



Tamedia
Communication d'entreprise

Communiqué de presse

«Don't be Shy»: Tamedia réalise un reportage d'investigation

Tamedia élargit son offre numérique et publie pour la première fois un documentaire d'investigation de 70 minutes. «Don't be Shy – die Abgründe des Party-Geschäfts» («Don't be Shy – le sombre business des fêtes de luxe») dévoile les agissements d'un influenceur mode zurichois et organisateur de fêtes. L'enquête repose sur des vidéos «fuitées» et des témoignages de personnes concernées.

Zurich, le 14 février 2025 – Tamedia présente une enquête d'investigation détaillée sous la forme d'un documentaire de 70 minutes, d'un podcast en trois parties et d'une série d'articles approfondis. Une approche inédite qui mêle recherches poussées et traitement audiovisuel de haute qualité. Le but: présenter à un large public un travail d'investigation de longue durée sur nos plateformes numériques.

«Don't be Shy» n'est pas le premier reportage d'investigation de ce type que propose le Tages-Anzeiger, mais il est présenté sous un format vidéo inédit de 70 minutes, ce qui en fait l'un des reportages les plus détaillés à ce jour. L'enquête s'est déroulée sur trois ans, en étroite collaboration entre «Das Magazin», la cellule d'investigation et l'équipe «Nouveaux contenus numériques». Les révélations reposent sur des recherches approfondies, des entretiens avec des personnes proches de l'affaire, des victimes et des vidéos exclusives d'un informateur. L'enquête dévoile les liens de l'influenceur, qui s'étendent bien au-delà de la scène festive suisse.

Simon Bärtschi, responsable des publications chez Tamedia et membre de la direction: «La force de Tamedia est de proposer un journalisme de qualité – ici, avec un bouquet multimédia, qui comporte un reportage documentaire exclusif, un podcast, des interviews ainsi qu'une table ronde. Je me réjouis énormément de cette publication.»

Le film est désormais disponible en exclusivité

Le documentaire sera diffusé le 14 février à 17h sur tous les canaux numériques du Tages-Anzeiger, de la Berner Zeitung, de la Basler Zeitung et de 24 heures. Les lectrices et

lecteurs peuvent accéder au film avec un pass journalier pour 3 francs. Parallèlement à la publication numérique, cette enquête d'investigation paraîtra dans l'édition du samedi de «Das Magazin» et dimanche dans «Le Matin Dimanche». Au cours des prochaines semaines, le documentaire sera complété par des reportages approfondis, des interviews et de nouvelles pistes.

Pour de plus amples informations: <https://www.tagesanzeiger.ch/424562369467>,
<https://www.bernerzeitung.ch/424562369467>, <https://www.bazonline.ch/424562369467>,
<https://www.24heures.ch/424562369467>

Contact

Franziska Lurk, Communication d'entreprise Tamedia
franziska.lurk@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