



Tamedia
Communication d'entreprise

Communiqué de presse

Tamedia poursuit sa transformation : un journalisme fort, deux pôles d'activité et l'IA comme unité centrale

Tamedia se réorganise : le journalisme de qualité, porté par un éditorial fort, demeure un pilier central de l'entreprise et sera encore renforcé. Des changements interviennent à la rédaction en chef de la Basler Zeitung. À compter du 1er mars 2026, le groupe de médias adaptera son organisation et sera structuré autour de deux pôles – Premium Digital et Premium Print & E-Paper – avec l'ambition de proposer les meilleurs produits payants de Suisse. L'intelligence artificielle (IA) sera ancrée à l'échelle de l'entreprise en tant qu'unité centrale.

Zurich, le 27 janvier 2026 – Le secteur des médias traverse une mutation structurelle profonde : évolution des attentes du public, recul du marché de l'imprimé et transfert massif des investissements publicitaires suisses vers des plateformes globales imposent des ajustements rapides et continus de la stratégie et de l'organisation. C'est dans ce contexte que Tamedia a lancé, en août 2024, un vaste processus de transformation visant à rester, à l'avenir aussi, le premier groupe de médias de Suisse et à continuer d'incarner un journalisme fiable et de grande qualité.

Depuis lors, des bases solides ont été posées : le travail journalistique a été réorganisé à l'échelle de l'entreprise selon une logique orientée canaux et usages, l'accent a été mis sur quatre marques numériques clés, la commercialisation publicitaire a été regroupée et l'impression des journaux a été consolidée dans un centre d'impression central à Berne. La prochaine étape s'engage désormais.

Nouvelle rédactrice en chef à la Basler Zeitung

Un changement de responsabilité d'une marque phare de Tamedia, la Basler Zeitung (BaZ). L'actuelle rédactrice en chef adjointe de la BaZ, Nina Jecker, succédera à Marcel Rohr à compter du 1er février 2026, après sept années de direction du titre. Ce changement s'inscrit dans la dynamique de développement numérique et de renforcement de l'intelligence artificielle chez Tamedia (voir communiqué séparé).

Séparation stratégique du print et du digital - IA & Data comme unité centrale

À compter du 1er mars 2026, les activités de marché de Tamedia seront encore davantage orientées vers les lectrices, lecteurs et la clientèle. Le print et le digital seront séparés sur le plan organisationnel et gérés au sein de deux pôles d'activité distincts : Premium Digital et Premium Print & E-Paper. L'objectif est d'accélérer fortement le développement du digital, afin de créer l'offre payante numérique la plus attractive de Suisse et de renforcer durablement la portée, la pertinence et la capacité de génération de revenus des offres journalistiques. Les produits imprimés de haute qualité restent un élément central du portefeuille et, grâce à l'e-paper moderne, le print sera encore renforcé. La réorganisation entraînera une réduction de 25 à 30 postes équivalents plein temps. Un plan social s'appliquera aux collaboratrices et collaborateurs concernés.

À l'avenir, Tamedia misera de manière encore plus systématique sur l'intelligence artificielle (IA) : les activités correspondantes seront regroupées au sein de l'unité AI & Data, placée sous la direction de Nadia Kohler. Cette unité est directement rattachée à la CEO et contribuera de manière déterminante au développement des produits ainsi qu'à l'amélioration de l'efficacité et de la productivité des processus et de l'organisation.

Une transformation menée avec vision – organisationnelle, technologique et éditoriale

La nouvelle structure organisationnelle comprend ainsi le pôle éditorial (direction : Simon Bärtschi), les deux pôles d'activité Premium Digital (direction : Marc Isler) et Premium Print & E-Paper (direction : Jürg Mosimann), ainsi que le pôle Technology (direction : Marcel Holdener). L'organisation des rédactions reste inchangée et les marques clés ne sont pas concernées par la réduction des effectifs.

Jessica Peppel-Schulz, CEO de Tamedia, déclare : « Les usages médiatiques et le marché publicitaire ont profondément évolué. Il est essentiel d'en tenir compte et de s'y adapter afin que Tamedia continue, demain aussi, d'incarner le journalisme de qualité. Le fait que la réorganisation entraîne également une réduction d'effectifs me peine. La séparation organisationnelle des pôles print et digital nous permet d'améliorer encore l'orientation utilisateur de nos produits. Parallèlement, nous utilisons de manière ciblée l'IA et les données afin de permettre un journalisme différenciant et économiquement durable. Cela garantit notre indépendance et nous permet de proposer l'offre journalistique payante la plus attractive de Suisse. La réduction de postes qui en découle est douloureuse : chaque collègue que nous perdons est une perte. Cette situation est particulièrement éprouvante pour les personnes concernées elles-mêmes, mais aussi pour les équipes et pour l'ensemble du management de Tamedia. Nous devons toutefois assumer cette responsabilité afin de donner un avenir au journalisme et à Tamedia. Il est d'autant plus important de mettre en œuvre ces étapes de manière responsable, avec respect et dignité, et de les accompagner d'un plan social qui soutient les personnes concernées dans les prochaines étapes. »

Une vision claire

Avec un éditorial fort, un accent clair mis sur le journalisme de qualité, une organisation allégée, focalisée et moderne, ainsi que AI & Data comme unité centrale et moteur du changement, Tamedia continuera, sur le long terme, de proposer les meilleurs produits premium en print et en digital.

Contact

Edi Estermann, Communication d'entreprise Tamedia

kommunikation@tamedia.ch

À propos de Tamedia

L'histoire de Tamedia remonte au Tages-Anzeiger fondé en 1893. Aujourd'hui, l'entreprise nationale de médias emploie plus de 1300 personnes en Suisse alémanique et romande, et fait partie du réseau éditorial leader. Les quotidiens et hebdomadaires, les magazines et les plateformes d'information de Tamedia sont ancrés localement et interconnectés au niveau international. Ils créent de la publicité et offrent une orientation et du divertissement. Parmi les marques médiatiques renommées de Tamedia figurent notamment 24 heures, Basler Zeitung, Bilan, BZ Berner Zeitung, Das Magazin, Der Bund, Finanz und Wirtschaft, Le Matin Dimanche, Schweizer Familie, SonntagsZeitung, Tages-Anzeiger, Tribune de Genève ainsi que les journaux régionaux zurichois (ZRZ). En outre, le portefeuille comprend également des imprimeries de journaux et une unité de commercialisation propre. Tamedia est une entreprise de TX Group.

www.tamedia.ch