

Aleksandra Karasinska, patronne de Forbes Women Pologne: l'économie du point de vue féminin

DOMO

Ringier

Magazine d'entreprise
Décembre 2021

Reeta Roy, CEO
Mde la Mastercard Foundation:
**«La main-d'œuvre de demain
proviendra d'Afrique.»**

Le succès commence par l'écoute

SOMMAIRE

4 «Le futur s'écrit au féminin»

Aleksandra Karasinska, rédactrice en chef de «Forbes Women» en Pologne, évoque la pression politique sur les médias, la dureté de la loi sur l'IVG et EqualVoice.

8 Changer 45 millions de vies

Avec sa CEO, Reeta Roy, la Mastercard Foundation soutient au Nigeria le projet Jobberman visant à promouvoir les femmes sur le marché du travail. Entretien sur l'économie planétaire, les grands objectifs et l'accomplissement par le travail.

11 Collectionneur d'étoiles

Anniversaire: Joel Salzmann

Conseil de lecture de Marc Walder: «Start With Why»

12 Point de vue Ringier

Les meilleures photos de presse du trimestre.

14 Le noyau du caniche

Ringier Axel Springer Suisse lance un nouveau magazine. On vous dit pourquoi «Interview by Ringier» est si particulier.

20 Hello Bucarest!

La semaine de Laura Crimmons. La directrice adjointe du marketing du Groupe Ringier s'est rendue pour la première fois en Roumanie.

22 Commerce sans morale

Dans sa chronique, l'éditeur Michael Ringier prend ses distances avec le journalisme-revolver et avec Facebook.

Photo de couverture: Khalifa Derrick

Impressum

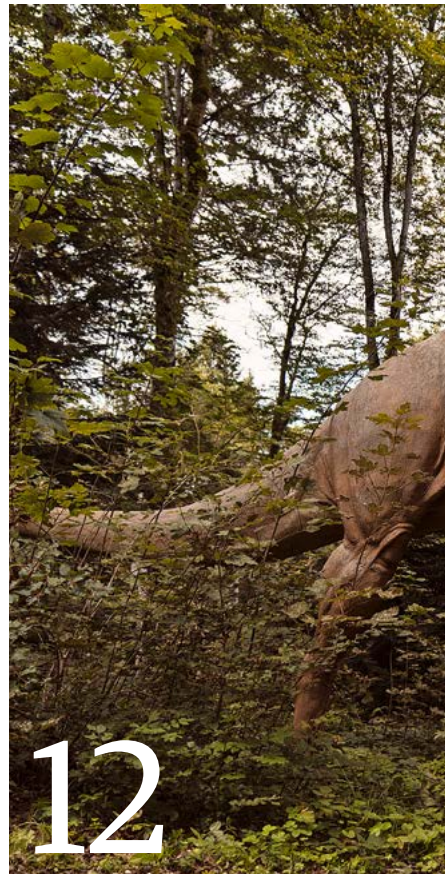
Editeur: Ringier AG, Corporate Communications. **Contact:** domo@ringier.ch

Rédactrice en chef: Nina Huber.

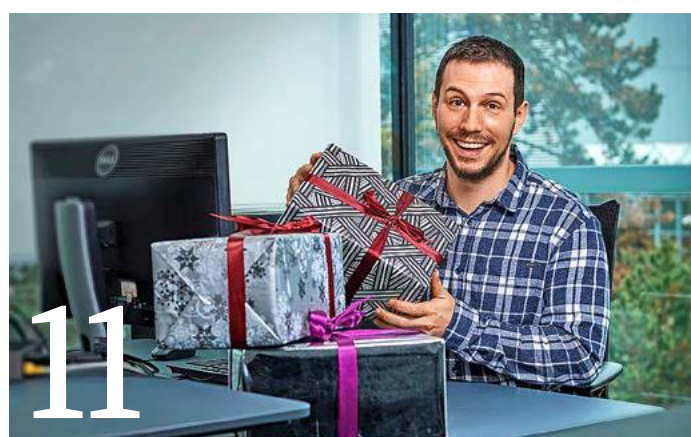
Collaborations rédactionnelles: René Haenig et Rahel Zingg. **Traduction:** Gian Pozzy (français), Claudia Bodmer (anglais), Ioana Chivoiu (roumain).

Relecture: Regula Osman, Evelyn Schlatter et Kurt Schuiki (allemand), Patrick Morier-Genoud (français), Claudia Bodmer (anglais), Lucia Gruescu (roumain).

Mise en page/production: Zuni Halpern (Suisse). **Traitement photo:** Ringier Redaktions-Services Zürich. **Impression:** Czech Print Center Ostrava. Reproduction (même partielle) uniquement d'entente avec la rédaction. DOMO paraît en allemand, français, anglais et roumain.



Photos: Thomas Buchwalder, Pierluigi Macor, Paul Seewer, Olivia Pulver





«L'avenir s'écrit au féminin»

Rédactrice en chef de «Forbes Women» en Pologne, Aleksandra Karasinska décrit la forte pression qui s'exerce sur les médias polonais, évoque les héroïnes d'aujourd'hui et également l'importance des données.

Interview: Nina Huber Photos: Thomas Buchwalder

INTERVIEW FORBES WOMEN

Depuis le mois de juin, vous êtes la rédactrice en chef de «Forbes Women» en Pologne, qui existe depuis trois ans. En quoi ce magazine est-il nécessaire?

J'ai travaillé pour plusieurs titres de Ringier Axel Springer Pologne, ainsi que sur la numérisation du magazine «Forbes». Je me suis alors rendu compte que toutes les publications, mais surtout les médias économiques, manquaient d'expertise féminine et qu'il y avait une grosse lacune dès qu'il s'agissait de contenus concernant spécifiquement les femmes. «Forbes Women» existe déjà depuis un certain temps aux Etats-Unis. Lorsque nous l'avons lancé en ligne en Pologne, nous avons rencontré un tel succès que nous avons décidé de le publier en version papier. Et ensuite même à un rythme mensuel.

En Pologne, le secteur des médias est crispé. Les nationaux-populistes au pouvoir souhaitent en avoir le contrôle. Comment cela se traduit-il dans votre travail?

Je dis toujours, non sans sarcasme, que les journalistes traversent une période intéressante en Pologne. En plus de la pression économique due à la pandémie et de la mutation technologique, la branche ressent aussi une forte pression politique.

Une loi controversée entend interdire aux entreprises extérieures à l'Espace économique européen de posséder des émetteurs radio et TV. Cela vise avant tout l'entreprise américaine Discovery.

La loi n'est pas encore passée au Sénat, la seconde Chambre. Les Polonais aiment cette chaîne non seulement pour ses émissions d'info mais aussi pour les soaps et le «morning show». Ces quarante dernières années, le gouvernement a toujours été très pro-américain, beaucoup d'entreprises américaines ont massivement investi dans des sociétés polonaises. De ce côté-là, il existe un puissant lobby. Mais la résistance s'organise aussi au sein de la société civile et parmi les journalistes. Beaucoup de gens ont signé un manifeste de protestation.

Selon une étude de Reuters, il n'y a que 36% de Polonais pour juger crédibles les émissions d'info de la télévision d'Etat. Vous qui avez travaillé pour TVN24, qui appartient à Discovery, qu'en pensez-vous?

J'ai été productrice des informations étrangères pendant quatre ans et je

compatis avec mes anciens collègues. Il est très dur de devoir travailler avec tant de pression et de critiques. Tous ces efforts visant à les discriminer et à les discréditer sont motivés politiquement.

Comment vous informez-vous, personnellement?

J'ai des abonnements numériques au «Financial Times», à «The Economist», à «Bloomberg», au «New York Times» et je lis régulièrement «The Guardian». Dans la presse polonaise, je lis les médias économiques et la «Gazeta Wyborcza», ainsi qu'«Onet», qui fait partie de notre groupe. Ce site propose du journalisme politique et d'investigation de première force.



«Forbes Women» en Pologne

Célèbre pour ses classements et ses palmarès, le magazine économique paraît douze fois l'an. Quelque 10 000 exemplaires sont vendus en kiosque, auxquels s'ajoutent quelques milliers d'abonnements print et en ligne. Ses grands sujets concernent l'intelligence artificielle, la robotisation, l'avenir du monde du travail, la blockchain, le calcul quantique, la 5G, le changement climatique et la durabilité. La cover préférée de la rédactrice en chef Aleksandra Karasinska est celle du numéro de décembre 2020 (en haut à gauche) consacrée aux 100 femmes les plus dignes d'attention en Pologne. La cover montre une soignante dans un hôpital, symbole de toutes les héroïnes qui ont assumé beaucoup de travail non payé pendant la pandémie, comme la garde des enfants et l'école à la maison.

En tant que rédactrice en chef de «Forbes Women», êtes-vous libre de parler de tout?

Oui, je travaille pour un groupe international indépendant. Cette attaque contre une chaîne américaine s'inscrit dans un problème plus grave, qui voit les conquêtes démocratiques déconstruites. Le gouvernement tente d'influencer des juges indépendants et de s'en prendre aux ONG et à d'autres institutions. Cela affecte bien sûr les minorités et les pans plus faibles de la société, comme les femmes et la communauté LGBTQ. La Pologne a mis en vigueur une loi antiavortement extrêmement dure.

Est-ce que «Forbes Women» prend position sur cette loi?

Bien sûr. Nous sommes féministes. «Forbes» est un magazine économique, mais l'économie n'est pas faite que de banques et de finance, elle décrit aussi comment notre société est construite. Avec «Forbes Women», j'aimerais donner une perspective qui fait défaut dans le paysage médiatique: le point de vue féminin sur tous ces sujets.

Comment parlez-vous concrètement de l'interdiction de l'IVG?

Nous évoquons avec beaucoup d'entrepreneurs à succès les moyens de contribuer à mettre fin aux préjugés liés au genre et aux discriminations. Ça fait toujours du bien de constater que même les CEO de grandes entreprises expriment leurs opinions dans nos colonnes, à l'instar de la co-chef de Siemens Pologne. Dans une interview, Dominika Bettman a révélé qu'elle avait donné un jour de congé à tous ses employés pour qu'ils puissent aller manifester contre l'interdiction de l'IVG.

Mais vous ne risquez pas une semonce du gouvernement, exigeant que vous vous montriez moins critique?

Non. Ça n'aurait aucun sens. Si je faisais l'objet d'une telle semonce, je le communiquerais immédiatement sur Twitter et Facebook. Cela créerait un énorme scandale.

Autrement dit, votre communauté vous confère beaucoup de pouvoir?

Bien sûr. Nous surfons actuellement sur cette vague de la promotion des femmes, en cours depuis longtemps déjà aux Etats-Unis et en Europe de l'Ouest. Avec la génération Z, nous avons désormais de jeunes femmes

qui ont été éduquées différemment et jouissent d'une bonne formation. Il y a en Pologne plus de femmes titulaires d'un master que d'hommes.

L'initiative EqualVoice de Ringier a récemment été étendue à la Pologne. Comment a-t-elle été reçue?

Cette initiative est arrivée au bon moment. La moitié de notre lectorat potentiel est constitué de femmes, on ne peut les ignorer. EqualVoice est un outil servant à rendre le journalisme encore plus attrayant pour cette moitié-là. Nous avons mis en œuvre le facteur EqualVoice dans toutes nos rédactions, il s'avère très utile. Je travaille dans une activité régie par les données, nous passons nos journées à lire des chiffres et des statistiques. En principe, les données ne trompent pas, elles n'ont pas de préjugés. Plein de gens croient qu'ils informent de façon neutre et sursautent une fois qu'ils voient les chiffres.

Parce que c'est alors que l'on prend conscience de ses propres angles morts?

Tout juste. J'aime raconter une blague à propos de l'égalité salariale: les hommes choisissent tout simplement des métiers bien payés tels que médecin, avocat ou ingénieur, tandis que les femmes optent pour des métiers moins bien payés comme doctoresse, avocate ou ingénieure.

Qu'en est-il de l'égalité hommes-femmes en Pologne?

L'inégalité salariale existe dans le monde entier, mais en Pologne la différence s'élève à 20% et plus. Autrement dit, comparé à un homme, une femme aux qualifications identiques pour le même métier travaille deux mois et demi gratuitement chaque année! Chez «Forbes Women», un de nos grands objectifs est d'en faire prendre conscience. Avec l'United Nations Global Compact Network, nous avons lancé une campagne pour un contexte de travail équitable. Cela concerne l'égalité salariale, une présence accrue des femmes aux postes à responsabilité, les congés de maternité et de paternité. Nombre de grandes entreprises sont associées à cette campagne, telles qu'Orange Pologne, Pepsi Pologne, Mastercard Europe, Henkel, Pfizer.



Comment ces campagnes agissent-elles?

La diversité est profitable, c'est un fait établi. Les entreprises qui comptent des équipes diversifiées sont plus créatives et plus innovantes. C'est ce que nous expliquons dans «Forbes Women», non seulement à notre lectorat mais aussi aux entreprises et au gouvernement.

Etes-vous optimiste en ce qui concerne l'égalité hommes-femmes?

Je suis née optimiste! J'entendais récemment une déclaration de l'historien israélien Yuval Harari: il décrivait la révolution féministe comme une des plus grandes révolutions de l'histoire, qui s'est accomplie sans la moindre violence et en très peu de temps. Je suis convaincue que l'avenir s'écrit au féminin!

Avec ses offres de vidéos et de podcasts, «Forbes Women» a une forte

Aleksandra (Ola) Karasinska est la cofondatrice et rédactrice en chef de «Forbes Women» en Pologne et directrice des programmes des contenus payants chez RAS Pologne.

présence numérique. Ressentez-vous un comportement différent du lectorat et comment y réagissez-vous?

Lorsque l'internet est apparu, tout était gratuit: pas terrible comme modèle d'affaires! Depuis, même YouTube s'est mis à générer des contenus payants. Je suis persuadée qu'un journalisme de qualité mérite un accès payant. La pandémie a soutenu le journalisme, les gens recherchaient des sources fiables pour leurs informations. Selon le rapport de Reuters sur le numérique, la disposition à payer a augmenté pour atteindre 21% en Norvège, en Suède et aux Etats-Unis, 17% en Finlande, aux Pays-Bas et en Suisse.

Et qu'en est-il en Pologne?

Nous notons une forte augmentation des souscriptions. «Forbes», «Newsweek», le quotidien sportif «Przegląd Sportowy» et le magazine automobile «Auto Świat» ont fondé un club. Une seule inscription suffit pour avoir accès à tous les titres. Nous produisons des podcasts premium qui méritent vraiment qu'on s'y arrête. Les médias se financeront à l'aide d'un mélange entre publicité et laboratoires numériques. Cela dit, nous demeurons dans une situation très difficile à cause de la dominance de Google, Amazon, Facebook et autres géants du secteur. C'est le grand problème auquel nous sommes confrontés.

Vous enseignez le journalisme en ligne à la faculté des sciences humaines et sociales de l'Université de Varsovie. Qu'observez-vous parmi vos étudiants?

Les jeunes veulent avoir les informations immédiatement sous la main. Ils ne sont pas très enclins à identifier les sources. Mais dès que cela les concerne ils sont tout à fait disposés à se plonger dans les sujets, à lire des articles circonstanciés et à regarder de longs documentaires.

Qu'est-ce que vous espérez apporter d'essentiel à vos étudiants?

J'essaie de les préparer au fait que le marché est rude et qu'ils n'en seront pas tous les vedettes. En revanche, ils peuvent tous apporter leur contribution à la société, peu importe qu'ils s'occupent de réseaux sociaux ou qu'ils travaillent dans le marketing. Je voudrais qu'ils soient conscients de leur responsabilité morale. Mais je voudrais surtout qu'ils soient fiers d'être journalistes. 🌐

Changer 45 millions de vies

A l'aide de la Fondation Mastercard, Reeta Roy encourage la formation des jeunes en Afrique. Entretien avec une femme à l'écoute.

Interview: Rahel Zingg

En 2050, si sa croissance continue au même rythme, l'Afrique abritera un quart de la population mondiale. Qu'est-ce que cela signifie pour l'économie?

Il n'y a pas très longtemps que l'Afrique a créé un marché intérieur qui concerne tout le continent. L'African Free Trade Agreement, l'accord de libre échange de 2019, vise à simplifier le transport de marchandises entre les pays. Le continent s'adapte ainsi à un marché en très forte croissance, qui devient toujours plus important, y compris dans le monde entier. Et voilà qu'arrivent les jeunes. Bourrés d'ambition et d'énergie, ils sont prêts à faire progresser les innovations en Afrique afin de maîtriser les multiples défis qui se présentent: changement climatique, formation, santé. Ils constituent aussi la main-d'œuvre de demain. Pas seulement pour l'Afrique mais pour le monde entier.

Et la Fondation Mastercard les y encourage?

En ce moment, la fondation obéit à une vaste stratégie à l'enseigne de «Young Africa Works». Sur le plan macroéconomique, cela ne signifie toutefois pas que nous abordons les jeunes avec des idées et des solutions, nous leur proposons plutôt des moyens. Par exemple des

plateformes sur lesquelles ils peuvent se mettre en réseau, où des employeurs dénichent des talents, où des talents trouvent des sites sur lesquels ils peuvent lancer leur entreprise. Nous avons posé des questions pour comprendre comment le système fonctionne et ce qui ne fonctionne pas.

Quelles questions?

Nous voulions comprendre quelles parties de l'économie sont en croissance et manifestent un grand besoin de main-d'œuvre jeune et qualifiée. Quels sont les obstacles pour des gens qui vivent dans des communautés rurales éloignées, perdues. Et que pouvons-nous faire pour éliminer ces obstacles qui compliquent l'accès des jeunes gens à la formation? Est-ce que la route à parcourir est dangereuse, ou alors les jeunes doivent-ils travailler au lieu d'aller à l'école? Quels programmes peut-on développer pour arranger ça? D'autres moyens de transport, par exemple? Et pour-

Avant son engagement au sein de la Mastercard Foundation, dont le siège est au Canada, la Dre Reeta Roy, 55 ans, a notamment travaillé pour l'entreprise Abbott, active dans la santé. Elle a étudié le droit et la diplomatie aux Etats-Unis et a grandi en Malaisie. Elle vit à Kigali, au Rwanda.

quoi ne pas imaginer que c'est l'enseignement qui va à eux? C'est ainsi que nous avons commencé à développer «Young Africa Works». Je suis persuadée que tout débute avec l'écoute.

Comment avez-vous compris qu'écouter était essentiel?

Ma mère a été un élément essentiel dans ma vie. Elle a grandi dans des conditions difficiles, en un temps difficile où les femmes comptaient pour peu. Elle n'a pas eu de formation scolaire complète mais a fini par faire une formation pratique d'infirmière et sage-femme. Elle me disait toujours: «Parfois, quand tu ne sais pas, le mieux que tu puisses faire est simplement d'écouter ce que disent les gens.» Ce qu'elle voulait dire, ce n'est pas simplement ouvrir les oreilles mais être véritablement attentif, observer, comprendre ce qui est dit et ce qui n'est pas dit. Un superbe conseil!

Un conseil qui vous aide aussi dans la vie privée, au-delà du travail?

Un conseil qui m'a aidée quand j'ai quitté la Malaisie pour aller à l'école aux Etats-Unis. A l'époque, je vivais dans deux familles. Plus tard, je suis allée à l'université. Ce fut une aventure. Mais j'ai beaucoup appris en écoutant et en cherchant à comprendre les signaux sociaux. ►

«Nous devons proposer des solutions qui viennent des jeunes, pas imposer celles que nous avons élaborées.» Reeta Roy



Vous parliez des questions par lesquelles vous avez lancé votre projet. Quelle fut la réponse la plus marquante?

Un jour j'ai demandé à un jeune qui accomplissait une formation dans notre programme: «Si vous aviez un savoir particulier, qu'en feriez-vous?» «J'aimerais aider quelqu'un d'autre», m'a-t-il répondu. Je ne l'ai jamais oublié. En dépit de ses maigres moyens, il était très généreux. On constate cela dans beaucoup de communautés. Je me suis toujours demandé pourquoi les gens qui, apparemment, ont le moins de ressources matérielles sont ceux qui agissent avec le plus de générosité. La générosité dans le sens du partage de ce qu'ils ont. Mais aussi dans le sens que ce que quelqu'un d'autre pense est bienvenu. Il y a bien des années, je me trouvais dans un petit village du Burkina Faso. Nous avons dû marcher deux jours entiers sous la canicule. Nous sommes tombés sur une mère seule avec deux enfants. Elle nous a reçus avec des calabasses pleines d'eau. J'ai regardé autour de moi et me suis demandé: «Mais d'où vient-elle cette eau?» Cela résume cette générosité.

Dans la fondation, vous collaborez aussi avec d'autres entreprises. Quel est leur intérêt à soutenir votre engagement social?

J'ai un magnifique exemple à ce propos. Nous travaillons dans l'hôtellerie-restauration et le tourisme au Rwanda. Un secteur qui va croître en dépit de la pandémie. C'est un petit pays, magnifique, il y a des gorilles, un paysage fabuleux, un art phénoménal. Le tourisme est donc une énorme source de revenus. Mais le grand problème est qu'il y a trop peu de personnel qualifié. Notre programme, par lequel nous coopérons avec de nombreux hôtels, rend la branche plus compétitive. Il ne s'agit donc pas de privilégier telle ou telle entreprise mais bien de mettre en place un pipeline de talents.

Avec Jobberman, en collaboration avec Ringier One Africa Media (ROAM), vous recherchez aussi des talents?

Des plateformes telles que celle-ci, qui est au Nigeria et qui vise à promouvoir les femmes, représentent l'avenir. Sur ce point, un besoin des entreprises a été détecté.



C'est un site où les gens en quête d'emploi et les employeurs se rencontrent. Nous utilisons cette collaboration pour savoir quelles sont les aptitudes recherchées et lesquelles sont proposées. Et comment combler la lacune entre les deux. Cette coopération permet donc à des milliers de jeunes de se former. Nous nous concentrons en particulier sur les femmes. L'objectif est une proportion de 70% de femmes à former ou à faire embaucher.

Un article affirme que vous auriez déjà amélioré l'existence de 45 millions de personnes.

Ce nombre englobe plusieurs réalités: quelqu'un qui a ouvert un compte d'épargne, quelqu'un qui est allé quatre ans à l'école, quelqu'un qui a fondé une entreprise. Nous pensons à des changements à plusieurs niveaux. D'une part, au niveau individuel, les destins personnels. Mais nous pensons aussi, d'autre part, à des changements au niveau institutionnel. Nous coopérons avec les écoles et les universités. Et nous observons ce qui s'améliore dans le recrutement et dans le soutien aux étudiants. Les deux aspects sont nécessaires. Le niveau institutionnel, l'amélioration de l'ensemble de l'écosystème représente notre tâche prioritaire, notre saint Graal.

En êtes-vous proche?

En tout cas, nous posons les bonnes questions. Mais il faut du temps.

Transports mus par l'énergie solaire. Beaucoup de conducteurs sont des conductrices. Solar Taxi, à Kumasi (Ghana), est l'une des initiatives qui ont abouti en collaboration avec la fondation. Elle a démarré avec 60 000 dollars et est estimée aujourd'hui à 9,5 millions.

Des préjugés existent encore dans le Nord sur certaines parties de l'Afrique.

Nous pouvons les surmonter en nous familiarisant avec d'autres idées, d'autres manières de travailler. La technologie a certes ses mauvais côtés, mais son bon côté est qu'elle est capable de relier des gens de toute la planète. Nous sommes tous plus reliés que jamais. C'est pourquoi nous avons publié une série de rapports multimédias: «Youth Voices», des jeunes gens qui racontent comment ils voient le monde, face à quels défis ils se trouvent, à quoi ils s'attèlent, quelles idées ils ont. Dès que quelqu'un se dit: «Waouh, ce n'est pas ainsi que je me l'imaginais», c'est le début d'une vraie compréhension. Du moins, je l'espère.

Vous voulez procurer un emploi à 30 millions de personnes d'ici à 2030. Pensez-vous que les gens qui ont une promesse de travail se sentent plus heureux?

Lorsque nous avons lancé «Young Africa Works», nous avons réalisé une petite étude préliminaire dans trois pays. Les participants devaient nous dire ce qu'ils voulaient. Les réponses furent: «Pouvoir s'alimenter nous-mêmes et nourrir notre famille.» Mais aussi: «être respecté», «évoluer et en apprendre davantage». Je crois qu'il est précieux qu'on ne voie pas son emploi juste comme un emploi. Il est important que ce qu'on fait soit en lien avec ce que l'on défend. 🌍

Collectionneurs d'étoiles

Les étoiles sont le symbole de l'évaluation virtuelle. Mais les clients déçus les dispensent avec une impitoyable avarice. Customer Experience Manager chez geschenkidee.ch, Joel Salzmann apprécie la critique.

Photos: Paul Seewer, privé

Etes-vous satisfait de votre commande? Pour Joel Salzmann, c'est une des questions essentielles dans son job. Il est Customer Experience Manager de la boutique en ligne geschenkidee.ch. «Pour moi, ce travail orienté client signifie que je prends n'importe quelle réaction au sérieux et réponds toujours personnellement. Il y a des gens qui redoutent la critique. Moi, je l'aime, car elle nous permet de nous améliorer sans relâche.» Le fait est qu'avec leurs évaluations les clients ont beaucoup d'influence. Et c'est le problème: quand tout marche pour le mieux, on juge que c'est normal. Si un jour quelque chose va de travers, les clients laissent libre cours à leur frustration. «Il est insatisfaisant de constater que nous expédions chaque année sans encombre des milliers de livraisons et que 30 mauvaises expériences déterminent l'ensemble de l'évaluation», résume Joel Salzmann. C'est pourquoi geschenkidee.ch s'est mis à expédier après chaque livraison un courriel invitant le client à donner une évaluation. Et les sondages auprès de la clientèle sont réguliers.

Depuis qu'il travaille comme Customer Experience Manager, Joel Salzmann a modifié sa propre vision de l'évaluation. S'il fait une bonne expérience, en particulier lorsque c'est la première fois qu'il requiert un service, il rédige un avis positif sur Google ou Trustpilot. Joel Salzmann est arrivé chez geschenkidee.ch au gré d'un stage d'un an d'employé de commerce, après avoir abandonné son apprentissage de mécanicien sur auto. Ensuite, il a travaillé quatre ans au service clientèle, il est devenu IT Supporter et, finalement, il a pris son poste actuel. Voilà désormais dix ans qu'il travaille pour Ringier.

Il s'est récemment commandé chez geschenkidee.ch un «meater», un thermomètre à viande, car le soir, après le boulot, il se consacre chez lui à sa passion, la cuisine. Et son épouse lui a décerné cinq étoiles. **NH**



Chez geschenkidee.ch, les semaines qui précèdent Noël sont hyper-chargées. Customer Experience Manager, Joel Salzmann s'active à la boutique en ligne (en haut). Pendant ses loisirs, il aime promener son chien, un loulou de Poméranie (à gauche). Il est un supporter du club de hockey sur glace ZSC (à droite). «Ça me fait du bien de retrouver l'ambiance dans le stade», dit-il.



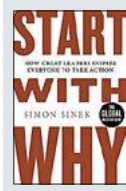
Conseil de lecture

de Marc Walder

Le CEO de Ringier, Marc Walder, dévoile ici quels livres il a lus et pourquoi ils le fascinent.

Simon Sinek

START WITH WHY



La carrière de conseiller en entreprise de Simon Sinek a commencé par un échec. En 2002, il a fondé sa propre entreprise de conseil mais y a renoncé trois ans plus tard: il avait perdu la passion. Il s'est demandé pourquoi certains entrepreneurs réussissaient et d'autres non, et il a que les premiers avaient un point commun: ils savent pourquoi ils font ce qu'ils font.

Sinek esquisse un modèle de cercle vertueux. Au centre se trouve le «pourquoi», qui incarne la vision. Il est entouré d'un deuxième cercle, celui du «comment», autrement dit la mise en œuvre de la vision. Dans le cercle extérieur se trouve le «quoi». Il traduit le produit ou le service de l'entreprise. La clé du succès consiste à déduire de la vision comment agir et quoi faire, Sinek explique dans son best-seller «Start With Why» (Penguin Books). «Imaginez-vous que chaque entreprise commence par le pourquoi. Les décisions seraient plus faciles à prendre. La loyauté serait plus grande. La confiance serait une valeur commune.» L'auteur américano-britannique fait partie du célèbre think tank américain RAND Corporation.

Pourquoi est-il tellement important que les cadres dirigeants s'identifient à la mission de leur entreprise? Ils propagent leur passion en embauchant les personnes adéquates, celles qui croient à cette même mission.

POINT DE VUE RINGIER

LES MEILLEURES PHOTOS DU TRIMESTRE



DIGITAL SHAPERS (BILANZ/HANDELSZEITUNG) Illustration: Anne-Marie Pappas, DA: Wernie Baumeier, rédaction photo: Cara Anne Specker. Depuis six ans, «Bilanz», la «Handelszeitung», le mensuel «PME» et Digitalswitzerland élisent chaque année les 100 personnalités qui font le mieux progresser la numérisation en Suisse. Anne-Marie Pappas a illustré le contenu et la couverture (image) du numéro spécial de cette année.



SCHWEIZER ILLUSTRIERTE Photo: Kurt Reichenbach, rédaction photo: Nicole Spiess.
Ce fut l'été des extrêmes. Tandis qu'une chaleur infernale accablait la Grèce, la Turquie et les Etats-Unis, l'Europe occidentale et centrale ont subi des inondations. Cette photo montre le barrage de régulation de la Simme, près de Wimmis, dans l'Oberland bernois.

POINT DE VUE RINGIER



SI GRÜN Photo: Olivia Pulver, rédaction photo: Ralf Jost.

«Jurassic Park»: la mode durable a été mise en scène dans un parc de loisirs préhistorique du Jura, non loin de la frontière française.



BLIKK Photo: Imre Varga, rédaction photo: Erika Kiss.

Le basketball acrobatique a constitué un show spectaculaire de la sportive troupe de théâtre Face Team sur la place des Héros de Budapest.

Dans cette rubrique, DOMO présente régulièrement les meilleures photos du trimestre.



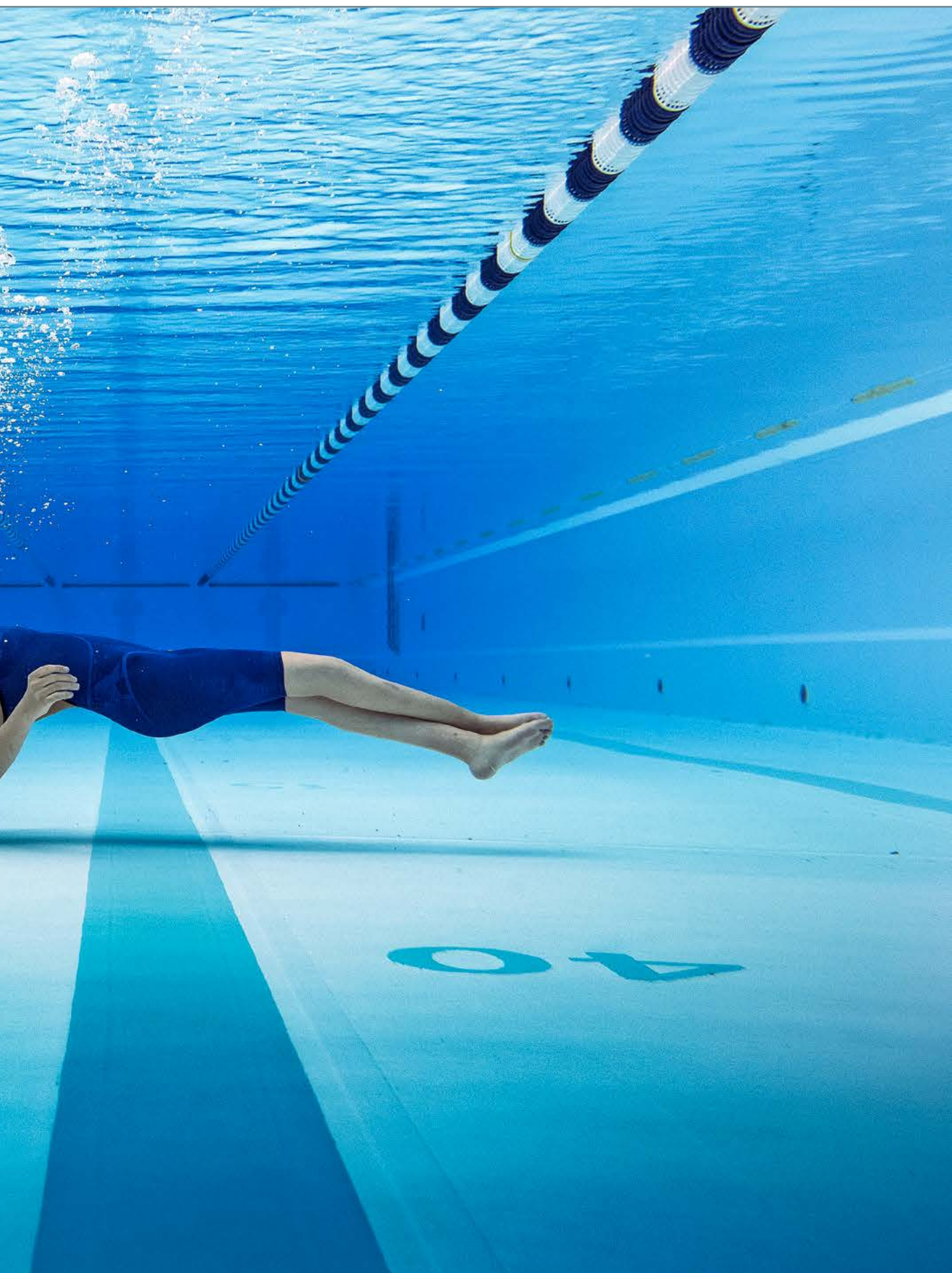
BLIC Photo et rédaction photo: Mladen Surjanac.

Un soir d'août, un énorme incendie s'est déclaré dans une galerie marchande chinoise du quartier de la Nouvelle Belgrade, réduisant en cendres 4000 mètres carrés. Presque l'entier des 340 boutiques a été détruit. Au matin, Mladen Surjanac a pris cette photo.



SISPORT Photo: Adrian Bretscher, rédaction photo: Ulli Glantz

A cause d'une raideur articulaire congénitale, Nora Meister, 18 ans, est condamnée au fauteuil roulant. Aux Jeux paralympiques de Tokyo, la nageuse a remporté la médaille de bronze sur 400 mètres nage libre.



L'équipe, au moment du bouclage, au Studio Achermann: Susanne Walder et Werner De Schepper, Kristin Müller, Beda Achermann et Helen Pombo (de gauche à droite).

Le noyau du caniche

Dans le drame classique «Faust» de Goethe, un sympathique caniche se révèle être Méphistophélès déguisé. «Interview by Ringier», le nouveau produit imprimé de Ringier Axel Springer Suisse, a lui aussi une apparence attrayante, marquante, inhabituelle.

Texte: René Haenig Photo: Pierluigi Macor



Au centre du fameux «triangle des Bermudes» mal famé du Kreis 4 de Zurich, Roger Federer est étendu sur le sol au premier étage de la Langstrasse 94. C'est ici, juste au-dessus du légendaire Piranha Bar, que les artisans d'«Interview by Ringier» se penchent sur le maestro du tennis. Le portrait de la star ornera la cover du premier numéro du nouveau magazine. Plusieurs autres photos de couverture sont d'ailleurs éparpillées sur le sol: Roger Federer coiffé d'une sorte de bonnet bleu à pompon, Roger en train de jongler avec des balles jaunes, le même en pull genre peluche de couleur crème. Beda Achermann, 66 ans, Susanne Walder, 52 ans, et Werner De Schep- per, 56 ans, discutent avec passion. Ils sont les têtes pensantes d'«Interview by Ringier». Et la centrale du magazine se trouve au Studio Achermann de Beda à la Langstrasse, le quartier le plus pittoresque de Zurich.

Le directeur artistique suisse Beda Achermann passe tout bonnement pour le pape mondial du graphisme. Il a conféré au nouveau magazine de Ringier Axel Springer Suisse (RASCH) une signature unique. Dans le vrai sens du terme. Car les signatures des protagonistes cités au fil des 156 pages du périodique apparaissent bel et bien dans cette mise en pages inédite. «Les interviews constituent le cœur de ce magazine. Autrement dit des sons originaux. Qu'est-ce qui les caractérise le mieux? D'une part des guillemets à ouvrir et à fermer, d'autre part la signature des personnalités interviewées», professe Beda Achermann.

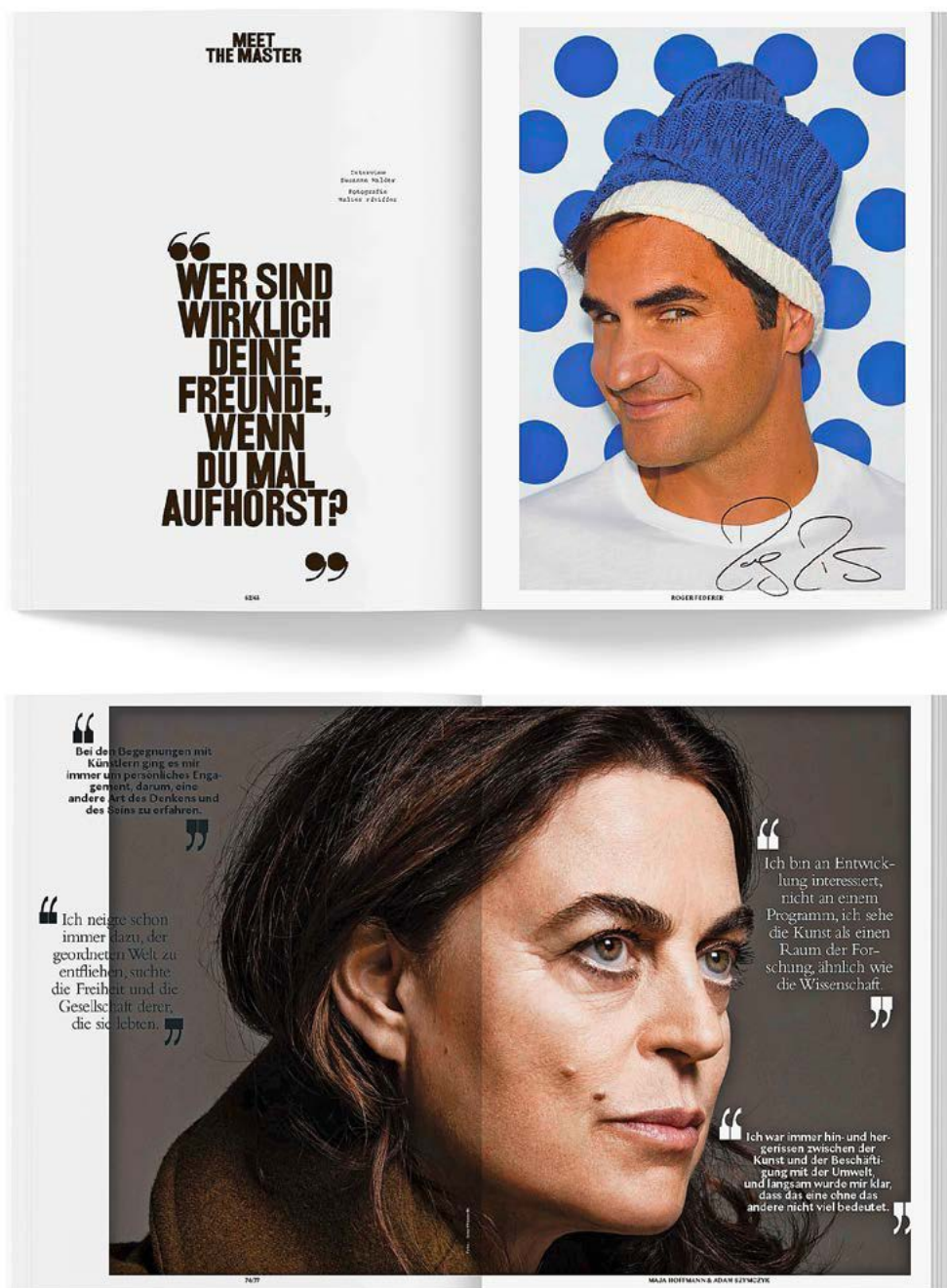
Dix ans après la création de «Schweizer LandLiebe», une étonnante success-story, RASCH s'aventure donc à lancer un nouveau produit print dans les kiosques suisses. Entre l'idée et l'impression du premier numéro, il ne s'est écoulé que six mois. L'idée d'«Interview by Ringier» est née d'une communication de l'éditeur allemand Burda. «Un jour de mars, elle s'est affichée sur mon smartphone», se souvient Werner De Schep- per. Burda y annonçait le lancement de son magazine «Bunte Quarterly». Il transfère illico la nouvelle au CEO de Ringier, Marc Walder, assortie de cette question: «Ne de-

vrions-nous pas faire ce genre de chose?» Peu après, ils ont eu le privilège de jeter un coup d'œil sur la maquette de la nouvelle publication de «Bunte».

Mais ils se rendent vite compte qu'ils veulent autre chose que ce qu'ils ont sous les yeux. «Nous envisagions plutôt un magazine d'interviews, de pur dialogue avec des Suisses de réputation mondiale»,

Roger Federer, en couverture du premier numéro, a été photographié par Walter Pfeiffer. La mecène des arts Maja Hoffmann a concédé une rare interview.

explique Susanne Walder. Pas forcément avec des gens dont la présence médiatique est déjà forte, mais avec des personnalités du genre de l'héritière milliardaire de Roche Maja Hoffmann, qui a créé sur 11 hectares à Arles la plus grande structure artistique et culturelle d'Europe. Cette femme de 65 ans est auréolée de mystère et n'accorde pratiquement pas d'interviews. Un autre nom que





«L'entretien avec le musicien Stephan Eicher s'est déroulé en Lavaux un magnifique après-midi. Ce fut très spontané, comme entre amis, mais bien sûr complètement déstructuré. Je me demande comment les rédacteurs auront transposé ça dans une forme journalistique.»

Le conseiller fédéral Alain Berset



de deux heures. Au total, la superstar du tennis y aura consacré deux jours. Pour le shooting, il est venu tout seul, sans chichis. «Il a apporté des vêtements, des balles de tennis et d'autres accessoires, il a insisté pour porter lui-même ses sacs rebondis et s'est félicité du concept de ce nouveau magazine», raconte Susanne Walder. Star du tennis, Federer a été photographié par une autre star. Car cela fait également partie du concept de ce magazine: les meilleurs sont photographiés par les meilleurs. Dans le cas de Federer, il s'agissait de Walter Pfeiffer, 75 ans. Ses œuvres ornent les cimaises du Kunsthaus de Zurich, de la Windsor Collection et de la Sir Elton John Photography Collection. Pour mettre en scène Federer, le photographe est même spécialement rentré d'une exposition à l'étranger.

«Interview by Ringier» ne rassemble pas que les meilleurs photographes mais aussi les meilleurs journalistes, y compris ceux de la maison. C'est ainsi que Frank A. Meyer, 77 ans, échange des propos philosophiques avec un des penseurs les plus marquants de notre temps: Peter Sloterdijk, 74 ans, prof de philosophie et d'esthétique. Et même l'éditeur Michael Ringier, 72 ans, s'y est mis. Il s'entretient avec Urs Fischer et jette sur le papier tout ►

cite Susanne Walder - qui partage avec Werner De Schepper la rédaction en chef du nouveau magazine - est celui d'Urs Fischer, 48 ans, un Suisse de New York. Naguère vident au Kaufleuten de Zurich, il passe aujourd'hui pour un des artistes les plus applaudis de la scène internationale de l'art.

Connue pour ses interviews très personnelles publiées dans la

«Schweizer Illustrierte» dans la rubrique «Mensch», Susanne Walder avait récemment interrogé l'ex-chancelier allemand Gerhard Schröder, 77 ans, et son épouse So-yeon Schröder-Kim, 53 ans, la chanteuse suisse Paola Felix, 71 ans, et Sergio Ermotti, 61 ans, ex-CEO d'une des plus grandes banques de la planète, UBS.

Pour «Interview by Ringier», elle a cuisiné Roger Federer pendant plus

Nourritures spirituelles avec le philosophe Peter Sloterdijk et Frank A. Meyer, avec le musicien Stephan Eicher et le conseiller fédéral Alain Berset.

«On n'a jamais vu de telles photos du joueur de tennis Roger Federer ou du conseiller fédéral Alain Berset. Dans ce magazine, les personnes interviewées ne sont pas les seules stars, les photographes le sont aussi.»

Beda Achermann, directeur artistique



ce qu'il sait, en sa qualité de collectionneur d'art, de cet artiste d'exception. Le fait qu'ils soient photographiés pendant leur entretien à New York par Roe Ethridge, 52 ans, est la cerise sur le gâteau, puisque les photos de cet Américain se négocient comme des œuvres précieuses sur les marchés internationaux de l'art. «C'est quand même assez spécial que, pour la première fois depuis plus de trente ans, on voie Michael Ringier dans la peau du journaliste», s'exaltent les artisans du nouveau magazine. En soulignant que Michael Ringier s'est envolé pour les États-Unis pour son rendez-vous avec Urs Fischer, qu'il a fait l'interview, l'a tapée sur son ordinateur et a livré le nombre de signes demandé.

Et comment s'y sont-ils pris pour convaincre une mécène aussi discrète et réservée que Maja Hoffmann de parler d'elle et de son travail dans une longue interview très personnelle? «Beda Achermann y est pour beaucoup. Non seulement il connaît Maja Hoffmann depuis longtemps, mais ils sont aussi très amis», explique Werner De Schepper. Et c'est le même qui a déniché, pour réaliser

l'interview de la Bâloise, un de ses anciens voisins non moins renommé: Adam Szymczyk, 51 ans, ex-directeur de la Kunsthalle de Bâle et directeur artistique de la Documenta 2017 de Kassel. On ne saurait imaginer une plus grande connivence entre interviewée et intervieweur. «Non seulement il faut nouer des contacts, mais il s'agit surtout de les soigner», lance Beda Achermann. C'est ainsi qu'il

Le duo de créatrices d'Ottolinger parle des valeurs dans la mode, l'artiste Beni Bischof de la voiture du futur.

peut, lui, tout benoîtement téléphoner à Tina Turner, qui figure elle aussi dans ce premier numéro.

Le public cible d'«Interview by Ringier»? Susanne Walder et Werner De Schepper évoquent «des gens qui font bouger les choses dans la société et qui tiennent à rester bien informés des débats de notre temps». A leurs lectrices et lecteurs, ils promettent «de beaux entretiens, approfondis et





«Le journalisme, c'est comme la bicyclette. Une fois qu'on a appris, on sait le pratiquer tout le temps. La vitesse élevée est une autre similitude qui en demande souvent trop aux cyclistes. Car les vélos sont désormais équipés de batteries. En journalisme, la batterie se nomme Google. C'est une évolution malsaine.»

Réponse de l'éditeur Michael Ringier à qui l'on demande si, après trente ans, il sait encore comment se passe une interview.



passionnants». La première édition sera jointe à la «Schweizer Illustrierte» et envoyée aux abonnés du magazine économique «Bilanz». En outre, on trouvera «Interview by Ringier» en kiosque au prix de 12 francs. Ou alors on s'y abonnnera pour 20 francs par an (deux parutions). Deux autres numéros sont d'ores et déjà au programme pour 2022.

La rédaction est composée d'une

petite équipe: outre les corédacteurs en chef Susanne Walder et Werner De Schepper, il y a là Kristin «Kiki» Müller, 36 ans, et Helen Pombo, 40 ans, toutes deux de l'agence créative Studio September qui réalise notamment le magazine de mode et de lifestyle «Bolero». Tandis que Kiki écrit des textes pour «Interview by Ringier», coordonne le travail et veille à ce que les auteurs respectent les dé-

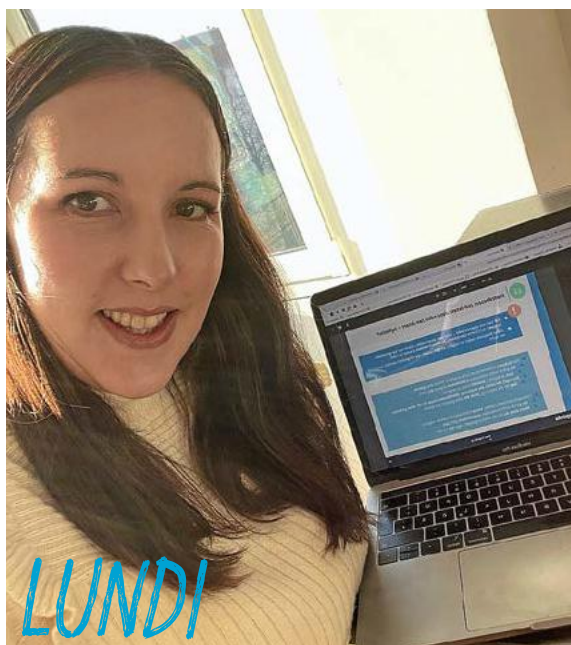
L'éditeur Michael Ringier est allé trouver l'artiste Urs Fischer à New York et ils ont notamment parlé de NFT («non-fungible token»).

lais, Helen s'occupe des shootings et, en qualité de bras droit du directeur artistique, Beda Achermann, fait en sorte que sa conception de la présentation des pages soit mise en œuvre comme il l'entend. Entre Susanne et Werner, les tâches sont également clairement réparties. Elle est responsable avant tout de la partie rédactionnelle et du contact avec les auteurs, il se concentre sur l'aspect commercial, notamment les publiereportages, et sur les sujets politiques. C'est à ce titre qu'il a réuni pour une interview publiée dans le magazine le conseiller fédéral Alain Berset, 49 ans, et le chanteur-compositeur Stephan Eicher, 61 ans.

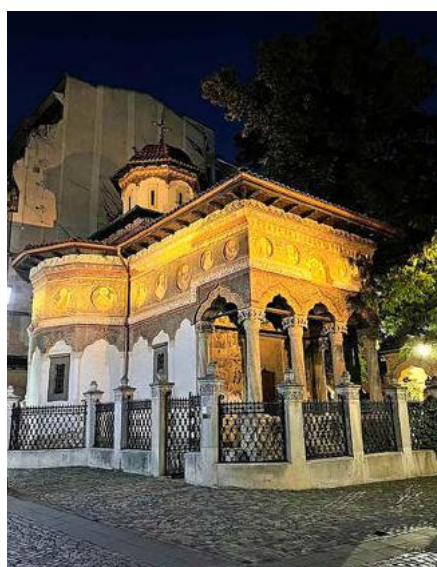
Deux personnalités, deux esprits qui se rencontrent. Ce qui fait la substance du magazine est symbolisé en couverture par un logo rigolo: deux caniches royaux qui dansent sur leurs pattes arrière. Ce logo aux caniches se retrouve deux ou trois fois dans les pages intérieures. «C'est un clin d'œil, car les caniches passent pour très intelligents», révèle Susanne Walder. Il va de soi que, pour réaliser ce dessin, Beda Achermann a aussi appointé un artiste de renom. 🌐

Hello Bucarest!

Réduire la dépendance à Google & Cie, répartir automatiquement les contenus sur les canaux de marketing, soutenir les médias: vice-directrice du marketing du Groupe Ringier, Laura Crimmons est impliquée dans de multiples projets. Dont le sien: apprendre l'allemand.



En février, j'ai déménagé à Berlin pour assumer mon nouveau rôle au sein de Ringier Global Media Marketing et, depuis, j'essaie d'apprendre l'allemand. Mais vu qu'ici tout le monde me répond toujours dans un anglais parfait, ce n'est pas si simple. C'est pourquoi je suis désormais un cours de langue en ligne par Zoom et je commence mes journées par une heure d'enseignement de l'allemand.



MARDI

Je suis allée pour la première fois en Roumanie et j'y ai rencontré mes collègues de Bucarest. Au gré d'un atelier de marketing intensif avec l'équipe médias, nous avons parlé des projets en cours et fixé les priorités pour l'an prochain. Le soir, j'ai encore pu prendre le temps de faire un détour par le centre historique et j'ai visité l'impressionnant monastère orthodoxe Stavropoleos, qui date de 1724.



MERCREDI

Dans la seconde partie de notre atelier, j'ai fait mieux connaître à l'équipe deux projets passionnants: le Content Distribution Engine (CDE), résultat d'une coopération avec Hexagon, et un projet visant à réduire la dépendance envers les GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft). J'ai terminé la journée par une promenade dans Bucarest.



Le jeudi, il y a toujours un échange hebdomadaire avec les Product Managers de Cube, afin de faire le point sur l'avancement des projets marketing. De retour à Berlin, je me suis occupée de la stratégie pour le projet CDE (voir mercredi). Il est utile pour la répartition (semi-) automatique d'articles et de petites annonces sur nos canaux de marketing (réseaux sociaux, notifications push ou médias payants).



VENDREDI

Après un échange instructif avec RASCH et un examen approfondi de certaines fonctions de Google Ads au sein de notre «level-up» en équipe, j'ai eu l'occasion de remettre à mes collègues Emilie et Gavin les jolis masques que m'avait donnés Lizzie, de BuyRentKenya.



WEEK-END

J'aime bien passer mes week-ends à Berlin avec des amis, faire un brunch ou des balades, visiter une expo, par exemple au Musée d'art contemporain du Hamburger Bahnhof (photo).



Michael Ringier, éditeur

Commerce sans morale

« Chaque jour, je me dis que je n'ai pas beaucoup de temps ici sur Terre, alors comment puis-je avoir le plus grand impact positif? » Qui a prononcé cette jolie phrase? Le Mahatma Gandhi? Mère Teresa? Le pape? Non, pas du tout: c'est Mark Zuckerberg. Et elle ne date pas d'il y a beaucoup d'années, lorsqu'il bricolait encore Facebook dans sa chambre d'étudiant de Harvard, il l'a prononcée en janvier 2021.

Sur ce point, Imre Békesy, l'éditeur du quotidien de boulevard autrichien «Die Stunde», a été d'une sincérité autrement plus désarmante: «Un journal n'est pas une institution morale (...), c'est un business», a-t-il reconnu il y a presque cent ans devant la justice où il avait été inculpé pour diffamation. Békesy, lisait-on dans le journal autrichien «Der Standard» il n'y a pas très longtemps, passe pour l'inventeur du «journalisme-revolver». Sa recette à l'époque: du journalisme de boulevard bien fichu, mais «combiné avec des méthodes de chantage et de corruption». Selon le Lexique biographique autrichien, des annonces ou le prix du silence étaient arrachés à des célébrités ou à des entreprises à l'aide de simples épreuves d'articles compromettants.

Cette façon particulière d'acquérir des annonces, inventée par un Hongrois de Vienne, semble demeurer une option en Autriche. A vrai dire, on trouve aujourd'hui plutôt des annonces pour que l'on n'écrive pas certaines choses ou alors différemment. Mais cette fois, c'est plutôt le donneur d'ordre des annonces qui finit devant les tribunaux, pas le destinataire.

Ce qui relie Zuckerberg à Imre Békesy, c'est leur modèle d'affaires. Tous deux diffusent des contenus parfois hautement discutables et en tirent d'énormes montants par la publicité. En même temps, tous deux ne sont pas uniquement contestés, ils passent aussi pour des pionniers technologiques. Car le journal de Békesy est aussi apparu comme un produit entièrement nouveau et fut ressenti comme parfaitement moderne et innovant. Et la liste des auteurs et des intellectuels qui ont écrit pour lui est tout à fait impressionnante.

Son principal adversaire fut le publiciste et satiriste autrichien Karl Kraus, éditeur de la revue «Die Fackel». Il écrivait à propos du journal de Békesy: «Des relents de sang d'une époque (...) s'est élevé le faciès d'un carnassier, d'un monstre post-diluvien.» Et il ajoutait: «Hors de Vienne, la crapule!»

Ce qui avait alors réussi dans la capitale autrichienne - car Békesy dut quitter la ville au terme d'innombrables procès et trouver refuge à

Paris - serait plutôt insensé à Palo Alto. Car, de nos jours, il existe une connexion wifi ou des télécoms pratiquement en tout lieu.

Mais la fuite de Békesy était avant tout due au fait que non seulement ses financeurs avaient subi d'énormes pertes mais aussi que son financier italien éprouvait des doutes et l'avait laissé tomber. Or c'est bien là que réside le plus grand risque pour Mark Zuckerberg. S'il ne maîtrise pas les innombrables informations douteuses de ses réseaux sociaux et les conséquences qui en découlent, non seulement ses donneurs d'ordre mais également la bourse pourraient se montrer nerveux: un effet souvent plus efficace que les litiges juridiques et politiques.

En plus de l'invention du journalisme-revolver, Békesy a encore laissé un héritage tout à fait remarquable. Son fils Hans Habe est devenu un des journalistes et écrivains de langue allemande les plus considérés. Six mariages et le fait que, au début des années 1950, Hans Habe a été abandonné par ses financeurs alors qu'il était rédacteur en chef d'un journal de Munich montrent cependant que, dans les histoires familiales, il peut toujours y avoir des similitudes.

Michael Ringier

L'ILLUSTRÉ

Les podcasts de «L'illustré»

Retrouvez «**Cash ma Queen**», «**Immersif**»
et «**Y a pas d'âge**» sur Spotify, Deezer, Apple Podcasts,
Google Podcasts, Audible et sur www.illustre.ch/podcast.
Ces trois séries proposeront un épisode toutes les deux semaines en alternance.



Cash ma Queen

Parce que l'argent ne devrait pas être un tabou, les langues se délient, du premier argent de poche aux retours sur investissement. *Cash ma Queen* est un podcast qui fait parler des femmes dirigeantes et inspirantes, entrepreneurantes et talentueuses. Chaque épisode est une interview intimiste, menée par Meryl Brucker, qui revient sur les étapes des carrières professionnelles et des vies privées marquées par l'argent.



Immersif

Sur les traces d'un hackeur jusqu'aux réunions de sorcières féministes, immergez-vous avec Jade Albasini et Raphaël Girardin dans des univers peu communs. Du reportage brut, des atmosphères sonores qui détonnent et des rencontres qui montrent une autre facette de la Suisse romande, *Immersif* est un podcast qui vous embarque... Seules vos oreilles peuvent les suivre.



Y a pas d'âge

Deux générations, un lien d'amitié ou de filiation, une discussion contre les «à ton époque» et anti-«tu peux pas comprendre». Chaque épisode de *Y a pas d'âge* est une conversation franche entre deux personnes qu'une génération – et même parfois deux – sépare. Imaginé par Pascaline Sordet, c'est un podcast qui contre deux expressions qui nous font rire, mais qui nous font du mal: «Sales jeunes» et «OK boomer».

A écouter sur:



La couleur
du courage.