



**Une agence,
un jour**
Leo Burnett à
Dubai

p. 10-11



Agences digitales :
Qui sont-elles
et que font-elles ?

p. 14 à 16



**Publicité
et littérature :**
Les écrivains n'ont
plus peur des marques

p. 18-19



Tarifs presse :
print vs iPad
La valse
des prix

p. 24-25

Technologie

11 nouveautés de 2011

**LE CONSUMER ELECTRONIC
SHOW QUI S'EST TENU
EN JANVIER À LAS VEGAS
A PRÉSENTÉ LES «IT» DE
L'ANNÉE.**

- 1) Un chargeur universel pour mobile GSM
- 2) Nintendo 3DS : avec effets 3D sans lunettes

- 3) Diaspora : un nouveau réseau social décentralisé
- 4) L'iPad 2 et les tablettes Android
- 5) Télévision 3D
- 6) Web TV : Apple TV, Google TV avec surf sur le web via Chrome
- 7) Android : Market vs l'App Store d'Apple
- 8) La réalité augmentée
- 9) The Daily : projet sur iPad (Apple et News Corp)

- 10) Twitter : développement massif de ce réseau
- 11) Chrome OS : plus besoin de logiciels de bureautique, tout se fait «online» via la suite «Google Documents». Le démarrage est ultra-rapide. Les programmes sont disponibles via «WebApp Chrome OS», un «App Store» version Google.

V. M.

Interview de Martin Werfeli

Investir pour produire moins !

La société Swissprinters Holding est le plus grand groupe helvétique dans l'industrie graphique, il emploie 953 personnes. Filiale des groupes médias Ringier (58,8%), NZZ (25,2%) et Edipresse (16%), la société exploite quatre imprimeries à Zofingen (496 employés), Saint-Gall (201), Lausanne (176) et Zurich (80); elle s'est spécialisée dans l'impression offset sur rotatives et sur feuilles ainsi que dans le façonnage. En 2009, son chiffre d'affaires a atteint CHF 307 millions (-18%). En 2010, elle a connu de grands bouleversements: réorganisation interne, investissements importants.

– Chez Swissprinters, 2010 a été l'année des changements: Alfred Wälti a été nommé nouveau responsable de groupe, la marque et le nom



**Président du conseil
d'administration
de Swissprinters Holding**

de l'entreprise ont été uniformisés et chez Swissprinters Lausanne (ex Imprimeries Réunies Lausanne SA), Nicolas Sauvant a succédé à Gérald Lechault à la tête de la région Romandie. L'année 2011 sera-t-elle aussi dynamique ?

– La nouvelle raison sociale Swissprinters, attribuée aux quatre imprimeries qui portaient auparavant

des noms entièrement différents, est extrêmement importante pour notre présence sur le marché. Quant aux deux changements à la tête du groupe et en Romandie, ils représentent pour nous une véritable chance. Etant donné que le secteur de l'imprimerie connaît de grands bouleversements, l'année 2011 devrait suivre une évolution comparable. Comme nous voulons rester l'acteur leader du marché, il nous faut adapter rapidement nos structures.

– Ce qui signifie concrètement ?

– Je ne peux rien dire pour l'instant. Nous n'avons pas encore adopté de résolutions.

– Cette année, Tamedia deviendra associé majoritaire chez Edipresse, *Suite en page 3*

édito Victoria Marchand L'iPad : un mirage ?

Tout le monde y a cru, la tablette électronique allait sauver la presse écrite de l'irrésistible migration des audiences du papier vers le web. Après avoir créé des sites pour offrir gratuitement leurs contenus online, après avoir développé des applications mobiles, les éditeurs ont vu dans l'iPad et autres tablettes Android l'objet sauveur. Enfin un outil numérique qui allait permettre de respecter l'architecture d'un journal, tout en annulant les coûts d'impression et de distribution.

12 mois après son lancement par Steve Jobs, les résultats ne sont pas à la hauteur des attentes. Le public séduit ne veut que des applications gratuites et rechigne à payer et encore plus à renouveler un abonnement. Côté rédaction, la mise en place des versions tablettes s'avère plus chère que prévu. Il faut purger la publicité des versions print, introduire de la vidéo, enrichir plus souvent le contenu. Cela a un prix que les annonceurs ne veulent pas payer car il n'y a pas assez d'audience! Bref, c'est le serpent qui se mord la queue.

Invité au Créadigital Day, Philippe Gendret, directeur Digital & Business development chez Edipresse, a convenu que si la tablette est LA solution pour les livres, elle ne l'est pas encore pour la presse. De quoi abandonner cette piste? «Non, premièrement parce qu'on apprend toujours de ses erreurs. Sur le web, les expériences sont indispensables. Deuxièmement, la migration du print vers ces supports nomades prendra une vingtaine d'années. Plus long ne veut pas dire impossible!»



**Habillage intégral.
Le Top du Top !**

www.tpgpub.ch

tpg
pub
tpg · publicité SA

Sexy l'affichage mobile !



le groupe devenant ainsi associé chez Swissprinters. Qu'est-ce qui va changer pour vous ?

– Comme Swissprinters travaille exclusivement dans l'offset (rotatives et feuilles), Tamedia n'utilisant dans l'imprimerie, pour autant que je sache, que les rotatives à journaux, les choses ne devraient guère changer. Mais il est possible que des synergies soient dégagées si Tamedia décide de confier désormais à Swissprinters l'impression des magazines actuellement produits par Ziegler Druck à Winterthour.

– Le conseil d'administration de Swissprinters va-t-il être remanié ?

– Actuellement, Edipresse a délégué son CFO Michel Preiswerk. Nous ignorons si Tamedia envisage un changement, ce qu'elle est parfaitement en droit de faire.

– L'augmentation du nombre d'actionnaires chez Swissprinters serait-elle une option ?

– Non. En 2004, Ringier a lancé un partenariat avec la NZZ, les deux sociétés coopérant depuis 2006 avec Edipresse. Je ne vois pas qui, en Suisse, pourrait s'engager dans un autre partenariat.

– Même pas Ziegler Druck, le numéro 2, dont Tamedia détient 20% des parts ?

– Non plus.

– En décembre 2010, Swissprinters a mis en service à Zofingen la plus grande presse offset rotative 72 pages de Suisse. Cette machine de 300 tonnes est en mesure d'imprimer 3,6 millions de pages A4 en quadri-chromie par heure. Vous avez investi 30 millions de francs dans cette machine. Pourquoi une telle dépense alors que depuis des années, la profession ne cesse de déplorer les surcapacités existantes ?

– C'est juste. Mais depuis la mise en service de la nouvelle presse 72 pages, nous avons mis au rebut nos deux rotatives héliogravure qui

représentaient globalement une capacité supérieure. Cet investissement nous permet concrètement de réduire nos capacités de 43% environ par rapport au nombre de pages pouvant être simultanément imprimées. En réalité, ce taux est même inférieur, car la nouvelle presse est plus rapide et les temps de préparation plus courts.

– En 2008/09, Swissprinters avait déjà investi 30 millions de francs dans des presses offset sur rotatives à Saint-Gall (32 pages), Lausanne et Zofingen (16 pages chacune), une presse offset sur feuilles 10 couleurs ayant été achetée pour Schlieren. Comment expliquer ces acquisitions ?

– Avant d'être regroupées, les activités de Ringier, NZZ et Edipresse étaient d'abord dissociées. Chaque imprimerie utilisait donc différents procédés : offset sur rotatives, offset sur feuilles et héliogravure. L'uniformisation s'imposait et, dès 2008, les deux imprimeries de Rotkreuz et Zurich (offset sur feuilles) ont fusionné. À Lausanne, nous avons abandonné une presse offset sur rotatives 16 pages devenue inutile sur le marché romand. Par contre, Zofingen peut imprimer 16, 48 et 72 pages, Saint-Gall 16 et 32, avec même une petite part d'offset sur feuilles. Tout ceci nous permet de produire chaque commande sur le site convenant le mieux.

– Vous avez investi sur les quatre sites... est-ce judicieux sur le long terme ?

– Même si nous avons installé une nouvelle presse 32 pages à Saint-Gall, la décision avait été prise dès 2006. Par contre, à Lausanne, nous avons seulement rénové la presse 16 pages existante.

– Quel est le rôle incombant à la distribution dans les décisions concernant les sites ?

– Elle ne joue qu'un rôle secondaire dans le secteur des magazines et des catalogues. Considérons plutôt que la production peut être plus rentable en ayant toutes les presses au même endroit.

– Donc Swissprinters compte regrouper d'autres imprimeries ?

– Dans ce secteur connaissant un très fort processus de concentration, il serait dangereux d'exclure cette éventualité.

– La prochaine décision en terme de sites tombera-t-elle dès cette année ?

– Je le répète: toutes les décisions n'ont pas encore été prises pour cette année. Mais nous surveillons notre stratégie de manière permanente.

– Au second semestre 2009, Basler Zeitung Medien a abandonné l'offset sur rotatives, Weber-Benteli (Bienne) ayant déjà franchi le pas il y a un an. En même temps, des titres disparaissent ou les tirages sont réduits. Sans oublier que la concurrence produit à moindres coûts à l'étranger. L'imprimerie suisse risque-t-elle de disparaître un jour ?

– Il est certain qu'en Suisse, les capacités d'offset sur rotatives vont encore diminuer. L'imprimerie est un secteur aussi difficile que complexe. Mais comme le produit imprimé ne disparaîtra jamais, on aura toujours besoin des capacités correspondantes. Une rentabilité et une flexibilité maximales sont toutefois nécessaires pour notre survie. Et nous y travaillons.

– Depuis 2007, Swissprinters a supprimé 320 emplois et délocalisé 70 postes. Comment ce développement va-t-il se poursuivre ?

– Il est évident que la création d'emplois est impossible, chez Swissprinters comme partout ailleurs.

– Parlons de la crise économique: quel a été son impact sur Swissprinters ?

– Ses retombées ont été massives, notamment en raison des réactions outre-Rhin, divers prestataires allemands proposant des tarifs ne pouvant aucunement couvrir leurs coûts. Mais c'est typique de la profession: on investit, on paie la presse et elle tourne jusqu'à ce qu'elle tombe en morceaux. Et la faiblesse de l'euro ne conforte pas notre situation.

– Début 2010, on a appris que Swissprinters voulait quitter l'association professionnelle Viscom. Pourquoi ?

– Le conseil d'administration a effectivement discuté les coûts et les avantages de l'association – et il a donc résilié son adhésion à titre préventif. Mais nous avons ensuite trouvé un consensus avec Viscom.

– Quels sont les arguments vous incitant à rester chez Viscom ?

– L'existence d'une fédération défendant les intérêts de la profession est cruciale, la formation professionnelle et la convention collective de travail étant d'autres arguments pertinents.

– Parlons de vous, Martin Werfeli: fin 2008, vous avez démissionné de votre poste de CEO chez Ringier tout

en restant dans l'entreprise, comme membre du CA de Ringier Holding et comme président du CA de la division Impression de Ringier (Ringier Print). Comment votre budget-temps a-t-il évolué ?

– Lorsque j'étais CEO, je travaillais à 180% et maintenant, j'en suis juste à 100%. J'ai désormais plus de temps pour moi-même et pour des activités non lucratives.

– Il suffit de consulter le registre du commerce pour s'en rendre compte: depuis l'abandon de votre poste de CEO, vous vous engagez dans plusieurs fondations sociales et associations, vous conseillez des organisations sans but lucratif, vous travaillez pour les personnes handicapées et soutenez une école privée ainsi que des enfants défavorisés, en Suisse et à l'étranger.

– Ce n'est pas tout à fait correct. Je me suis toujours engagé sur le plan social, donc il n'y a rien de nouveau dans ces activités. La société Ringier est elle aussi socialement engagée depuis longtemps.

– Sur quelle philosophie repose votre engagement ?

– Je veux être là pour les personnes moins favorisées. C'est moins une question de philosophie que de foi chrétienne.

– Donc votre engagement est basé sur une conviction religieuse; mais d'un autre côté, vous procédez à des licenciements pour motifs économiques – deux aspects difficilement conciliables ?

– Cela peut sembler être en discordance mais il suffit d'y regarder à deux fois. Car la réduction des effectifs est parfois impérative si l'on veut éviter de devoir un jour licencier des centaines de personnes.

PROPOS RECUEILLIS PAR
MARKUS KNÖPFLI

» www.swissprinters.ch

Rédaction

Rédaction en chef:
Victoria Marchand (victoria@cominmag.ch)

Responsable de la publication:
Olivier Cretton (olivier@cominmag.ch)

Collaborations régulières:
Gauthier Huber, Natalia Tsarkova (TransMedia),
Markus Knöpfli, Clément Charles (toutlecontenu.com),
Joel Vacheron, Arnaud Grobet (Label), Alexandre Gonzalez,
Sabine Dufaux, François Praz, Nicolas Fermont (Netinfluence)

Comité d'édition:
François Besençon, Gabrielle Burnand,
Olivier Cretton, Victoria Marchand

Dessins: Cédric Gachet (Guidelines)

Sommaire

TRAVELLING p. 4 à 8

COMMUNICATION p. 9 à 21

MÉDIA p. 22 à 26

CHRONIQUES p. 12, 18, 22, 24, 27, 29

COCKTAILS p. 28

CHIFFRES p. 30