

who
2020
is
who

**Les 100 personnalités
les plus importantes
de l'économie suisse**

NEW

Eric Gujer, 57 ans

Rédacteur en chef «NZZ», Zurich

Après des études d'histoire, de sciences politiques et de culture slave aux universités de Fribourg-en-Brisgau et de Cologne, Eric Gujer rejoint la *NZZ* en 1986 comme stagiaire et pigiste. Plus tard, il sera correspondant à l'étranger, d'abord en RDA, puis à Tel-Aviv, à Moscou et, à partir de 1998, à Berlin. Son intérêt pour la politique allemande ne s'est pas démenti après son retour à Zurich en tant que chef de la rubrique internationale. En 2015, il devient rédacteur en chef, après de fortes turbulences internes.

Lancée à l'été 2017, une déclinaison de la *NZZ* en Allemagne comprend une newsletter hebdomadaire baptisée «Der andere Blick» (l'autre regard). Sous Eric Gujer, la *NZZ* a gagné en affinité avec l'Allemagne et a renforcé sa position de média bourgeois libéral de premier plan. Cette stratégie n'est pas du goût de tout le monde mais semble gagnante. Depuis 2015, les abonnements payants en ligne et sur papier ont augmenté de plus de 10% pour atteindre le nombre de 164 000, alors que les chiffres sont en baisse dans le secteur.



Sous Eric Gujer, la «NZZ» a gagné en affinité avec l'Allemagne.



Tom Hanan: «L'art de la révolution est dans notre ADN.»

NEW

Tom Hanan, 48 ans

Fondateur et CEO Webrepublic, Zurich

Peu de personnes se sont autant intéressées à la numérisation que Tom Hanan, qui fut le premier employé de Yahoo! en Suisse et, quatre ans plus tard, en 2000, le premier collaborateur de Google à Zurich. Aujourd'hui, cet homme de 48 ans détient la plus grande agence numérique indépendante du pays avec Webrepublic. La firme que Tom Hanan a fondée avec Tobias Zehnder en 2009 – juste après la crise financière – emploie 170 collaborateurs. «J'ai alors réalisé que la compréhension du marketing numérique dans le paysage des agences était beaucoup trop peu axée sur les données», explique Tom Hanan. Il a comblé cette lacune avec sa «Digital Full Service Agency». Credit Suisse, Migros, CFF, McDonald's ou Nescafé comptent parmi ses clients. Tom Hanan s'abstient systématiquement de toute campagne politique, une décision prise bien avant le scandale de Cambridge Analytica. Au registre des particularités, un voilier centenaire trône dans les bureaux zurichois, les équipes de Webrepublic se désignent elles-mêmes comme des «tribus», les employés de Suisse romande sont surnommés «les enfants terribles», l'étoile rouge du logo est une copie de celle de Che Guevara. Selon Tom Hanan: «L'art de la révolution est dans notre ADN».