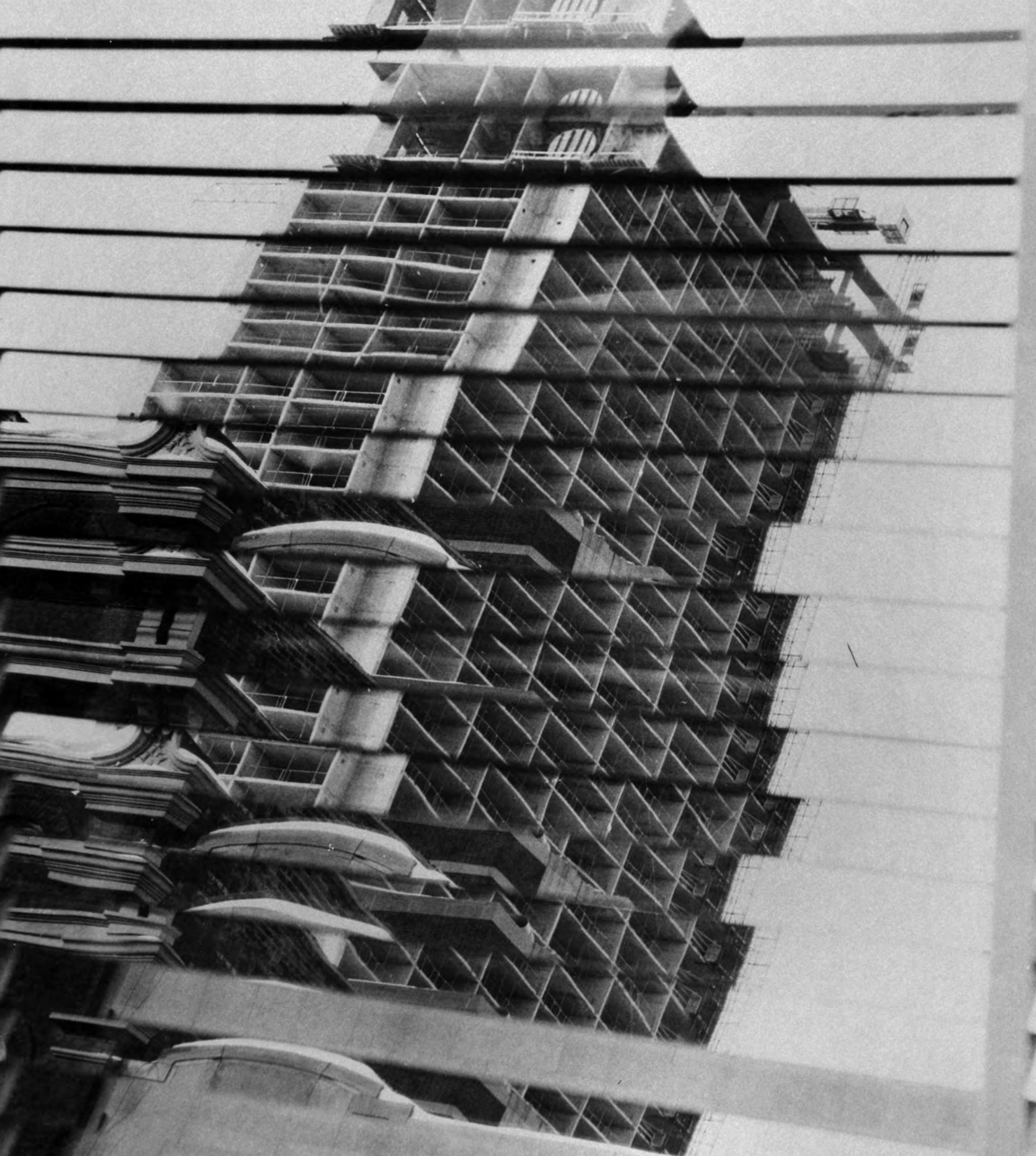






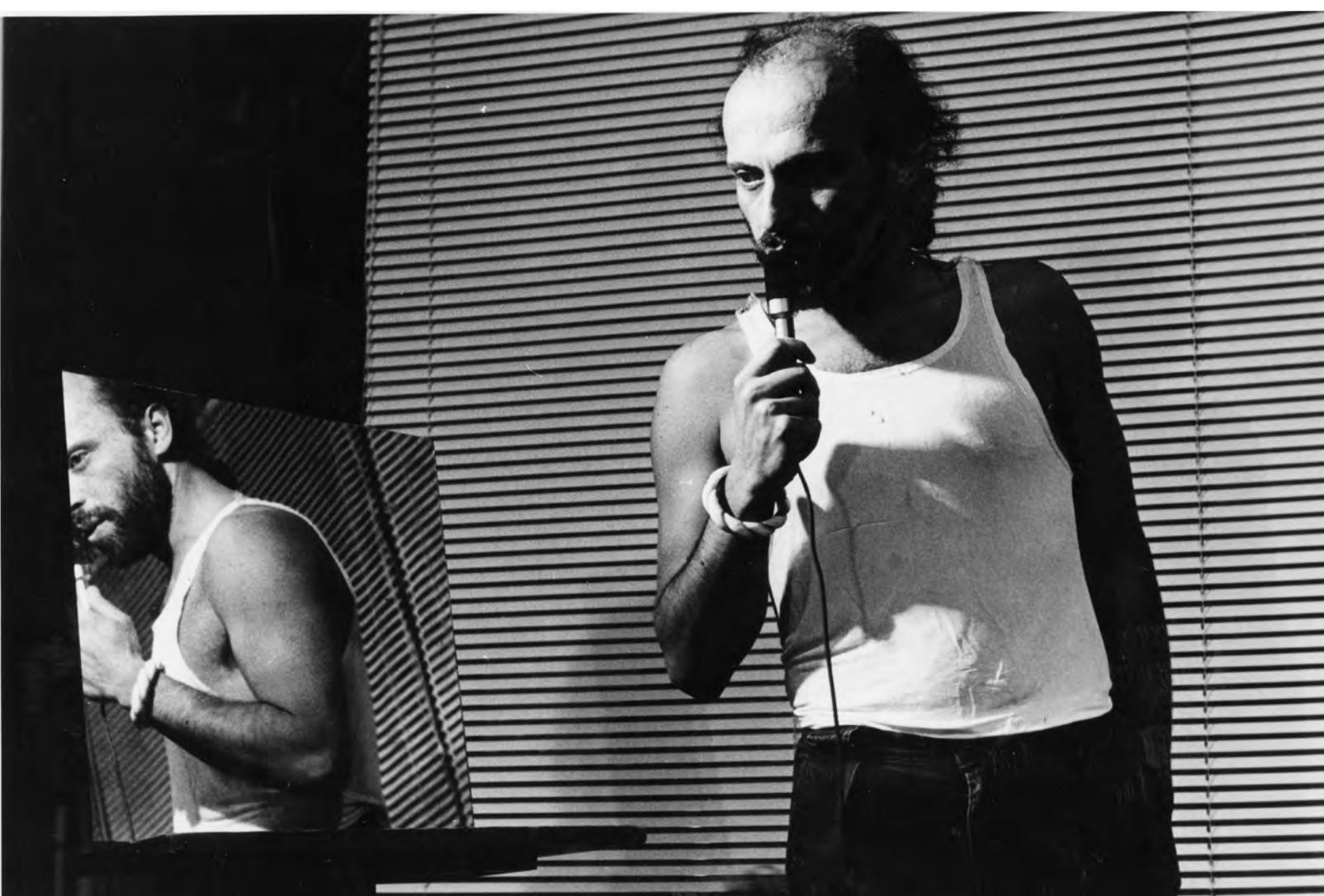
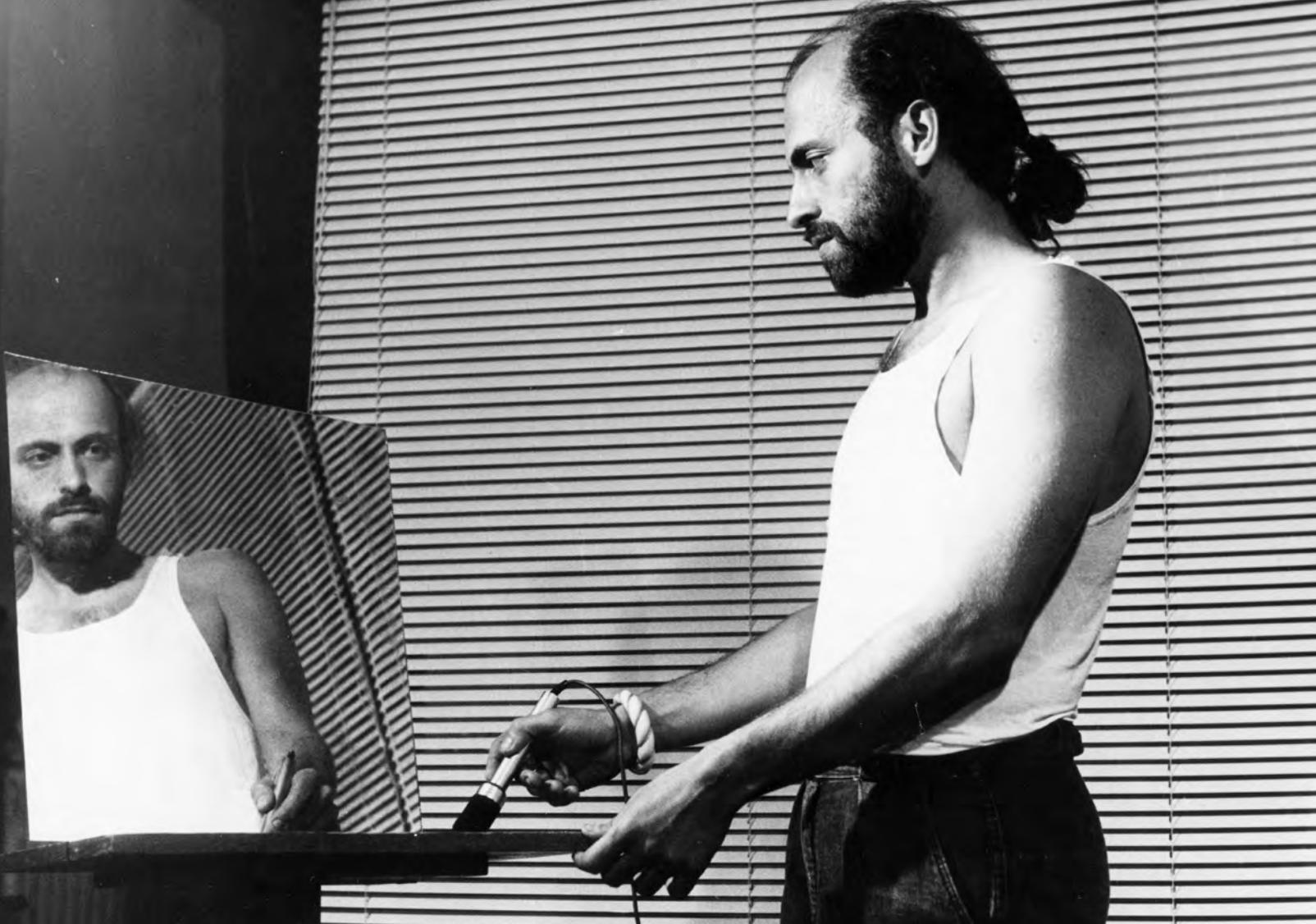












































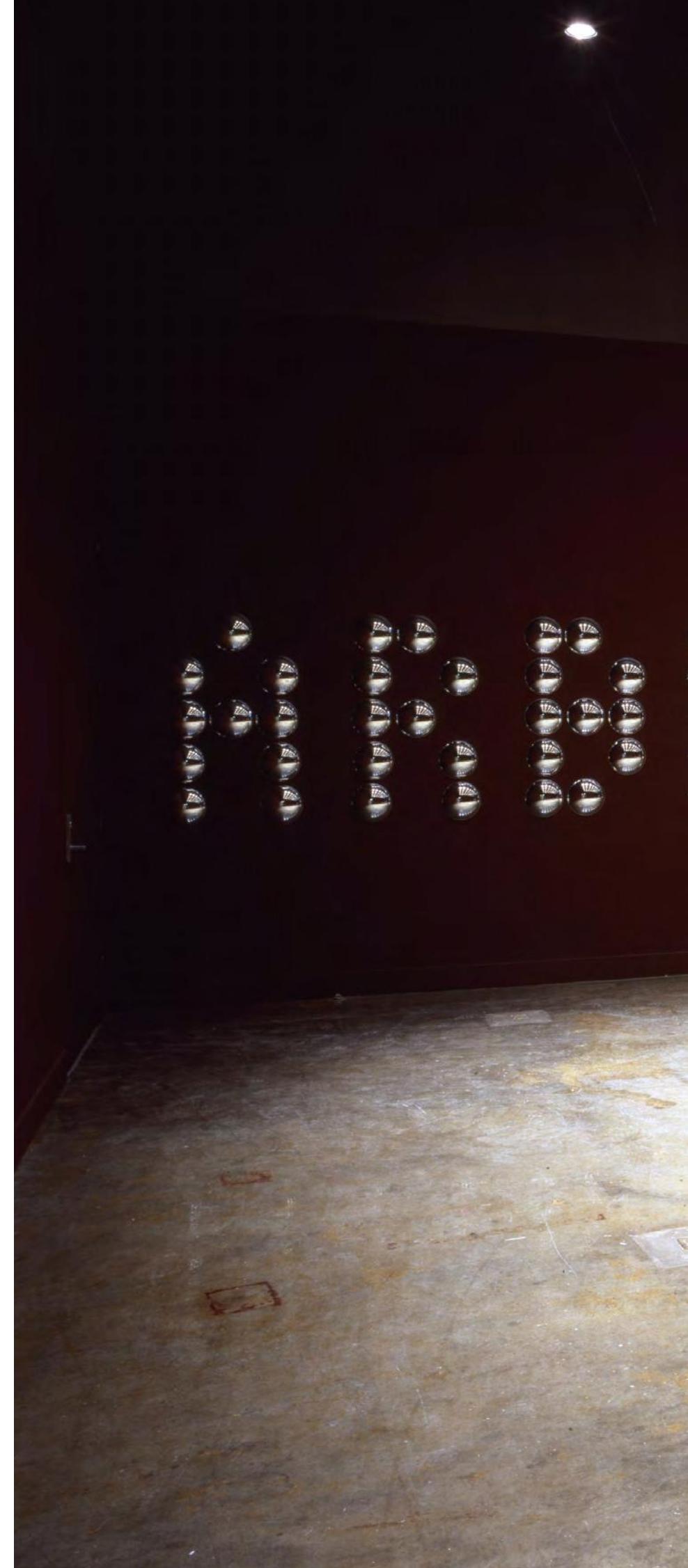








13



THEATRE







15

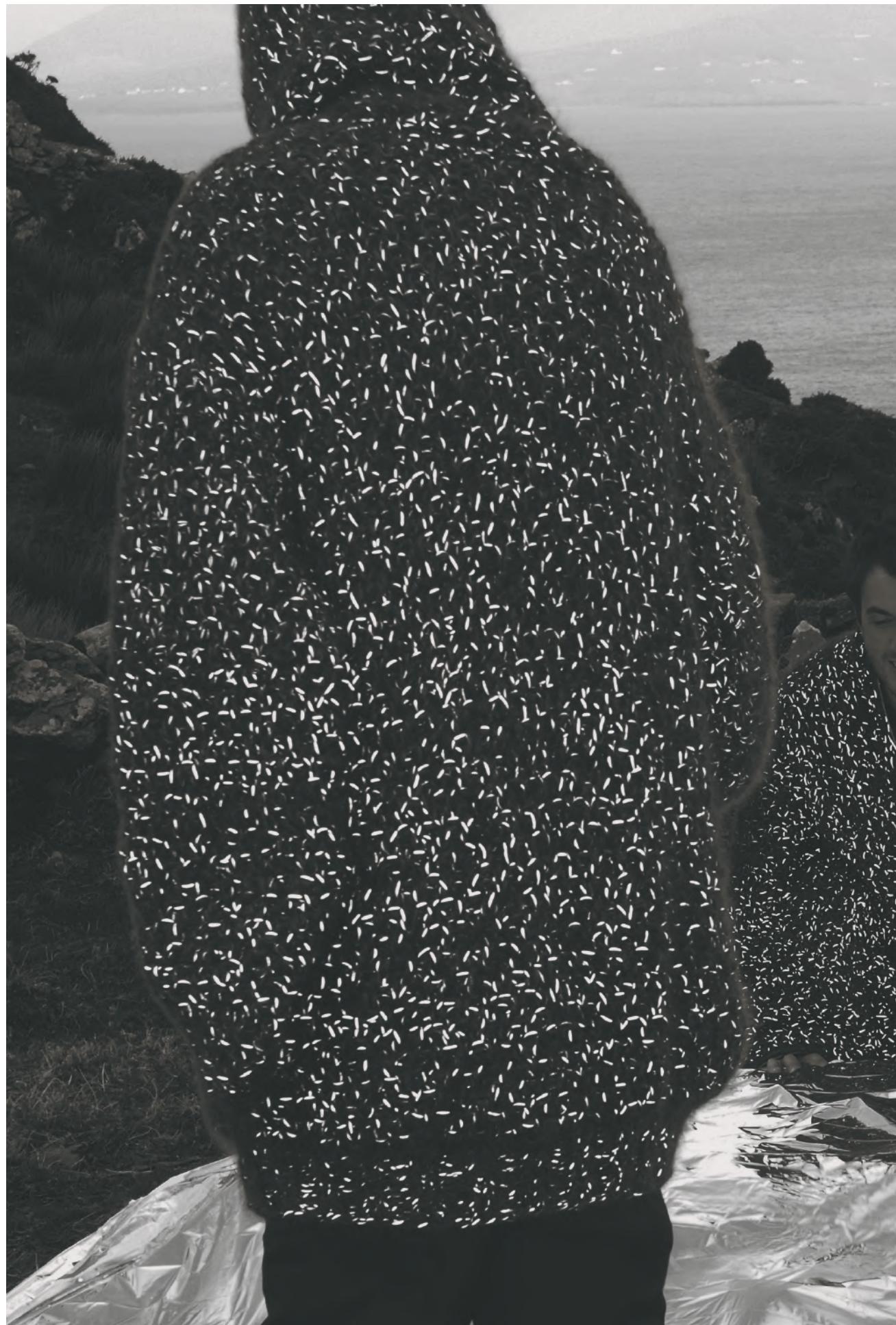


































































TO WHOM IT MAY CONCERN:

I came across these circular convex mirrors in an army surplus store on Queen Street West at the corner of Bathurst Street in Toronto in 1968. I was 22 years old. After dropping out of the School of Architecture in Winnipeg, and an adventure with a free school and a self-styled Digger commune, I had hitchhiked to Toronto to visit Rochdale College, the newest star in the firmament of cooperative ventures. Here everything began that became General Idea. At Rochdale College, and then at Theatre Passe Muraille, I met Mimi and Granada and Jorge and Felix and all the others, and my life as an artist began.

The set of seven mirrors entered my life, then, at the beginning of that new life, my life as AA Bronson. They were a sigil of sorts, they protected my new identity, and whenever I needed, I placed them on my bedroom floor, one mirror surrounded by a circle of six, or perhaps as a heptagram, usually late at night. They were a visual meditation, and I have them with me still, here in Berlin, fifty-five years later, at the age of seventy-seven.

In the mid-sixties, identity was the issue: we did not identify as our parents' children. The self-portrait figures largely in the work of General Idea because that was all we had: we began with our image of ourselves.

A few sentences about the photographs:

Jorge's self-portraits taken in distorting mirrors from a department store. (4)

My circular mirrors and Jorge's white goatskin rug. (5)

We pose as the cover of a Velvet Underground album. (6)

Light On: we devise mirrors suspended within a double rotating mechanism to draw with reflected light. (7, 8)

Our VBs of double-sided mirror marry the two sides of the story: inside and outside, self and other. (9)

Jorge performs in the looking glass. (10)

AA Bronson addresses Michael Tims, or is it vice versa? (11)

After General Idea: rotating mirrors become models for a universe. (12)

We are all monsters. (13)

This three-frequency dodecahedron is defined by a skin of reflection. (14)

Security mirrors are objects of reflection. (15)

Invocation Skellig Mhichil: my collaboration with Oisín Byrne in the Irish wilderness. (16)

Me, myself, and I: picturing my Self as others see me. (17)

CAPTIONS

- 1 General Idea, cover of *FILE Magazine*, volume 1 number 4 (December 1972)
- 2 General Idea, editorial, *FILE Magazine*, volume 1 number 4 (December 1972)
- 3 AA Bronson, *Project for M*, 2010. Set of 3 colour inkjet prints
- 4 Jorge Zontal, *Self-Portrait in Distorted Mirror*, 1968–69. Series of 8 gelatin silver prints
- 5 AA Bronson, *Mirror Sequences*, 1969. Series of 7 gelatin silver prints
- 6 General Idea, *Self-Portrait as the Velvet Underground*, 1969. Black and white Polaroid. Left to right: Jorge Zontal, Danny Freeman, AA Bronson, Felix Partz
- 7 General Idea, *Light On*, 1971–72. The *Light On* mirror installed for the *Light On* exhibition at the Carmen Lamanna Gallery, Toronto, 27 May – 15 June, 1972
- 8 General Idea, *Light On*, 1971. In the summer of 1971, General Idea set out to rural Ontario, Canada, with two *Light On* mirrors, each a large mirror set inside a frame so that it could pivot vertically and horizontally. Inspired by Robert Smithson's essay "Incidents of Mirror Travel in the Yucatan" for *Artforum*, they used the mirror to 'draw' on the landscape with the focused, reflected sunlight. They documented the drawing in photography and video for an eventual gallery installation.
- 9 General Idea, *Luxon VB*, 1973. Mirror slats, venetian blind apparatus. Installation views at the Carmen Lamanna Gallery, Toronto, 1973. Collection: van Abbemuseum, Eindhoven. "We address ourselves to that exact and exacting space marked by glamour: the interface between content and context, culture and nature inside and out. Once again utilizing a mirror device, in Venetian Blind format, we isolate a thin slice of unclaimed space between the gallery and the outside world and fill it with white light. This space, unseen, is yet precisely known by each of us. General Idea claims this space."
- 10 General Idea, *Blocking*, 1974. Performance, Western Front, Vancouver. During a performance of *Blocking*, one of various audience rehearsals for the 1984 *Miss General Idea Pageant*, Jorge Zontal serenades himself in the mirror.
- 11 General Idea, *Untitled*, late 1970s. Chromogenic Polaroid
- 12 AA Bronson, *Mirror Mirror*, 2000. Series of 10 chromogenic photographs

Cover credit: AA Bronson, *Ex Libris*, 2015

All General Idea photos by General Idea;
all AA Bronson photos by AA Bronson except
where otherwise credited.

All photos courtesy of Esther Schipper, Berlin

- 13** AA Bronson, *Arbeit Macht Frei*, 2001. Installation consisting of 133 commercially available circular security mirrors. Dimensions variable
- 14** AA Bronson, *Bubble Machine #2*, 2003. Motorcycle mirrors, steel. Collection: Städtische Galerie im Lenbachhaus, Munich. Photo: Andrea Rossetti
- 15** AA Bronson, *For Robert Morris (After Verner Panton)*, 2003. Assemblage of 12 commercially available security mirrors, plastic. Collection: Städtische Galerie im Lenbachhaus, Munich. Photo: Andrea Rossetti
- 16** AA Bronson and Oisín Byrne, *Invocation Skellig Mhichil*, 2013. Performance. AA Bronson, Oisín Byrne and Mark Krayenhoff van de Lier traveled to Skellig Mhichil, a World Heritage island off the southwest coast of Ireland, an early Christian monastic settlement now abandoned for many centuries. The trio wore custom-made wool sweaters by Bless, with reflective thread woven into the garments. Photographs by Matthias Herrmann.
- 17** AA Bronson, *AA Bronson with AA Bronson*, 2024. Series of 12 digital photographs
Included in these photos are the following paintings, all oil on canvas or linen:
Sholem Krishtalka, *AA Bronson*, 2020
Elijah Burgher, *AA as King of Cups or Fresh Water Neptune*, 2020
Elijah Burgher, *The Danger in Waiting*, 2008
TM Davy, *AA Bronson in the Magic Forest*, 2012
Karol Radziszewski, *AA*, 2023
- 18** AA Bronson, *Mirror Sigil*, 2024. Photograph

Ringier

Rapport

Annuel

2023

Sommaire

Prologue – Michael Ringier, éditeur	5
Les activités de Ringier en 2023 – Marc Walder, CEO	7
L'année en chiffres – Annabella Bassler, CFO	15
Epilogue – Le métier primordial – Frank A. Meyer, publiciste	23
Ringier Portfolio	25
Participations importantes	30
Organisation	31
Sites Ringier	32
Rapport ESG de Ringier SA	33

Prologue

Michael Ringier, éditeur

GI meets AI. Même ChatGPT ne saurait être plus concis pour résumer le rapport annuel de cette année. GI, pour General Idea, est le sigle d'un groupe de trois artistes qui ont entrepris dès les années 1960 à lancer des projets communs. Au début des années 1990, deux d'entre eux ont été victimes de l'épidémie de sida. Le troisième, AA Bronson, a poursuivi en solo tout en gérant l'héritage du trio d'artistes. Les trois membres de General Idea étaient déjà queers alors que nous n'avions pas la moindre idée de ce que cette notion recouvrait. Simultanément, ils jouaient de leurs identités en un temps où cela restait très inhabituel et se donnaient des noms inventés de toutes pièces. Ils créaient des manifestations imaginaires, notamment des concours de Miss au cours desquels le pavillon Miss General Idea finissait dans des flammes fictives. Ils ont créé il y a des dizaines d'années une réalité complètement inventée qui, aujourd'hui, va de soi dans le métavers. La devise du groupe était courte et claire: «We wanted to be famous, glamorous and rich.» Instagram vous salue, même s'il lui manque hélas l'ironie de General Idea.

Ce qui naguère était plutôt un jeu et une observation du contexte sociétal est aujourd'hui une réalité parfaitement normale. Avec le lancement de ChatGPT, l'intelligence artificielle nous est littéralement tombée dessus avec pour commentaire: «Voyez un peu ce que vous savez en faire.» Les spéculations à ce propos sont incommensurables et l'engouement provoqué est illimité. Les valorisations boursières de Nvidia et Microsoft ont atteint des milliers de milliards, au WEF de Davos l'IA fut le sujet archi-dominant et il ne se passe pas un jour sans que l'on fasse des pronostics sur la perspective d'un monde meilleur ou, à l'instar de l'historien écossais Niall Ferguson, une prophétie désabusée : « Il ne s'agit peut-être que d'un mimétisme reposant sur des modèles probabilistes », ainsi qu'il vaticinait récemment dans la NZZ.

Le fait est que les possibilités qu'ouvre l'AI sont impressionnantes. ChatGPT 4 réussirait à l'aise n'importe quel examen de bac, le modèle d'IA Sora fait d'un texte une vidéo de qualité hollywoodienne et Midjourney 5 sait créer des événements qui n'ont jamais eu lieu. Il

y a deux ans, un tableau fabriqué à l'aide de ce logiciel a remporté le premier prix d'une exposition d'art au Colorado, quand bien même il a ensuite été retiré au vu des protestations des artistes. Et même au sein de notre entreprise une créature numérique nommée Romni me demande depuis peu: «Hi Michael, how may I help?»

Pour la principale question qui nous hante depuis long-temps, cela ne nous aidera guère de façon décisive. Car les réponses aux défis que l'IA nous vaudra ne viendront pas de l'univers numérique mais surtout de tous les collaborateurs et collaboratrices de cette entreprise. Nous serons sans doute tous rétrogradés au statut auquel nous avons apparemment échappé depuis belle lurette – car pour la plupart d'entre nous les bancs de l'école sont déjà loin. Même si nous nous asseyons aujourd'hui dans des fauteuils plus confortables, les réalités de l'apprentissage nous rattraperont. Nous devrons tous apprendre à manier une chose pour laquelle il n'existe pas encore de réponses avérées. Ce qu'il y a de réconfortant, c'est ce que j'ai découvert au Forum de Davos: même les plus fameux coryphées de l'IA n'ont aucune idée de ce qui nous attend derrière le prochain virage.

Sur ce point aussi la réponse pourrait provenir du monde des arts. Une qui sait comment cela marche, c'est la performeuse croate Nora Turato. «Le monde des arts fait comme si nous, les artistes, savions toujours ce que nous faisons. Ce n'est strictement pas vrai. Mon travail est un processus au cours duquel j'apprends.»

Il en ira de même pour l'intelligence artificielle. Tout ça me donne plus ou moins une impression de déjà-vu. Les grands bouleversements comportent presque toujours trois phases: 1. Engouement. 2. Désenchantement. 3. Dur labeur. Et cela me paraît rassurant. Car chez Ringier nous avons l'expérience de l'incertitude. Lorsque nous avons fondé en 1990 notre premier journal en Europe orientale, nul ne sait vraiment dans quoi nous nous embarquions. Aujourd'hui ces marchés sont un pilier stratégique de notre entreprise. Lorsqu'en 2008 nous avons réalisé

le premier investissement de plusieurs centaines de millions dans le marché numérique, nous nous doutions encore moins de quoi il retournerait vraiment. Or aujourd’hui nos plateformes numériques sont l’activité à la plus forte marge de l’entreprise. C’est donc

à nous de choisir ce que nous faisons de l’IA. Sur ce point encore AA Bronson, qui a précocement perdu deux amis et compagnons artistes, peut nous servir d’exemple quand il dit: «I am fearless as I ever was!»

Les activités de Ringier en 2023

Marc Walder, CEO

Les spécialistes des domaines de la technologie, des sciences, de l'entreprise et des réglementations sont unanimes: nous sommes à un tournant de l'histoire où la technologie, sous la forme de l'intelligence artificielle (IA), va remodeler nos vies et nous propulser dans une nouvelle ère des possibles. Pour illustrer l'évolution remarquable de la perception et des capacités de l'IA en l'espace d'une année seulement, il suffit d'observer le contraste frappant entre deux réunions auxquelles j'ai assisté, à douze mois d'intervalle exactement:

En début d'année 2023, les participants au Forum économique mondial (FEM) de Davos s'amusaient des limites de ChatGPT, qui ne parvenait pas, par exemple, à trouver la réponse à des questions simples telles que le nom de l'équipe ayant gagné la dernière coupe du monde de football. En outre, le fait que certains participants aient appelé par erreur l'outil ChatGTP avait ajouté à la confusion. D'une manière générale, la salle était empreinte de scepticisme à l'égard de l'IA, une nouveauté pas encore totalement comprise ni respectée.

En 2024, lors de la réunion du FEM, la situation avait radicalement changé. L'IA n'est plus une innovation fantasque, mais un outil essentiel. Dans toutes les industries. Dans notre vie quotidienne. Partout où nous interagissons avec des services numériques, l'IA générative est de plus en plus intégrée.

Permettez-moi de vous raconter une petite histoire à propos de Victor Riparbelli. Victor était assis à côté de moi lors d'une réunion à Davos. Jeune entrepreneur danois sympathique et intelligent, il a fondé Synthesia.io, première plateforme de génération de vidéos au monde. Il vous suffit de taper un texte et Synthesia créera une vidéo. En quelques secondes. C'est aussi simple que d'écrire un e-mail. Ce bond en avant technologique marque une étape importante en matière de progrès technologique et d'évolution de la perception du rôle de l'IA dans nos vies.

Les avancées réalisées au cours des douze derniers mois dans ce domaine sont tout à fait remarquables.

Elles vont, à l'avenir, encore s'accélérer. Afin que le groupe Ringier demeure performant dans cette nouvelle ère, nous avons mis à profit l'année 2023 pour créer un terrain propice aux cas d'usage de l'IA au sein de l'entreprise. Plusieurs dizaines d'initiatives relatives à l'IA ont déjà été mises en œuvre au sein de nos principales filiales de médias et de places de marché.

D'un point de vue financier, Ringier a réussi à surmonter les défis macroéconomiques et l'inflation omniprésente sur nos marchés. Nous avons légèrement dépassé l'EBITDA de l'année dernière, générant un EBITDA global de CHF 105,5 millions en 2023 (2022: CHF 104,9 millions) avec une marge de 11.5% (2022: 11.2%).

Le succès de la transformation numérique a déjà conduit à une augmentation significative de la part numérique de l'EBITDA au cours des dernières années. Cette tendance s'est poursuivie en 2023 avec une part numérique de notre bénéfice d'exploitation de 83% (contre 79% en 2022). C'est pour nous un signe indéniable que notre transformation numérique reste sur la bonne voie. Il y a 15 ans, nous étions un éditeur de journaux, de magazines et d'imprimeries. Aujourd'hui, nous sommes une entreprise de médias largement diversifiée et hautement numérique.

Pour une analyse des résultats financiers du groupe Ringier, veuillez consulter le rapport spécifique de notre directrice financière Annabella Bassler.

J'aimerais me concentrer sur nos trois divisions commerciales et commencer par les médias.

L'acquisition par Ringier SA de toutes les actions de **Ringier Axel Springer Suisse SA (RASCH)** auprès d'Axel Springer a marqué un tournant dans l'industrie suisse des médias. Suite à cette transaction, les anciens titres de RASCH-Media et le groupe Blick ont été réunis sous l'égide de **Ringier Médias Suisse (RMS)**.

RMS regroupe plus de 20 marques de médias de pre-

mier plan, avec 3 millions de lecteurs de presse écrite, 700 000 abonnements et 2,9 millions d'utilisateurs et utilisatrices uniques numériques. Après réduction des utilisatrices et utilisateurs qui lisent à la fois le contenu imprimé et le contenu en ligne, on obtient 4,6 millions de lecteurs/utilisateurs, ce qui équivaut à une portée de 66 % parmi les résidents suisses âgés de 14 ans et plus. Nous sommes désormais la première force économique parmi les médias suisses.

La logique stratégique à la base de cette opération: faire de *Blick* la première destination suisse pour l'information et le sport, avec le contenu approfondi de nos marques de magazines fortes. Cela nous permet de combiner les forces individuelles de nos marques et de relever leurs défis spécifiques: alors que pour les magazines, une numérisation cohérente est cruciale, *Blick* a besoin d'un contenu de niche plus approfondi. Les premiers résultats de ce «content play» indiquent que la distribution d'un article de magazine via *blick.ch* génère non seulement 10 à 15 fois plus de vues que sur le site web du magazine, mais entraîne également un afflux important de nouveaux abonnements à *Blick+*.

Parallèlement à la création de Ringier Médias Suisse, nous avons défini clairement les responsabilités opérationnelles des divisions qui supervisent désormais les activités médiatiques du groupe Ringier.

- **Ringier Médias Suisse** regroupe plus de 20 marques de médias suisses de premier plan dans son portefeuille et est dirigé par Ladina Heimgartner en tant que CEO. Elle est également responsable de toutes les activités générales de Ringier dans le domaine des médias, à l'exception des médias sportifs, au sein de la direction générale du groupe.
- **Ringier Media International**, la division nouvellement créée, supervise 80 marques de médias du portefeuille Ringier dans tous les pays en dehors de la Suisse. Elle est dirigée par Dmitry Shishkin en tant que CEO et Michael Moersch en tant que COO.
- Indépendamment de nos activités médiatiques générales, **Ringier Sports Media Group (RSMG)**, avec 8 marques de médias sportifs dans 8 pays, est dirigé par Robin Lingg en tant que président du conseil d'administration de RSMG et Stilian Shishkov en tant qu'associé principal.

Avec cette décision, Ringier franchit une nouvelle étape importante dans son engagement en faveur de l'excellence, de l'innovation et de la croissance continue de ses activités médiatiques mondiales en définissant des responsabilités opérationnelles claires.

Après avoir évoqué la configuration stratégique du pilier des médias, j'aimerais souligner les réalisations du secteur des médias en Suisse.

Le groupe **Blick** a connu une croissance transformatrice, avec le lancement du modèle d'abonnement numérique *Blick+*, qui a attiré plus de 16 000 abonnés au cours des six premiers mois. Cela dépasse nos attentes.

Un autre élément clé a été la restructuration de la rédaction à Zurich. Steffi Buchli et Sandro Inguscio ont mis en place un modèle de distribution de contenu innovant et accueilli un responsable de l'innovation en matière d'IA à plein temps pour piloter l'intégration de cette dernière dans les reportages quotidiens.

Les résultats sont éloquents: *Blick.ch* a attiré plus de 1,3 million d'utilisateurs et utilisatrices quotidiens en 2023, avec des durées de session moyennes inégalées dans le secteur, et une augmentation de 40% des articles publiés quotidiennement, ce qui confirme sa forte présence sur le marché et l'engagement des consommateurs à son égard. En réponse à la faible participation du public au programme d'information quotidien de *BlickTV*, nous avons réorienté son offre vers des vidéos, du contenu à la demande et des reportages en direct pour les nouvelles de dernière minute. Les offres audiovisuelles restent un pilier essentiel de notre stratégie en matière de médias numériques.

Nos magazines suisses, anciennement **Ringier Axel Springer Schweiz (RASCH)**, ont revitalisé avec succès leur offre de produits et élargi leur portée. Pour ne citer qu'un exemple, le lancement de l'application *cash* offre aux utilisateurs et utilisatrices une interface élégante en ce qui concerne les informations financières. Lors du 25e European Newspaper Award, *Handelszeitung* a reçu des prix d'excellence dans six des vingt catégories, *Beobachter* a reçu cinq prix pour son design, *Caminada* et *Interview by Ringier* ont également été récompensés.

En 2023, la marque innovante de médias numériques «*izzy projects*» a travaillé de façon intensive sur son premier film, qui a connu un grand succès et est sorti en février 2024 sous la forme d'un documentaire de 80 minutes intitulé *Die Enkeltrick-Betrüger* (Les arnaques aux petits-enfants). Au cours de l'enquête qui a duré un an, Cédric Schild a joué le rôle d'une personne âgée au téléphone, se faisant passer pour la victime d'une supposée escroquerie. Cela a donné lieu à des moments amusants, mais a également mis les fraudeurs dans l'embarras. Le documentaire n'est pas seulement divertissant, il révèle aussi les stratagèmes complexes des organisations d'arnaqueurs.

Dans l'ensemble, l'excellence journalistique a été récompensée par des prix notables, dont celui de Fabian Eberhard, journaliste de l'année, et celui de Cédric Schild, vidéo-journaliste de l'année. Yves

Demuth a reçu le prix Transparency 2022, grâce à ses recherches éminentes. Enfin, le film *Blick Stop Hate Speech* (Halte au discours de haine) a remporté le concours vidéo sur la protection des données à Zurich.

Dans le secteur de la publicité, Ringier Advertising continue de dépasser les attentes budgétaires sur un marché très exigeant. Avec un chiffre d'affaires numérique qui a doublé au cours des cinq dernières années, Ringier Advertising a obtenu des mandats publicitaires exclusifs et a ajouté «Bild» et «Welt» à son portefeuille. Sur le plan technique, le Google Ad Manager a amélioré les services clients, tandis que le lancement réussi de notre solution interne de données first-party, *Alloy*, et la migration vers AdStack ont conduit à des améliorations significatives de la performance.

Au-delà de RMS, Admeira a opéré un virage stratégique pour se concentrer exclusivement sur les diffuseurs de la SSR à l'avenir. Ce recentrage a entraîné l'arrêt des activités de marketing pour d'autres chaînes privées à la fin de l'année. Le résultat de cette consolidation du portefeuille a été positif, les performances de la SSR étant restées stables par rapport à l'année précédente, ce qui constitue un succès important compte tenu de la baisse prévue de 5 à 6% du marché.

Pour le groupe Energy, l'année a été riche en événements, avec en point d'orgue le concert *Energy Air* au stade du Letzigrund à Zurich, qui a captivé un impressionnant public de 50 000 fans. Sur le plan opérationnel, le portefeuille de stations du groupe Energy a atteint une portée brute quotidienne d'environ 750 000 auditeurs. Néanmoins, le marché de la publicité radio est confronté à des défis, car il n'a pas encore retrouvé sa prospérité d'avant la pandémie.

La Ringier Sports AG a encore étendu ses activités RED+ et atteint plus de 23 500 utilisateurs et utilisatrices enregistrés à la fin de l'année 2023. RED+ est une plateforme de streaming axée sur le football et le hockey, qui offre un large éventail de contenus aux joueurs et joueuses ainsi qu'aux fans de sports amateurs à destination de la jeunesse.

Les dernières années ont été difficiles pour le marché européen de l'impression. Chez Swissprinters, la situation économique défavorable a été accentuée par la persistance des prix élevés du papier et de l'énergie, la perte de plusieurs commandes d'impression importantes et une baisse générale des volumes. Bien que le modèle d'exploitation ait été continuellement adapté et optimisé, un point a été atteint où la viabilité économique future n'est plus garantie. Swissprinters cessera donc ses activités d'impression à la fin du mois de septembre 2024.

C'est avec le cœur lourd que nous appréhendons cette fermeture, car l'imprimerie est historiquement la fondation de l'entreprise Ringier. Malheureusement, après mûre réflexion, nous n'avons pas trouvé d'autre solution.

Passons à présent en revue nos activités internationales dans le domaine des médias.

Le principal portail d'information polonais Onet, un actif clé de notre coentreprise Grupa Ringier Axel Springer Polska AG (GRASPAG), a confirmé sa position de source d'information en ligne la plus fiable de Pologne, selon l'indice de confiance des marques de l'Institut Reuters. Cette confiance est confirmée par la réussite de *Onet Premium*, dont le nombre d'abonnés a doublé en 2023. Le lancement de *Onet Watch*, qui propose de courtes vidéos aux utilisateurs et utilisatrices de téléphones portables adeptes des médias sociaux et désireux d'accéder rapidement et facilement à un contenu vidéo de qualité, a également été bien accueilli.

Ringier Slovakia a mis en œuvre des mesures de restructuration essentielles pour améliorer la rentabilité, notamment l'arrêt des sites web les moins performants. Cette rationalisation vise à préparer l'entreprise à une croissance future. Malgré ces changements, Ringier Slovakia reste le leader du secteur de l'internet slovaque.

En 2023, Ringier Hungary a célébré son 30e anniversaire avec de nombreuses raisons de se réjouir, car les objectifs d'EBIT ont été dépassés dans un climat économique marqué par des niveaux d'inflation record au sein de l'UE. L'entreprise s'est également concentrée sur son portefeuille numérique, en fermant son imprimerie et en vendant ses magazines de mots croisés.

Ringier Romania oriente *Libertatea* vers une stratégie résolument numérique en réponse à une baisse de 64 % des ventes d'imprimés depuis 2018. A mesure que les revenus numériques augmentent, la société rationalisera son équipe éditoriale pour se concentrer sur le contenu numérique. Malgré ces changements, *Libertatea* s'engage à maintenir son engagement en faveur d'un journalisme de qualité, tant sous forme numérique qu'écrite.

Chez Ringier Serbia, *Blic* a consolidé son statut de source d'information la plus fiable du pays et a conservé sa place de premier site web de Serbie. *Blic TV* a élargi sa programmation et a vu son audience grimper en flèche. Les plateformes numériques de *Blic* ont connu une croissance substantielle de l'engagement de l'audience, amplifiée par des stratégies de médias sociaux réussies, démontrant une nette augmentation de l'intérêt des consommateurs.

En Afrique, Pulse a atteint collectivement plus de 42 millions d'abonnés sur les médias sociaux et les plateformes en ligne, ce qui témoigne de l'engagement des équipes chargées du contenu et de la rédaction sur ses six marchés. Les *Pulse Influencer Awards* ont établi un nouveau record avec un nombre impressionnant de 12,8 millions de pages vues et 2,7 millions de votes. L'initiative de responsabilité sociétale des entreprises de Pulse, PulseCares, a eu un impact significatif au Nigeria, au Ghana et au Kenya.

L'accent est mis sur **Ringier Sports Media**, le dernier pilier stratégique, qui est représenté par **Ringier Sport Media Group (RSMG)**. Depuis sa création en 2022, RSMG est rapidement devenu une force dynamique à l'origine d'une nouvelle ère de médias sportifs numériques. Dès le début, le groupe a investi dans le secteur des médias sportifs afin d'occuper une position de leader européen en consolidant les marques de médias sportifs numériques qui sont les premières sur le marché. Cet objectif est resté inchangé en 2023 et nous l'avons prouvé à plusieurs reprises.

En janvier, RSMG s'est implanté en Grèce en lançant *sportal.gr*. Ce portail sportif numérique grec, innovant et en pleine croissance, a déjà pu s'établir sur ce marché hautement concurrentiel et a conclu un partenariat médiatique exclusif avec l'EuroLeague Basketball.

En juillet, RSMG a acquis l'emblématique marque sportive portugaise *A Bola*. En mettant en œuvre notre stratégie axée sur le numérique et le playbook de RSMG, les écosystèmes d'*A Bola* numérique, presse et télévision sont passés à la prochaine étape de leur développement en tant qu'une des marques sportives les plus prestigieuses d'Europe.

En Roumanie, la décision a été prise d'arrêter l'édition imprimée de *GazetaSporturilor*. A l'avenir, RSMG se concentrera entièrement sur le site numérique *GSP.ro*, où de nouveaux partenariats et une plus grande attention portée à la production vidéo ont déjà permis d'atteindre des audiences record.

En décembre, RSMG et DPG Media Group ont formé une coentreprise dans le cadre d'une démarche stratégique visant à améliorer le paysage des médias sportifs néerlandais. L'objectif principal est la transformation de *Sportnieuws.nl*, en utilisant les ressources et le savoir-faire communs de DPG et RSMG pour améliorer le contenu et l'expérience de l'utilisateur et de l'utilisatrice.

En décembre, Ringier a en outre racheté toutes les actions restantes de *sport.sk* à l'ancien partenaire NIKÉ.

Avec ces changements de portefeuille, RSMG est désormais présent dans huit pays avec les marques suivantes: *sportal.bg* et *Sportal365* en Bulgarie, *gsp.ro* en Roumanie, *sportal.rs* en Serbie, *sportal.hu* en Hongrie, *sport.sk* en Slovaquie, *sportal.gr* en Grèce, *A Bola* au Portugal et notre tout nouveau portefeuille, *Sportnieuws.nl* aux Pays-Bas. La position stratégique occupée depuis 2022 dans le groupe britannique *LiveScore*, l'une des principales applications sportives mondiales, réaffirme les aspirations de RSMG.

Sur le plan opérationnel, ce dernier a continué à fournir aux amateurs de sport des contenus les plus captivants, soutenus par des technologies sans précédent via le système de gestion de contenu *Sportal365*, afin d'offrir aux fans de sport des expériences toujours plus passionnantes et interactives. Il propose chaque mois à plus de 25 millions de fans un contenu captivant de haute qualité par l'intermédiaire des plateformes et des chaînes qu'il possède. Qu'il s'agisse d'analyses approfondies, d'avis de spécialistes, d'interviews exclusives ou de reportages en coulisses, le groupe continue d'engager et d'informer les fans.

La division **Marketplaces** se réjouit d'une nouvelle année réussie, malgré les difficultés économiques sur la plupart des marchés.

JobCloud, leader incontesté du marché des annonces d'emploi numériques en Suisse, a prouvé sa résilience en naviguant avec succès sur un marché incertain. En 2023, l'accent a été mis sur la refonte de ses gammes de produits et sur l'amélioration de son offre. Cela a permis d'enregistrer des recettes record dans la partie francophone du pays et de poursuivre l'extension de ses offres PPP (pay-per-performance) dans l'ensemble de la Suisse. En outre, l'entreprise s'est efforcée de s'aligner encore plus étroitement sur les besoins de sa clientèle et a élargi son écosystème international en ouvrant de nouveaux centres de nearshoring et de technologie des ressources humaines à Vienne et à Prague.

Dans l'ensemble, les chiffres opérationnels sont impressionnantes, avec une augmentation de 30% en glissement annuel des candidatures soumises via la plateforme et une hausse de 50% en glissement annuel des inscriptions d'utilisateurs et utilisatrices.

Swiss Marketplace Group (SMG) a inauguré son nouveau siège à Zurich-Oerlikon, renforçant ainsi la culture unique de SMG après la fusion initiale de TX Markets et de Scout24 Schweiz AG en 2021. Sur la base d'une stratégie collective forte et de playbooks correspondants, le centre a soutenu la collaboration au sein de SMG à la fois dans et entre les quatre segments Immobilier, Voitures, Marché

général et Finance & Assurance. En 2023, SMG a obtenu des résultats notables en matière d'EBITDA et a pu augmenter sa marge d'EBITDA de 13 points par rapport à l'année précédente. Sur le plan opérationnel, elle est restée très innovante, notamment en mettant en œuvre plusieurs outils d'IA générative afin d'automatiser un large éventail de processus et a également créé des solutions alimentées par l'IA pour assurer une protection des données rigoureuses.

Dans le paysage postpandémique, l'industrie du divertissement est florissante et la confiance dans le premier fournisseur de billetterie suisse a augmenté en conséquence. *Ticketcorner* peut donc se targuer d'une année 2023 couronnée de succès, avec près de 11 millions de billets vendus pour quelque 16 000 événements. En lançant de nouveaux services tels que *Ticketcorner Light* pour les petits organisateurs d'événements et *Ticketcorner Prime* pour les événements d'entreprise de premier plan, *Ticketcorner* a élargi son portefeuille de manière habile et innovante.

Profession.hu a une fois de plus enregistré des résultats solides, réalisant une croissance annuelle du chiffre d'affaires dans un climat économique lent. Le premier marché de l'emploi hongrois a contré le ralentissement du marché grâce à des mesures stratégiques de tarification et à la mise en place réussie de nouvelles offres de produits et de services de recrutement. Ces mesures, associées à un ensemble d'améliorations opérationnelles, ont permis d'accroître la part de marché et de renforcer le positionnement concurrentiel de l'entreprise. En plus de ses performances solides et de ses résultats financiers, *Profession* a une fois de plus obtenu le prix du meilleur employeur 2023 en Hongrie.

Dans les pays baltes, le principal groupe d'emploi **CV Keskus** a dû faire face à des conditions difficiles, avec une réduction significative des offres d'emploi sur ses trois marchés, l'Estonie, la Lituanie et la Lettonie. Malgré ces défis, *CV Keskus* a réussi à optimiser ses activités commerciales en révisant ses offres de produits et de prix, tout en enregistrant un nombre record de candidatures. En outre, *CV Keskus* a ravi sa clientèle ainsi que ses utilisateurs et utilisatrices avec une nouvelle identité de marque, associée à des améliorations du moteur de recherche d'emploi et de la plateforme de recrutement.

eJobs, numéro 1 en Roumanie, a également réussi à s'imposer sur le marché difficile du recrutement, en enregistrant un nombre stupéfiant de 11 millions de candidatures via sa plateforme. Grâce à *Salario* récemment lancé, l'entreprise a en outre constitué la plus grande base de données salariales du pays. En

lançant de multiples initiatives d'innovation concernant la génération Z et en atteignant une échelle significative de ses produits de médias sociaux, 2023 a été une année remplie de succès et tournée vers l'avenir.

Le nombre considérablement réduit de transactions immobilières en 2023 montre que le climat économique en Roumanie est défavorable. Néanmoins, la plateforme PropTech **Imobiliare**, leader du marché, a dépassé ses objectifs financiers. Tournée vers l'avenir et reconnaissant que les jeunes générations représentent un segment de clientèle vital, *Imobiliare* a orienté ses efforts de sensibilisation à la marque vers la génération Z avec des campagnes de marketing efficaces, notamment sur TikTok et YouTube. *Imobiliare Finance* (anciennement DSA Advisor), nouvellement rebaptisée, a obtenu de bons résultats financiers et a augmenté son volume de prêts hypothécaires débloqués de 23% par rapport à l'année précédente, malgré un marché difficile. Elle a ainsi pu augmenter de manière significative sa part de marché.

Au sein de la coentreprise **Grupa Ringier Axel Springer Polska AG (GRASPAG)** en Pologne, le groupe de places de marché *Morizon-Gratka* a été le premier en Europe à déployer une recherche d'annonces immobilières basée sur l'IA. *Morizon-Gratka* a également lancé avec succès des modèles transactionnels pour le segment des promoteurs après avoir mis en œuvre un modèle de PPL (pay-per-Lead) en collaboration avec *Homsters*, propriété de Ringier. Ensemble, ces nouveaux modèles ont conduit à une augmentation significative des revenus dans ce segment. *Lendi*, société de courtage hypothécaire numérique faisant partie de GRASPAG, est devenu le deuxième réseau en Pologne en termes de nombre d'agents et a affiché une trajectoire de croissance satisfaisante dans un environnement macroéconomique difficile.

En Slovaquie, **United Classifieds** a continué à renforcer sa position de leader sur le marché dans les segments de l'immobilier (*Nehnutelhosti.sk*) et de l'automobile (*Autobazár.EU*). En 2023, l'accent a été mis sur l'approche centrée sur la clientèle, avec des recherches approfondies pour mieux la comprendre, ainsi que sur l'amélioration des propositions de valeur. Les résultats ont montré une évolution positive des finances, qui ont dépassé les attentes du budget.

Homsters, une entreprise basée en Ukraine, a réussi avec son modèle SaaS (logiciel en tant que service) à cibler de nouveaux projets en Pologne avec *Grupa Morizon-Gratka*. Pour reproduire ce succès, un projet pilote a été lancé avec *BuyRentKenya*.

Les principales places de marché numériques opérant sous le toit de **Ringier One Africa Media (ROAM)** en Afrique subsaharienne ont renforcé avec succès leurs positions concurrentielles sur leurs marchés respectifs.

La place de marché de l'emploi et le groupe de recrutement numérique **The African Talent Company (TATC)**, dont les marques sont leaders au Nigeria, au Kenya, au Ghana et en Ouganda, ont connu une année de forte croissance. Des améliorations significatives ont été apportées à la rationalisation de ses équipes de vente et d'exploitation, tout en remportant de nombreux prix et récompenses. En outre, TATC a signé de nombreux nouveaux projets de partenariat avec des organisations renommées telles que la Fondation Mastercard, l'USAID et le GIZ afin de trouver des emplois et d'améliorer les compétences de millions de demandeurs d'emploi. *BuyRentKenya*, basé à Nairobi, continue d'être reconnu comme le premier portail immobilier du Kenya. *Expat-Dakar*, la principale plateforme numérique au Sénégal, a lancé un produit de promotion immobilière qui a entraîné une augmentation substantielle des revenus.

Grâce à la forte orientation consommateur de ses exploitations, notre activité **Ringier Digital Ventures** a bien géré le changement sur le marché du capital-risque et a adapté sa stratégie en donnant la priorité à l'augmentation de la rentabilité. Plusieurs entreprises du portefeuille sont devenues leaders sur le marché et ont collaboré avec des marques renommées. Exemple parmi d'autres, la plateforme de jeux *AirConsole* a collaboré avec le groupe BMW pour introduire une expérience de jeu innovante dans la BMW Série 5.

Passons maintenant à une sélection des principaux projets Tech & Data sur lesquels notre unité **Global Technology & Data** a travaillé en 2023.

Nous avons intensifié le déploiement du moteur de distribution de contenu (**CDE**), une plateforme permettant de distribuer le contenu des médias et des places de marché sur les canaux payants, sociaux et notifications push. En outre, notre moteur de recommandation *Star* propose une sélection de contenu pilotée par l'IA et spécifique au canal actuel. Notre dernier produit, *AI Nexus*, génère des résumés et des réécritures pour chaque annonce ou article. *AI Nexus* est une couche d'abstraction API avec une gestion de la demande et du flux de travail visant à permettre une intégration plus facile et plus efficace avec les grands modèles de langage.

En 2023, nous avons également déployé notre authentification unique **Ringier Connect** en Bulgarie, en Roumanie, en Grèce, en Hongrie, au Portugal, en

Serbie et en Slovaquie. De plus, nous avons accéléré notre plateforme de gestion des données first-party *Alloy*. Elle est déjà importante dans la pile technologique de base pour la publicité afin de fournir à notre clientèle dans ce domaine un ciblage plus précis sans dépendre de cookies tiers. Notre plateforme de données *Delphi* a amélioré son cockpit de campagnes afin de prendre en charge celles fonctionnant mal et dont les performances sont faibles.

Nous avons poursuivi notre collaboration avec nos partenaires industriels en Suisse.

La coentreprise **OneLog**, qui exploite une solution suisse de connexion à authentification unique du même nom, s'est vu décerner le label Digital Trust, qui souligne la priorité accordée à la transparence et au traitement sécurisé des données des utilisateurs et utilisatrices. Avec plus de 3 millions de comptes vérifiés dans plus de 50 marques de médias et de places de marché, *OneLog* garantit des pratiques rigoureuses en matière de protection des données.

Le paysage de la publicité numérique est en pleine mutation en raison de l'abandon progressif des cookies tiers et de l'évolution de la réglementation relative à la protection des données. Avec les nouvelles réglementations, les annonceurs ne pourront plus mettre en œuvre une stratégie publicitaire sans recouplement entre les maisons d'édition. Afin de résoudre ce problème, le nouveau service *OneID* sera introduit pour fournir un identifiant publicitaire numérique unifié, permettant un ciblage rationalisé et efficace des utilisateurs et utilisatrices suisses à travers les éditeurs par le biais de plateformes programmatiques. *OneID* vise à offrir aux annonceurs un moyen fiable, transparent et sûr d'atteindre leurs objectifs de marketing.

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

Ringier X est l'une de nos initiatives les plus récentes, mais qui connaît un grand succès. En 2023, près de 200 collaborateurs et collaboratrices ou 55 équipes ont posé leur candidature et 23 équipes ont été admises dans le programme. Ringier X a pour mission de construire aujourd'hui l'entreprise de demain. L'accélérateur de projets innovants à l'échelle du groupe permet aux collaborateurs et collaboratrices d'agir et de penser comme des entrepreneurs et entrepreneuses afin de créer des produits, services ou entreprises répondant aux besoins des utilisateurs et utilisatrices. En encourageant l'innovation en interne, nous sommes en mesure d'incuber des idées conformes aux stratégies de Ringier.

Dans le cadre du programme environnemental,

social et de gouvernance (ESG), nous avons créé le premier rapport ESG de Ringier AG pour l'année 2023. Les facteurs ESG sont depuis longtemps au cœur de nos préoccupations, les initiatives en la matière remontant au début des années 1990. Le rapport donne un aperçu des principales activités liées à l'ESG au sein de Ringier AG et se trouve dans une section distincte du présent rapport annuel.

L'initiative **EqualVoice** a connu une nouvelle année charnière. Elle a attiré l'attention du monde entier lorsque la directrice financière de Ringier AG, Annabella Bassler, s'est exprimée sur le sujet à l'Institut international de la paix à New York. Un autre moment clé a été le *EqualVoice Summit* qui s'est tenu pour la deuxième année consécutive et qui a rassemblé quelque 250 cadres de grandes entreprises internationales pour discuter de la représentation des femmes dans les médias et de l'expressivité des images. Le réseau *EqualVoice United* a poursuivi sa trajectoire ascendante et a continué d'attirer des entreprises de divers secteurs pour défendre la cause essentielle de la parité hommes-femmes. La cerise sur le gâteau a été la publication, en décembre 2023, du livre *The EqualVoice Mindset* (L'état d'esprit d'*EqualVoice*).

Sur le plan technique, l'algorithme sémantique d'*EqualVoice* a étendu son champ d'application à l'analyse vidéo. Cela renforce la capacité du *EqualVoice Factor* à quantifier la visibilité des femmes dans les images, les titres, les textes et les vidéos.

L'école de journalisme Ringier a lancé son programme international, la Global School of Journalism, en Suisse. Le programme a accueilli 12 jeunes journalistes de 6 nations pour une semaine d'exploration du journalisme moderne, incluant des cours sur l'idéation journalistique et l'IA dans le reportage, et s'est engagé avec des leaders de l'industrie à discuter de l'engagement des utilisateurs et utilisatrices, de l'innovation et de l'adaptation numérique. Le programme a permis de cultiver les talents journalistiques et de favoriser la collaboration entre les différentes équipes de Ringier.

A une époque envahie de fake news ainsi que d'images et de vidéos altérées, il est crucial d'adhérer à nos valeurs fondamentales en termes d'excellence, de vérité, d'ouverture, d'indépendance, de responsabilité, d'audience et de respect. En tant qu'entreprise de médias et de technologie, nous avons un devoir sociétal. C'est pourquoi nous avons créé le **Ringier International Editorial Standards and Innovation Board** (Conseil des normes éditoriales et de l'innovation de Ringier International). Cet organe se concentre sur les publications de Ringier de même qu'il évalue et encourage le leadership et l'innovation. L'une de ses premières actions a été de

publier la mission éditoriale de Ringier International, qui impose une norme uniforme à toutes nos marques de médias et à toutes nos équipes éditoriales. Cette déclaration reflète la vision de Ringier, les bonnes pratiques et les normes du secteur.

Enfin, la composition du conseil d'administration (CA) de Ringier AG a également été modifiée. Avec l'élection de Nancy Cruickshank et d'Anna Mossberg, le conseil d'administration élargit encore son expertise numérique et technologique. En outre, Die Mobiliar a nommé Stefan Mäder comme nouveau membre du conseil d'administration de Ringier. Président de notre partenaire Die Mobiliar, il succède à son prédécesseur Urs Berger, qui sera membre indépendant et vice-président du conseil d'administration de Ringier. Urs Berger, lui, succède à Uli Sigg, qui était membre du conseil d'administration de Ringier depuis 1999.

Au début de ce rapport, j'ai indiqué que Ringier avait posé les jalons de l'innovation basée sur l'IA en 2023. J'aimerais maintenant présenter les initiatives clés qui ont été lancées avec succès grâce à ces efforts.

Le comité opérationnel IA a été créé et a pour mission de coordonner les activités liées à l'IA au sein du groupe Ringier. Il assure l'échange interne des connaissances en la matière et fait avancer les initiatives prometteuses dans ce domaine. L'une de ses réalisations les plus importantes a été l'établissement de lignes directrices à l'échelle du groupe en ce qui concerne l'utilisation de l'IA. Pour une entreprise de médias, il était particulièrement important d'adopter une approche consciente des possibilités de l'IA. Grâce à des règles claires en la matière, nous sommes convaincus que nous pouvons créer une interaction responsable entre les humains et les machines afin d'améliorer encore nos produits et nos processus.

Le comité consultatif IA de Ringier a été créé en août 2023 pour renforcer notre expertise dans le domaine de l'IA. Ce conseil est composé de spécialistes internationaux dans le domaine de l'intelligence artificielle. Sa mission est d'élargir la perspective du groupe Ringier sur l'IA générative, ainsi que de soutenir l'échange sur les développements généraux et les tendances autour de celle-ci en tirant parti de leurs vastes réseaux internationaux.

Cette structure opérationnelle d'IA a posé les bases de l'IA chez Ringier. Nous continuons à reconnaître l'impact transformateur de cette dernière sur les médias, les médias sportifs et les marchés numériques. Ringier est donc prêt à intégrer sa technologie dans le tissu même de ses activités. L'IA deviendra un élément indispensable de notre flux de travail, remodelant la façon dont nous créons, distribuons

et monétisons le contenu. Notre engagement proactif dans cette technologie ne consiste pas seulement à suivre le rythme de l'industrie, mais aussi à devenir une référence en matière d'excellence.

Au cours de l'année à venir, d'autres cas d'usage de l'IA seront mis en œuvre dans l'ensemble du groupe Ringier. Nos efforts seront stratégiques, diversifiés et adaptés à chacun de nos piliers et de nos entreprises. Grâce à des initiatives fondées sur les évolutions actuelles en matière d'IA, nous visons à améliorer les expériences des utilisateurs et utilisatrices, à rationaliser les opérations et à saisir de nouvelles opportunités de croissance. Afin de garantir l'alignement stratégique de nos efforts en matière d'IA, le *Playbook IA Ringier* définit les principaux axes de travail

pour chaque pilier, ainsi que six initiatives de soutien à l'échelle du groupe: (1) stratégie, (2) produit, (3) juridique et conformité, (4) portefeuille d'innovation, (5) technologie et (6) personnel.

L'intégration de l'IA dans notre écosystème est plus qu'un investissement dans la technologie, c'est un investissement dans notre avenir, car nous sommes sur le point de redéfinir ce qui est possible dans les médias, les médias sportifs et les places de marché.

Nous allons de l'avant avec la certitude que l'IA générative ne se contentera pas de renforcer les plateformes existantes, mais qu'elle conduira à la conception de nouveaux domaines d'interaction et d'engagement.

L'année en chiffres

Annabella Bassler

En 2023, le Groupe Ringier réalise un EBITDA de CHF 105,5 millions, qui représente une légère croissance par rapport à l'exercice précédent (2022: CHF 104,9 millions). Le chiffre d'affaires est en léger recul et se situe en 2023 à CHF 918,9 millions (2022: CHF 932,6 millions). La marge EBITDA s'améliore à 11,5 % (2022: 11,2 %). Grâce à une transformation numérique réussie, il a été possible d'atteindre, ces dernières années déjà, une croissance significative de la part numérique dans l'EBITDA. Cette tendance se poursuit en 2023 avec une part numérique à l'EBITDA de 83 % (contre 79 % en 2022).

Côté chiffre d'affaires, le groupe bénéficie du renforcement constant des produits numériques et de nouveaux flux de revenus dans les trois segments médias, places de marché et médias sportifs. L'évolution des revenus des marchés de la publicité médias demeure un défi. En 2023, les revenus des imprimeries ont reculé. Afin de consolider la position concurrentielle de nos principaux médias, toutes les participations à la joint-venture Ringier Axel Springer Suisse SA (RASCH) ont été reprises d'Axel Springer en novembre 2023. Dans le cadre de cette transaction, les titres des magazines RASCH, le Groupe Blick, la régie publicitaire Ringier Advertising ainsi que les unités Ringier Mediatech & Services ont été réunis sous l'égide de Ringier Médias Suisse. Par ailleurs, la fermeture de l'activité d'impression de Swissprinters SA a été décidée pour 2024. Ces deux tournants posent les jalons d'une stratégie médias économiquement favorable à long terme pour le Groupe Ringier. Les plateformes de places de marché (emploi, immobilier,

auto, marchés généraux et billetterie) ont contribué en 2023 à l'augmentation des revenus numériques, seuls les chiffres d'affaires de l'e-commerce ayant diminué. Le segment Sports Media est à l'enseigne de la croissance et de l'expansion. Avec le lancement de Sportal.gr en Grèce, la reprise de la célèbre marque sportive A Bola au Portugal et la fondation de la joint-venture Sportnieuws.nl aux Pays-Bas, le portefeuille du Ringier Sports Media Group a été étendu de façon ciblée.

Les coûts opérationnels suivent largement l'évolution du chiffre d'affaires, si bien que la marge EBITDA peut être accrue de 0,2 %. La mise en place de multiples projets d'innovations et d'initiatives IA constitue un axe essentiel du développement des ressources humaines. Depuis 2023, Ringier X est mobilisé en tant qu'accélérateur interne au niveau du groupe. Le programme a pour but d'encourager un état d'esprit de croissance et d'innovation parmi tous les collaborateurs du Groupe Ringier, afin de faire des idées d'aujourd'hui les modèles d'affaires et les flux de revenus de demain.

En 2024, Tech & Data représentera encore le point fort des investissements du Groupe Ringier afin de représenter le mieux possible les attentes des clients par la numérisation de nos modèles d'affaires. Une première mise en pratique très réussie en 2023 entraîne pour 2024 la poursuite résolue du programme d'innovation Ringier, étant entendu que l'accent sera mis sur l'IA et, en particulier dans le segment médias, sur l'IA générative.

Chiffres clés en millions CHF

	<u>2022</u>	<u>2023</u>
Chiffre d'affaires par région		
Suisse	932.6	918.9
Europe (sauf Suisse)	643.3	617.0
Afrique	280.1	293.9
	9.2	8.0
Chiffre d'affaires par nature de produit		
Revenus numériques	523.5	534.5
Produit des ventes	174.8	169.0
Recettes publicitaires	94.7	88.6
Revenus d'impression	71.4	58.2
Recettes des manifestations et autres revenus médias	68.2	68.6
Part numérique en % du chiffre d'affaires	56%	58%
EBITDA	104.9	105.5
EBITDA margin	11.2%	11.5%

Collaborateurs

	<u>2022</u>	<u>2023</u>
Collaborateurs par région		
Suisse	6486	6571
Europe (sauf Suisse)	2358	2376
Afrique	3427	3609
	701	586

Chiffre d'affaires par région

2023 (Reported)

67%

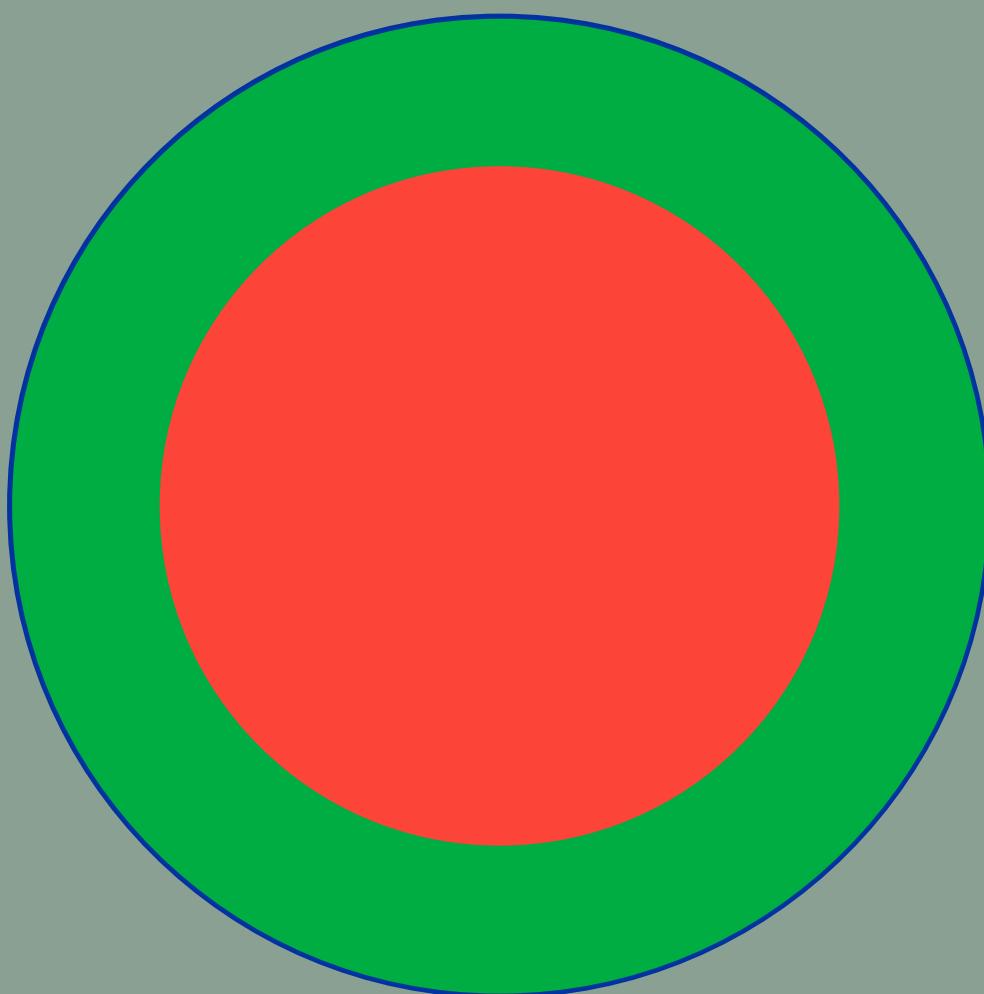
Suisse

32%

Europe
(sauf Suisse)

1%

Afrique



Chiffre d'affaires par nature de produit

2023 (Reported)

58%

Revenus numériques

18%

Produit des ventes

10%

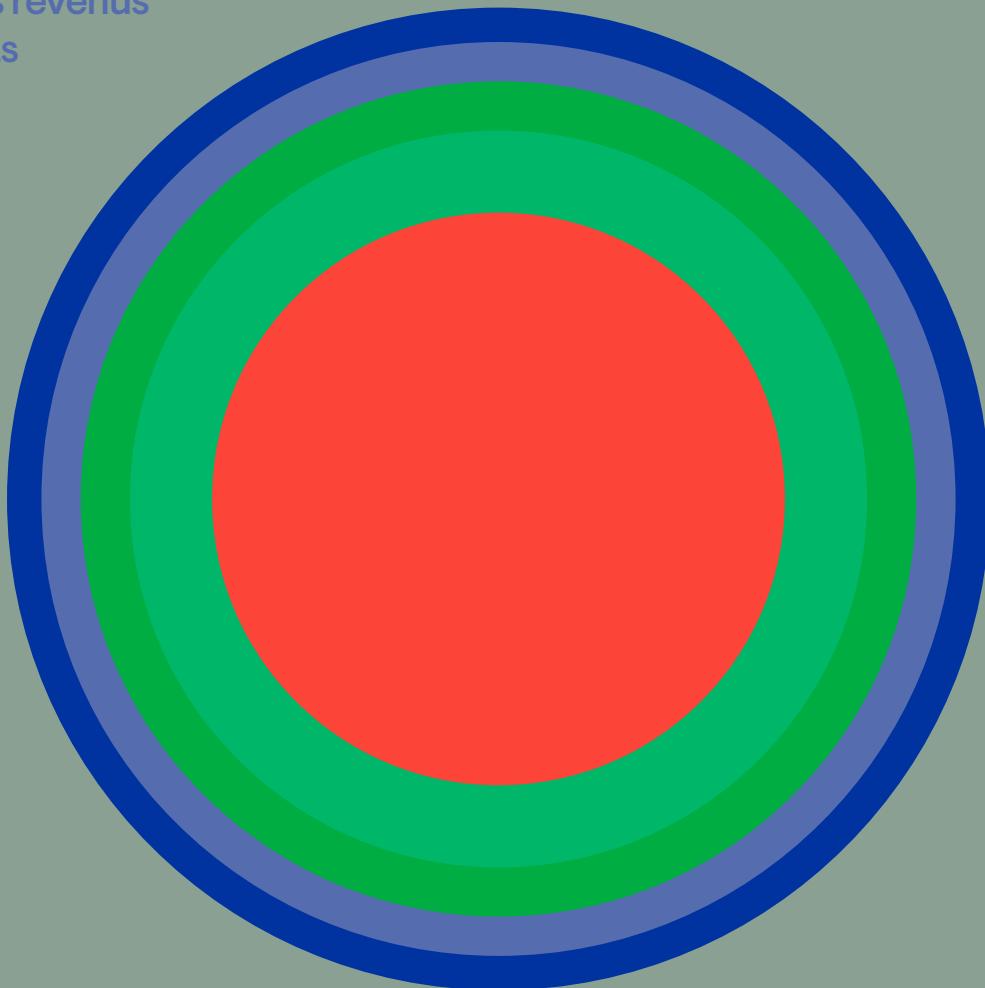
Recettes publicitaires

8%

Recettes des manifestations et autres revenus médias

6%

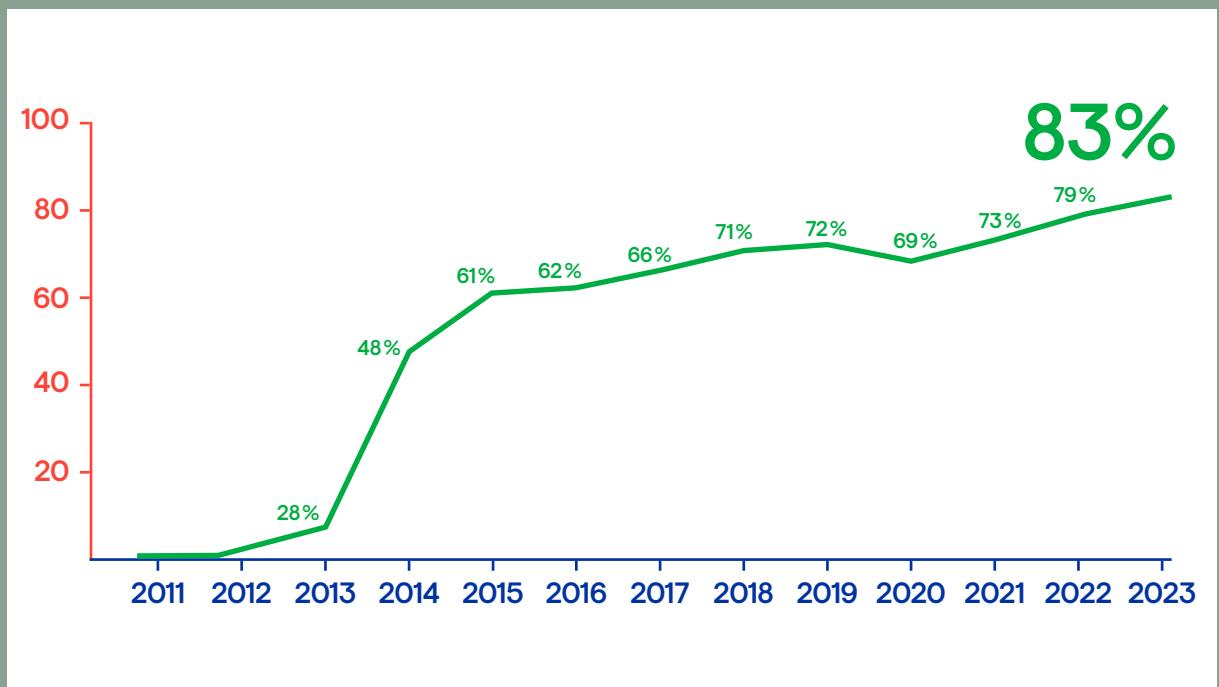
Revenus d'impression



Chiffre d'affaires Groupe Ringier en millions CHF

	<u>2022</u>	<u>2023</u>
Suisse	643.3	617.0
Revenus numériques	321.2	310.8
Produit des ventes	142.3	135.5
Recettes publicitaires	77.2	72.5
Revenus d'impression	63.7	57.7
Recettes des manifestations et autres revenus médias	38.9	40.5
Europe (sauf Suisse)	280.1	293.9
Revenus numériques	194.5	217.0
Produit des ventes	32.5	33.5
Recettes publicitaires	17.4	16.1
Revenus d'impression	7.7	0.5
Recettes des manifestations et autres revenus médias	28.0	26.8
Afrique	9.2	8.0
Revenus numériques	9.2	8.0

Part du numérique à l'EBITDA en %



Epilogue – Le métier primordial

Frank A. Meyer, publiciste

Est-ce la mission des journalistes d'être utiles? Et même d'utilité publique comme le considèrent beaucoup de journalistes allemands qui érigent ainsi leur métier en vocation? Derrière cette quête de sens des artisans du mot se dissimule la peur de l'infinie immensité d'Internet qui donne la parole à n'importe quel utilisateur. Hier encore les scribes professionnels des salles de rédaction classiques se battaient pour les faveurs des lecteurs: aujourd'hui ils tapotent des textes pensés comme pièges à clics dans des news-rooms entièrement connectées.

Rien d'étonnant à ce que l'image de la profession dérape.

Provoquée par un parti populiste en Allemagne, la recherche de sens journalistique emprunte des chemins singuliers: d'influentes maisons d'édition s'allient avec des entreprises pour lancer une campagne promotionnelle à l'enseigne «Zusammenland». Cette initiative aux relents pathétiques est censée mettre un frein au populisme de l'extrême droite.

Deutschland «Zusammenland»: ce compagnonnage entre «Die Zeit», la «Süddeutsche Zeitung», le «Handelsblatt» et d'autres organes de presse émérites alliés à des acteurs activistes de l'économie contribuera-t-il effectivement au bien du pays? Est-ce la nouvelle version du journalisme utile, d'utilité publique, la réponse à la quête de sens et de but du métier primordial de la démocratie?

«Métier primordial» est a priori une notion déconcertante. Mais la démocratie existerait-elle sans le journalisme?

L'émancipation de la démocratie classique en une société ouverte d'expérimentation et d'erreur a aussi entraîné l'émancipation du démocratique métier primordial: du journaliste imprégné d'idéologie partisane au conteur de pensées et d'événements indépendant, entièrement voué à son habile maîtrise à traiter les faits, de la politique au divertissement en passant par l'économie, la culture et le sport.

Les journalistes dessinent les images du quotidien. Que signifie «dessiner»? À l'instar d'un sculpteur, ils représentent une réalité tridimensionnelle: en décrivant le passé et l'origine de l'événement, en expliquant ses liens avec d'autres thématiques, enfin en soulignant la signification sociétale qu'il convient d'attribuer au thème traité.

Sous les yeux du lecteur, de l'auditeur, du spectateur une sculpture prend forme: un événement médiatique qu'il peut saisir – et comprendre.

Comprendre: la signification première du métier primordial.

Mais en qualité de quoi le journaliste accomplit-il cet artisanat insolite? En qualité d'artiste? ou même de magicien?

Non: en qualité de citoyen.

Car il ne peut pas être plus que ce qui constitue une société libérale, ce qui en est la substance: le citoyen, la citoyenne.

La figure primordiale de la démocratie.

Ce rôle à la fois grandiose et modeste détermine l'action de l'artisan-journaliste: sa curiosité, son besoin d'observer, son acuité mentale, son talent oratoire – sa personnalité professionnelle.

Il n'a nul besoin de s'aligner sur d'aimables campagnes politiques; il ne doit pas être d'utilité publique; il doit se tenir à l'écart de tout «Zusammenland» et de ses activistes.

Il rend visible et concevable ce qui est, sachant bien que sa vision des choses n'est que la sienne, et donc seulement une parmi d'autres, exposée aux objections de ses confrères et confrères, des citoyennes et des citoyens. Il est curieux de ces objections, il s'en réjouit parce que le débat démocratique est son oxygène.

La description appropriée pour un tel journaliste passionné serait anarchiste bourgeois. Parce que le refus de toute profession de foi politico-idéologique ou moralo-religieuse est chevillée à sa perception de soi. La localisation idéale pour le métier primordial de la démocratie est la périphérie: le journaliste observe ce qui se passe depuis la marge, il est impliqué par son attention aiguë.

C'est ainsi que l'artisan journaliste devient l'informateur de la communauté citoyenne, un élément indispensable de cette communauté. Il n'est pas du tout érigé en «quatrième pouvoir» comme aiment à se voir et à s'idéaliser nombre de puissants des médias. Les trois pouvoirs de l'Etat se contrôlent l'un l'autre. Le journaliste n'appartient pas à cet édifice constitutionnel. Il appartient au citoyen.

Il est le citoyen.

Il est ainsi au service de la démocratie, de cet atelier de la liberté que, par son travail, il protège des contestations et de la relativisation.

Mais qui limite le pouvoir des citoyens journalistes? Ils se contrôlent entre eux par des répliques et la diversité de leurs opinions, par l'immixtion des citoyennes et des citoyens, par le pêle-mêle démocratique d'une société ouverte.

La démocratie n'a pas besoin de journalistes qui se proclament utiles et d'utilité publique. L'utilité du métier primordial de la démocratie résulte du fait qu'il dit ce qui est et comment, pourquoi quelque chose est, ce qui se passe. Toujours de son point de vue à lui.

Les journalistes sont les anarchistes de l'ordre démocratique.

Ringier Portfolio

Europe

SWITZERLAND

MEDIA

RINGIER MEDIEN SCHWEIZ

(The former Ringier Axel Springer Schweiz AG media titles and Blick Group are managed under the umbrella of Ringier Medien Schweiz)

Blick / Blick.ch	Daily Newspaper (Print & Digital)
Blick TV	Digital TV
Sonntagsblick	Sunday Newspaper (Print & Digital)
izzy projects	Social Media Format
Beobachter	Consumer Magazine (Print & Digital)
Bilanz	Business Magazine (Print & Digital)
Bolero	Lifestyle Magazine (Print)
Bonanza	Lifestyle Magazine (Print)
Caminada	Lifestyle Magazine (Print)
cash.ch	Digital Financial News platform
CôtéNature	Nature, Gardening & Lifestyle Magazine (Print)
GaultMillau / gaultmillau.ch	Food Magazine (Print & Digital)
getyourlawyer.ch	Digital Legal Service platform Sold in April 2023
Glückspost	Glossy Magazine (Print)
Glückspost Super Rätsel	Riddle Magazine (Print)
GRYPS	Digital SME platform
Handelszeitung	Business Magazine (Print & Digital)
Interview by Ringier	Lifestyle Magazine (Print)
LandLiebe	Nature, Gardening & Lifestyle Magazine (Print)
L'illustre	Glossy Magazine (Print)
PME	Business Magazine (Print & Digital)
Schweizer Illustrierte	Glossy Magazine (Print & Digital)
TELE TV	TV Magazine (Print)
TV8	TV Magazine (Print) Integrated into L'illustre, April 2023
TV-Star	TV Magazine (Print)
TVvier	TV Magazine (Print)
TV Land & Lüt	TV Magazine (Print)

BOOK PUBLISHER

Beobachter Edition	Book Publisher
--------------------	----------------

ENTERTAINMENT

ENERGY GRUPPE SCHWEIZ

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

SPORTS MEDIA

RINGIER SPORTS MEDIA GROUP (RSMG)

A Bola / Abola.pt	Sports Media (Print & Digital)
AutoFoco	Sports Media platform Closed in 2023
autofoco.pt	Sports Media platform Closed in 2023
gsp.ro Sports Media	Sports Media platform
sportal.bg	Sports Media platform
sportal.hu	Sports Media platform
sportal.rs	Sports Media platform
sport.sk	Sports Media platform
sportal.gr	Sports Media platform
sportsnieuws.nl	Sports Media platform JV mit DPG Media Group
sportal365.com	(Digital Ventures OOD) Sports Media Technology
LiveScore Group	Sports Media / Technology Company Strategic partnership

MARKETPLACES

JOBCLOUD

alpha.ch	Jobs
FinanceJobs.ch	Jobs
ICTcareer.ch	Jobs
INGJobs.ch	Jobs
jobs.ch	Jobs
jobs4sales.ch	Jobs
jobscout24.ch	Jobs
jobsuchmaschine.ch	Jobs

jobup.ch	Jobs	Insenio GmbH	Venturing
jobwinner.ch	Jobs	Skoove	Venturing
karriere.at	Jobs	AirConsole	Venturing
medtalents.ch	Jobs	yamo	Venturing
Topjobs.ch	Jobs	The Creative Club	Venturing
SMG SWISS MARKETPLACE GROUP			
acheter-louer.ch	Real Estate	Regimen	Venturing
anibis.ch	Horizontal	Chairish	Venturing
autoScout24	Cars	Carvolution	Venturing
casasoft.ch	Real Estate	Recommerce AG	Venturing
carforyou.ch	Cars	About You	Venturing
FinanceScout24	Financing	Wine & Gourmet Digital	Venturing
home.ch	Real Estate	OTHERS	
homegate.ch	Real Estate	Admeira	Advertising
iazicifi.ch	Real Estate	Ringier Advertising	Advertising
icasa.ch	Real Estate	Swissprinters	Printing house
ImmoScout24	Real Estate	SMD Schweizer Mediendatenbank	Media Database
MotoScout24	Cars	Hans Ringier Stiftung	Foundation
ImmoStreet.ch	Real Estate	BULGARIA	
logiciel.publimmo.ch	Real Estate	MEDIA	
ricardo.ch	Horizontal	SPORTAL MEDIA GROUP	
tutti.ch	Horizontal	Profit.bg	Digital Finance News platform
E-COMMERCE		Woman.bg	Digital Lifestyle platform
DeinDeal.ch	E-Commerce	Hotnews.bg	Digital Lifestyle platform
Mystore.ch	E-Commerce	Novini.bg	Digital News platform
TICKETING		Winner.bg	Sports News platform
Ticketcorner.ch	Ticketing	SPORTS MEDIA	
TECHNOLOGY		RINGIER SPORTS MEDIA GROUP	
Delphi	Technology	sportal365.com	(Digital Ventures OOD) Sports Media Technology
STAR	Technology	sportal.bg	Sports Media
Ringier Connect+	SSO, ID, Gamification	ESTONIA	
EqualVoice Factor	Technology	MARKETPLACES	
Homsters	Technology / New Depth	cvkeskus.ee	Jobs
Lalafo	Technology / New Depth	HUNGARY	
OneLog	Technology	MEDIA	
INVESTMENTS		RINGIER HUNGARY	
RINGIER AG		Auto Bild	Car Magazine (Print)
BotLabs	Investment	Auto Bild Extra	Car Magazine (Print)
EdgeStratey	Investment	Bookazine	Science Magazine (Print)
Virtusan	Investment	Bookazine Plus	Science Magazine (Print)
RINGIER DIGITAL VENTURES		Blikk Extra Receptek	Gastro magazine (Print)
Archilyse AG	Venturing	Blikk Nök	Women weekly (Print)
Blok Enterprises OY	Venturing	Blikk Nök Extra	Lifestyle Magazine (Print)
CheckYeti GmbH	Venturing	Blikk Nök Konyha	Gastro magazine (Print)

Moneteasy	Digital Acquisition platform
Skapiec	Digital Price Comparison platform
Opineo	Digital Rating platform
Sympatia	Digital Dating platform
Jakdojade	Digital Trip Planner platform
Ofeminin	Digital Lifestyle platform
Game Planet	Digital Game platform
Literia.pl	Digital Bookstore platform
VOD.pl	Streaming platform Until February 2023

Intamplari adevarate	Lifestyle Magazine (Print) Closed - Dec 2022
Povesti de viata	Lifestyle Magazine (Print) Closed - Dec 2022
VIVA!	Lifestyle Magazine (Print)
avantaje.ro	Digital Lifestyle platform
elle.ro	Digital Lifestyle platform
libertateapentrufemei.ro	Digital Lifestyle platform
unica.ro	Digital Lifestyle platform
viva.ro	Digital Lifestyle platform
Libertatea Weekend	Supplement (Print)
TVmania	TV Magazine (Print)
Tvmania.ro	TV Magazine (Print)
TVsatelit	TV Magazine (Print)

MARKETPLACES

GRUPA RINGIER AXEL SPRINGER POLSKA AG	
LaModa.pl	E-Commerce
literia.pl	E-Commerce
Lendi.pl	Finance
gratka.pl	Horizontal
nofluffjobs.com	Jobs
Morizon.pl	Real Estate
domy.pl	Real Estate
nportal.pl	Real Estate
oferty.net	Real Estate
komercyjne.pl	Real Estate
bezposrednie.com	Real Estate
noweinwestycje.pl	Real Estate
jakdojade.pl	Ticketing
opineo.pl	E-Commerce
skapiec.pl	E-Commerce

TECHNOLOGY

GRUPA RINGIER AXEL SPRINGER POLSKA AG	
Ring Publishing	Technology

PORTUGAL

SPORTS MEDIA	
RINGIER SPORTS MEDIA GROUP	
A Bola / Abola.pt	Sports Media (Print & Digital)

ROMANIA

MEDIA	
RINGIER ROMANIA	
Libertatea / libertatea.ro	Daily Newspaper (Print & Digital)
Avantaje	Lifestyle Magazine (Print)
ELLE	Lifestyle Magazine (Print)
ELLE Decoration	Lifestyle Magazine (Print), Licence full owned by Ringier Romania
Libertatea pentru femei	Lifestyle Magazine (Print) Closed - Dec 2022
Povestea mea	Lifestyle Magazine (Print) Closed - Dec 2022

SPORTS MEDIA

RINGIER SPORTS MEDIA GROUP	
gsp.ro	Sports Media platform
Gazeta Sporturilor	Sports Magazine (Print) Closed - Oct 2023

MARKETPLACES

RINGIER ROMANIA	
ejobs.ro	Jobs
Jobadar24.ro	Jobs
imobiliare.ro	Real Estate
Imoradar24.ro	Real Estate

SERBIA

MEDIA	
RINGIER SERBIA	
Blic / Blic.rs	Daily Newspaper (Print & Digital)
Blic TV	TV
Ana.rs	Digital Women Forum
Blic zena	Women Magazin (Print & Digital)
Zena.rs	Digital Lifestyle platform
Pulsonline.rs	Digital Show Business platform
Srpskainfo.com	Digital Food platform
Bosnainfo.ba	Digital News platform
Superrecepti.rs	Digital Food platform
NIN / NIN.rs	Political Magazine (Print & Digital) sold in Aug. 2023

SPORTS MEDIA

RINGIER SPORTS MEDIA GROUP	
sportal.rs	Sports Media platform

MARKETPLACES

RINGIER SERBIA	
Mojauto.rs	Cars
Nekretnine.rs	Real Estate

SLOVAKIA

MEDIA

RINGIER SLOVAKIA

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

MARKETPLACES

RINGIER SLOVAKIA

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

Africa

MEDIA

africa.businessinsider.com	Digital Business platform under licence of Pulse
----------------------------	--

CÔTE D'IVOIRE

MEDIA

pulse.ci	Digital News platform
----------	-----------------------

GHANA

MEDIA

pulse.com.gh	Digital News platform
--------------	-----------------------

MARKETPLACES

THE AFRICAN TALENT COMPANY (TATC)

Jobberman.com.gh	Jobs
------------------	------

KENYA

MEDIA

pulselive.co.ke	Digital News platform
-----------------	-----------------------

MARKETPLACES

THE AFRICAN TALENT COMPANY (TATC)

Brightermonday.co.ke	Jobs
----------------------	------

Buyrentkenya.co.ke	Real Estate
--------------------	-------------

Pigiamco.co.ke	Horizontal
----------------	------------

NIGERIA

MEDIA

pulse.ng	Digital News platform
----------	-----------------------

MARKETPLACES

THE AFRICAN TALENT COMPANY (TATC)

Jobberman.com	Jobs
---------------	------

SENEGAL

MEDIA

pulse.sn	Digital News platform
----------	-----------------------

MARKETPLACES

Expat-dakar.com	Horizontal
-----------------	------------

UGANDA

MEDIA

pulse.ug	Digital News platform
----------	-----------------------

MARKETPLACES

THE AFRICAN TALENT COMPANY (TATC)

Brightermonday.co.ug	Jobs
----------------------	------

ETHIOPIA

MARKETPLACES

RINGIER ONE AFRICA MEDIA (ROAM)

Qefira.com	Horizontal
closed May 2023	

SOUTH AFRICA

TECHNOLOGY

Cube	Technology
------	------------

Hexagon	Technology
---------	------------

Content Distribution Engine	Technology
-----------------------------	------------

Participations Importantes

État au 31.12.2023

Sociétés	Participations	Sociétés	Participations
SUISSE			
Ringier AG, Zofingen	100.0%	Ringier Hungary Kft., Budapest	100.0%
Ringier Magazine AG, Zurich	100.0%	Blikk Kft., Budapest	100.0%
GRYPS AG, Rapperswil-Jona	100.0%	Profession.hu Kft., Budapest	100.0%
Admeira AG, Bern	100.0%	Ringier Sports Media Hungary Kft., Budapest	100.0%
Swissprinters AG, Zofingen	70.0%		
Ringier Sports Media Group AG, Zofingen	100.0%		
Pulse Africa Holding AG, Zofingen	100.0%		
Energy Schweiz Holding AG, Zurich	65.0%		
Ringier Sports AG, Zurich	100.0%		
Ticketcorner AG, Rümlang	50.0%		
SMG Swiss Marketplace Group AG, Zurich	29.3%		
JobCloud AG, Zurich	50.0%		
DeinDeal AG, Zurich	90.0%		
Ringier Digital Ventures AG, Zurich	73.1%		
ROUMANIE			
Ringier Romania SRL, Bucarest	100.0%	CV Keskus OÜ, Tallinn	100.0%
Ejobs Group SRL, Bucarest	100.0%		
Realmedia Network S.A., Timișoara	100.0%		
Ciberi Info. Systems SRL, Bucarest	100.0%		
Realmedia Credit SRL, Bucarest	100.0%		
Ringier Sportal SRL, Bucarest	51.0%		
BULGARIE			
Sportal.bg JSC, Sofia	51.0%	Ringier Sports Media IKE, Athènes	100.0%
Digital Ventures OOD, Sofia	66.0%		
SLOVAQUIE			
Ringier Slovakia Media s.r.o., Bratislava	87.0%	Sociedade Vicra Desportiva S.A., Lisbonne	100.0%
SPORT.SK s.r.o., Silein	87.0%	Vicra Comunicações Lda, Lisbonne	100.0%
Ringier Slovakia Communities s.r.o., Bratislava	87.0%		
United Classifieds s.r.o., Silein	52.2%		
SERBIE			
Ringier Serbia d.o.o, Belgrade	100.0%	Ringier Ghana Ltd., Accra	100.0%
New Digital d.o.o., Belgrade	100.0%	Ringier Kenya Ltd., Nairobi	100.0%
Ringier Sports Media d.o.o., Belgrade	100.0%	Ringier Media Nigeria Ltd., Lagos	100.0%
		Ringier Digital Marketing SA, Dakar	100.0%
		Marketplace Group Africa Ltd., Mauritius	96.6%
		Ringier One Africa Media (Pty) Ltd., Cape Town	100.0%

Organisation

Conseil d'administration

Michael Ringier,
Président du conseil d'administration

Urs Berger,
Vice-président du conseil d'administration

Roman Bargezi,
Membre du conseil d'administration

Claudio Cisullo,
Membre du conseil d'administration

Nancy Cruickshank,
Membre du conseil d'administration

Lukas Gähwiler,
Membre du conseil d'administration

Dr. Stefan Mäder,
Membre du conseil d'administration

Anna Mossberg,
Membre du conseil d'administration

Felix Oberholzer-Gee,
Membre du conseil d'administration

Michèle Rodoni,
Membre du conseil d'administration

Direction

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

Dr. Annabella Bassler,
Chief Financial Officer, Ringier SA

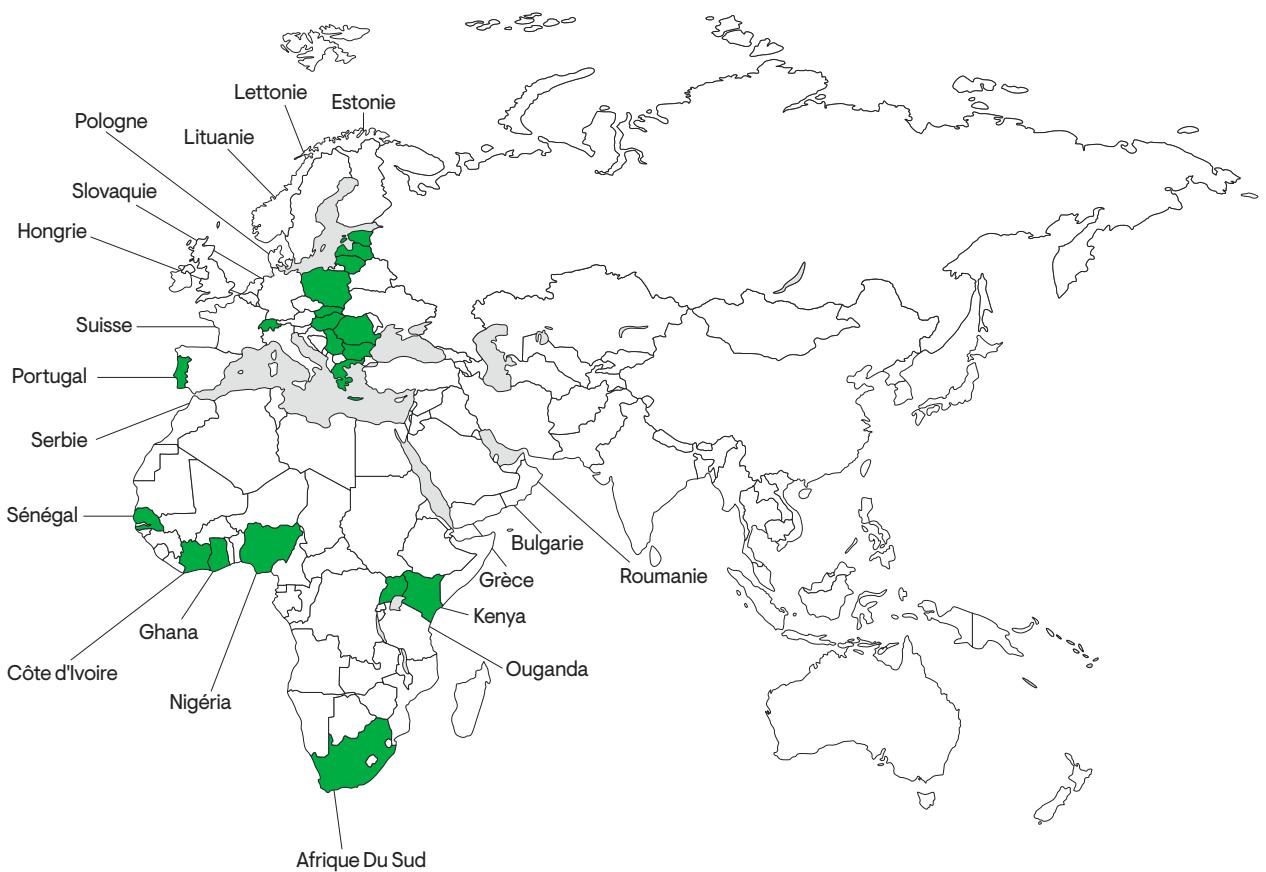
Ladina Heimgartner,
Head Media Ringier SA et
CEO Ringier Médias Suisse

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

Axel Konjack,
Head Global Marketplaces Ringier SA

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

Sites Ringier



ESG

Rapport ESG de Ringier SA

Préambule

Chez Ringier, nous croyons que la conduite des affaires ne se limite pas aux réussites et à la croissance, mais doit également avoir des répercussions positives sur notre environnement. C'est pourquoi les critères environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG) sont depuis longtemps au cœur de nos préoccupations, avec des initiatives en la matière remontant au début des années 1990.

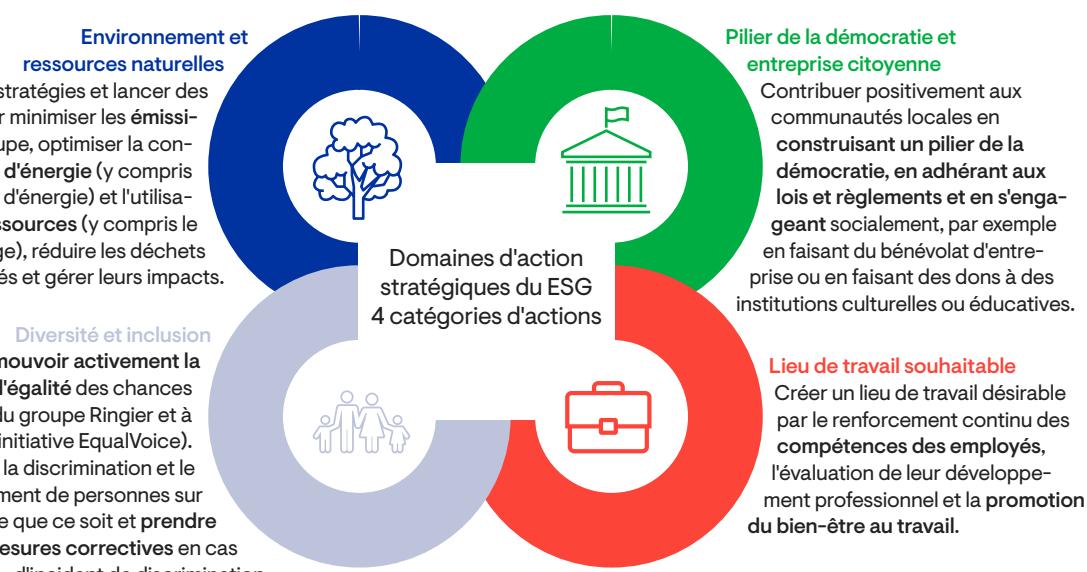
En 2022, Ringier SA a élaboré un concept ESG à l'échelle du groupe. Depuis le début de l'année 2023, ce concept est en cours de mise en œuvre. Afin de souligner l'importance de ces critères, le conseil d'administration de Ringier SA a nommé la commission ESG, qui comprend des membres du conseil d'administration, dans le but de superviser et de diriger les efforts de Ringier en matière d'ESG. Sur le plan opérationnel, Ringier a formé le comité ESG, un comité transversal, chargé de coordonner et de mettre en œuvre les projets et les processus liés à l'ESG au sein du groupe. Les ambassadeurs et ambassadrices ESG au sein de chaque société du groupe contribuent à coordonner les initiatives locales au sein de la communauté que forme le groupe Ringier.

Evaluation de la pertinence

En 2022, le comité ESG a mené une évaluation de la pertinence afin d'identifier les sujets en matière de durabilité ayant les répercussions les plus importantes sur les opérations et les différentes parties prenantes du groupe Ringier ainsi que sur l'environnement de manière générale. A l'aide des normes thématiques du Global Reporting Initiative (GRI), nous avons consulté les parties prenantes internes et externes sur les sujets ESG les plus pertinents pour Ringier. Pour compléter cette enquête, nous avons réalisé une analyse d'entreprises similaires appartenant au même secteur ainsi que des meilleures pratiques. Cette évaluation de la pertinence a abouti à nos quatre priorités en matière d'ESG.

Portée

La portée du rapport ESG 2023 est limitée à Ringier SA. Il est prévu de l'étendre progressivement au cours des prochaines années pour inclure les sociétés de notre groupe. Le rapport ESG est organisé en fonction des priorités en matière d'ESG de Ringier et présentées dans la section précédente.



Les priorités en matière d'ESG de Ringier

Environnement et ressources naturelles

Réduction des émissions

Afin de calculer son empreinte carbone pour l'année 2023, Ringier SA s'est associée à la fondation suisse *myclimate*. Les résultats de cette évaluation sont attendus pour 2024 et fourniront des informations cruciales sur nos émissions de CO₂. Ils nous aideront également à élaborer des stratégies pour réduire davantage notre empreinte carbone à l'avenir.

Ringier SA a déjà mis en place différentes initiatives pour réduire ses émissions de gaz à effet de serre. Par exemple, dans le domaine de la mobilité, Ringier SA encourage l'utilisation des transports publics en subventionnant le BonusPass de ZVV et en favorisant l'utilisation de véhicules électriques grâce à l'installation de bornes de recharge à la Pressehaus.

Sources d'énergie et réduction de la consommation

Ringier SA met l'accent sur la réduction de sa consommation d'énergie grâce à des initiatives clés. Celles-ci incluent l'approvisionnement durable en énergie hydroélectrique européenne, la collaboration avec des spécialistes en énergie de l'Agence de l'énergie pour l'économie (AEnEC) afin d'identifier les possibilités d'économie d'énergie, telles que le passage à un éclairage LED et le remplacement des chauffages et des équipements sanitaires moins efficaces. Enfin, l'entreprise utilise l'eau du lac de Zurich pour chauffer et rafraîchir le bâtiment de la *Pressehaus*. De plus, Ringier SA a installé des systèmes de ventilation et de chauffage adaptatifs pour optimiser encore la consommation d'énergie.

Ressources et déchets

Ringier SA a migré ses opérations de communication du papier vers le numérique. L'impression des quelques produits restants est réalisée au *Tamedia Print Center* à Zurich, chez *DZB Druckzentrum Bern AG* et chez *Swissprinters AG*. Le partenariat entre Ringier SA et *Perlen Papier AG*, une papeterie suisse, joue un rôle clé dans les pratiques durables du groupe. En effet, *Perlen Papier AG* a non seulement pris des mesures importantes afin de réduire ses émissions de CO₂, mais elle s'est également engagée à produire du papier de manière durable. A l'échelle de l'entreprise, Ringier SA a mis en place une *Politique zéro papier* pour les processus financiers et de recrutement, réduisant ainsi significativement la consommation de papier sans sacrifier son efficacité grâce à des solutions numériques performantes et respectueuses de l'environnement.

En ce qui concerne la gestion des déchets, Ringier SA a lancé plusieurs initiatives. Dans notre restaurant d'entreprise, nous luttons contre le gaspillage alimentaire en proposant des plats à emporter à prix

réduit après les heures de pointe et en recourant aux contenants réutilisables de *reCIRCLE*. Les efforts en matière de tri des déchets permettent un recyclage efficace, notamment la collecte et le traitement du marc de café pour le transformer en engrais.

Pilier de la démocratie et entreprise citoyenne

Travail rédactionnel

En tant qu'entreprise de médias indépendante, Ringier SA est attachée aux valeurs de démocratie, de dignité humaine et de liberté d'expression. Notre rédaction fonctionne en toute indépendance afin de servir l'intérêt public en fournissant des contenus équilibrés, non biaisés et de qualité. Les valeurs de la rédaction de Ringier sont inscrites dans le *Code de conduite*¹ du groupe ainsi que dans notre *Editorial Mission Statement*², régissant le travail de nos rédacteurs et rédactrices ainsi que de nos journalistes.

Communautés locales

Ringier SA cherche à avoir un effet bénéfique et durable sur les communautés locales par le biais d'initiatives et d'engagements, tels que le *Programme de bénévolat d'entreprise* qui permet aux collaborateurs et collaboratrices de Ringier SA de consacrer jusqu'à cinq journées par an à des causes caritatives. En parallèle, Ringier SA a créé la *Fondation Hans Ringier* et l'*Ecole de journalisme Ringier*. D'autres engagements incluent la *Fondation Dariu*, qui dispense une éducation et enseigne des compétences numériques aux enfants défavorisés au Vietnam, au Myanmar, en Malaisie et au Bhoutan, ainsi que la *Fondation SOS Beobachter* qui soutient les personnes touchées par la pauvreté en Suisse. Enfin, nous apportons des contributions à diverses organisations locales. Ces actions s'inscrivent pleinement dans notre engagement à promouvoir la croissance et la durabilité dans les régions où notre groupe est présent.

Protection des données et cybersécurité

Nous attachons une importance primordiale à la Data Protection & Cybersecurity³, en disposant de départements dédiés au sein de nos entreprises. Ces derniers sont coordonnés et dirigés par les centres d'excellence respectifs au niveau du groupe.

Travail des enfants et minerais et métaux provenant de zones de conflit

Conformément à l'*Ordonnance sur les devoirs de diligence et de transparence en matière de minerais et de métaux provenant de zones de conflit et en matière de travail des enfants* (ODiT_r), Ringier SA a effectué en 2023 une analyse de sa chaîne logistique à l'échelle du groupe concernant le travail des

¹ Code de conduite de Ringier: <https://www.ringier.com/about-us/code-of-conduct/>

² Editorial Mission Statement: <https://www.ringier.com/de/ringier-internationales-editorial-mission-statement-und-internationales-editorial-und-innovation-board/>

³ Confidentialité des données chez Ringier: <https://www.ringier.com/data-privacy/>

enfants et les quantités annuelles de minerais et de métaux importés et traités provenant de zones de conflit et de zones à haut risque.

A la suite de cette analyse, Ringier SA et les sociétés du groupe sont d'une manière générale exemptes de toute obligation de diligence et de communication prévue par l'ODiTr. En effet, il n'existe aucun motif raisonnable de soupçonner un quelconque recours au travail des enfants. De plus, les quantités annuelles de minerais et de métaux importés et traités ne dépassent pas les limites spécifiées à l'annexe 1 de l'ODiTr. Cependant, des mesures particulières de diligence ont été mises en œuvre de manière proactive en matière du travail des enfants pour DeinDeal SA.

Diversité et inclusion

Nous prônons l'égalité des chances et favorisons un environnement de travail qui reconnaît la valeur et la dignité de chacun et chacune. Nous rejetons fermement toute forme de discrimination ou d'exclusion, un principe également ancré dans le *Code de conduite*⁴ du groupe. La diversité et l'inclusion sont des valeurs fondamentales et des facteurs clés de réussite chez Ringier SA. C'est pourquoi nous avons instauré en 2020 un comité pour la diversité et l'inclusion (D&I Board)⁴. Ce comité se concentre sur la création d'un environnement de travail où chaque personne est traitée équitablement et peut développer et exprimer pleinement ses talents. Le comité pour la diversité et l'inclusion supervise également plusieurs initiatives, telles que la semaine LGBTQIA+, des ateliers parents et familles, des ateliers sur la retraite, etc. Il est en outre responsable des certifications (p. ex. Fair-On-Pay+, EDGE, Advanced, etc.).

Ringier SA s'efforce activement de garantir une composition diversifiée de ses organes de direction et de ses équipes. Tout en reconnaissant les avancées réalisées en ce sens, les initiatives en cours visent à renforcer davantage la participation des femmes à tous les niveaux de décisions.

	BoD ⁵		GEB ⁶		GEB ⁷	
Femmes	3	30%	2	33%	5	50%
Hommes	7	70%	4	67%	5	50%
Total	10	100%	6	100%	10	100%

Représentation des genres au sein des organes de direction de Ringier SA au 31.12.2023

EqualVoice

En tant que société de médias et de technologie de premier plan, Ringier SA s'engage pleinement à promouvoir une représentation équitable des genres dans les médias à travers l'initiative EqualVoice⁸. Lan-

cée en 2019 par Ringier SA, EqualVoice a établi une norme de diversité dans le secteur des médias. Cette initiative utilise l'intelligence artificielle pour évaluer et mettre en avant la représentation des genres dans les articles de 32 marques de médias réparties dans sept pays, touchant ainsi 50 millions de personnes.

Au cœur de cette initiative se trouve le facteur EqualVoice, un algorithme sémantique qui évalue la représentation des genres dans les images, les textes et les vidéos des publications participantes. Ringier SA communique régulièrement les scores du facteur EqualVoice de ses marques de médias. Les paragraphes suivants illustrent le score EqualVoice Teaser des titres en version numérique et imprimée de Ringier, reflétant la visibilité des femmes dans les images, les gros titres et les titres.

En ligne, les scores EqualVoice Teaser ont connu des évolutions variables. Celui de l'édition numérique du *Handelszeitung* a augmenté de 3,5%, tandis que celui de *Blick.ch* a gagné 1,7% en Suisse germanophone. Le score de l'édition numérique en allemand du *GaultMillau* a connu la plus forte baisse à -5,1%, suivie de *cash.ch* à -3,3%. Les éditions numériques de *Beobachter*, *Schweizer Illustrierte*, *L'illustre* et *LandLiebe* ont atteint des scores EqualVoice Teaser presque équilibrés.

Côté papier, le score EqualVoice Teaser est en hausse pour l'ensemble des publications mesurées. *Glückspost* a enregistré la plus forte croissance, avec une hausse de 17,1%. *Beobachter* a gagné 10%, atteignant 38%, tandis que *Bilanz* a augmenté de 9,4% pour frôler les 30%.

Le facteur EqualVoice agit comme un indicateur clé de la diversité, allant au-delà du secteur des médias afin de promouvoir une visibilité équilibrée des genres dans la communication de différents secteurs. En plus de l'analyse des contenus, EqualVoice aborde l'écart de visibilité entre les genres dans les médias grâce à des ateliers éditoriaux. EqualVoice fournit également une liste d'experts pour les journalistes au sein de Ringier SA et élabore des stratégies et des projets en collaboration avec des spécialistes et des équipes éditoriales.

Ringier SA partage les enseignements tirés d'EqualVoice avec l'ensemble du secteur via EqualVoice United, un réseau composé de 18 entreprises représentant différents secteurs en Suisse. Ce réseau favorise la mise en commun et l'échange d'expériences et de connaissances entre des entreprises de pre-

⁴ Communiqué de presse Comité pour la diversité et l'inclusion

⁵ Conseil d'administration

⁶ Group Executive Board

⁷ Extended Group Executive Board

⁸ Site internet EqualVoice: <https://www.equalvoice.ch/>

mier plan, leur offrant ainsi la possibilité de promouvoir ensemble l'égalité des genres et d'améliorer leur attractivité en tant qu'employeurs au sein de l'économie suisse. De plus, *EqualVoice* collabore régulièrement avec des instituts de formation et des entreprises pour rédiger des livres blancs sur des sujets connexes. En décembre 2023 est paru l'*EqualVoice Mindset*. Il détaille les étapes cruciales pour combler le fossé de visibilité entre les genres et offre des outils pratiques pour favoriser la diversité dans les initiatives éditoriales au quotidien.

Environnement de travail attractif

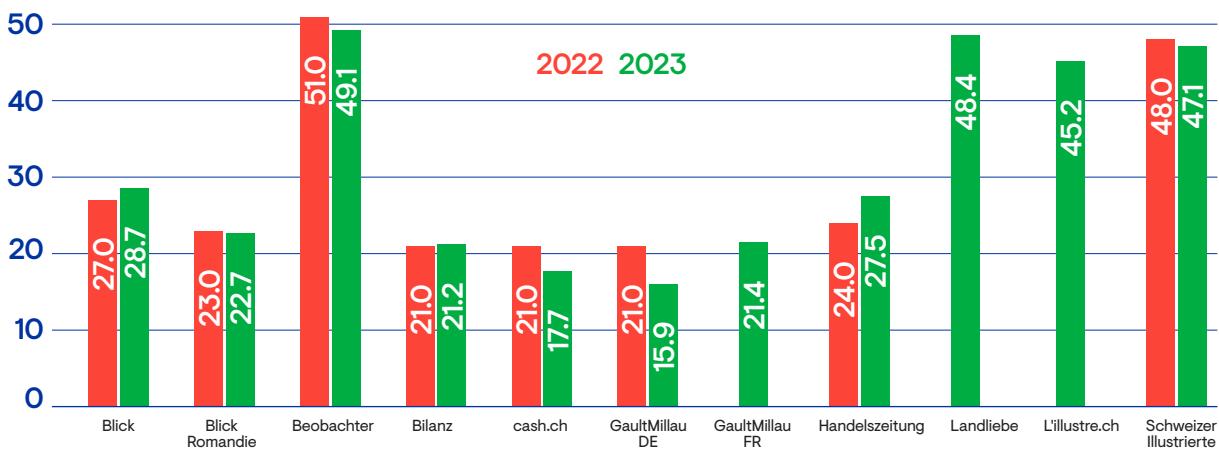
Formation et éducation

Ringier SA s'engage pleinement dans la formation et l'éducation à tous les niveaux. Dans cette optique, Ringier SA propose une offre éducative diversifiée, comprenant notamment le *MediaLab*, un programme de formation pour les journalistes; *PEAK*, une initiative de formation en leadership; *Feed Your Mind*, des webinaires d'une heure avec des intervenantes et intervenants invités; les *See & Learn Weeks*, des sessions interactives sur la technologie ainsi que le programme *Expertise*, des formations d'une journée entière visant à améliorer les compétences.

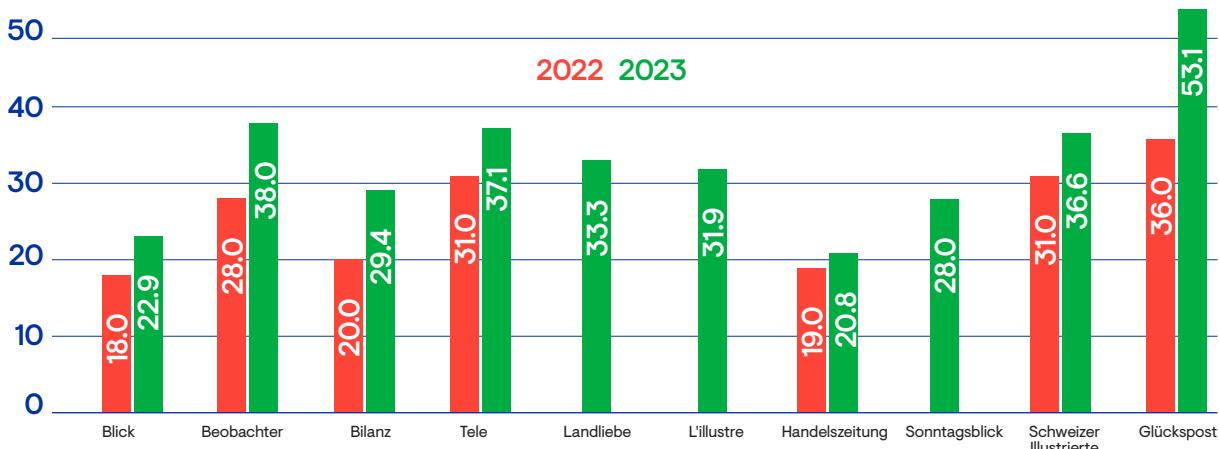
Un des points forts de Ringier SA est la promotion et le développement continu de ses collaborateurs et collaboratrices et du journalisme suisse dans son ensemble grâce à la *fondation Hans Ringier*. Cette fondation abrite notamment l'*Ecole de journalisme Ringier* qui forme depuis 1974 de futurs professionnels et professionnelles des médias dans toutes les disciplines journalistiques.

Bien-être au travail

Chez Ringier SA, le bien-être au travail fait partie intégrante de notre culture. Nous proposons une semaine de travail de 40 h, des horaires flexibles, des options de télétravail, des postes en travail partiel, des consultations en santé mentale, cinq semaines de congés payés, la possibilité de prendre des congés sans solde et une salle de sport accessible gratuitement à l'ensemble de notre personnel. Ringier SA reconnaît l'importance de soutenir les collaborateurs et collaboratrices ayant des responsabilités familiales. C'est pourquoi nous accordons 16 semaines de congé maternité ainsi que 20 jours de congé paternité.



Score EqualVoice Teaser, publications en ligne



Score EqualVoice Teaser, publications imprimées

