



Tamedia  
Communication d'entreprise

Communiqué de presse

# Tamedia lance une nouvelle campagne d'image: «Des voix qui donnent le ton»

**Tamedia souligne les valeurs fondamentales communes de ses quatre marques clés «Tages-Anzeiger», «Basler Zeitung», «Bernern Zeitung» et «24 heures» en lançant une nouvelle campagne d'image. Avec le slogan «Des voix qui donnent le ton», Tamedia souligne l'importance d'un paysage médiatique ouvert et équilibré: indépendance et diversité vont de pair et constituent la base d'un journalisme crédible et de qualité. La campagne débutera début décembre en Suisse alémanique et en Suisse romande.**

Zurich, le 1<sup>er</sup> décembre 2025 – Quelles sont les valeurs communes des quatre marques centrales de Tamedia? Ce sont la diversité des opinions et l'équilibre, l'indépendance et l'innovation qui donnent naissance au journalisme de qualité auquel aspire l'entreprise Tamedia à travers ses produits. Et pourtant, chaque titre doit vivre sa propre identité. Avec sa nouvelle campagne d'image, Tamedia met en avant ces valeurs fondamentales tout en soulignant l'identité régionale des titres: « Des voix qui donnent le ton»: tel est le nouveau slogan qui, associé à des phrases propres à chaque région, véhicule l'exigence journalistique de Tamedia.

«Avec “Des voix qui donnent le ton”, nous montrons ce que nos titres ont en commun: un journalisme de qualité, indépendant et équilibré, qui donne une orientation et favorise la libre pensée», explique Jessica Peppel-Schulz, CEO, avant de poursuivre: «La campagne rassemble nos marques régionales fortes. Nos lectrices et nos lecteurs découvrent chaque jour une pluralité surprenante, perspicace, profonde et parfois aussi pleine d'humour. Nous incarnons l'équilibre, soutenus par des recherches indépendantes et des compétences régionales.»

Simon Bärtschi, responsable des publications chez Tamedia, commente: «Lorsqu'elles discutent et rédigent des articles, nos rédactions ne se contentent pas de suivre les critères de qualité que sont la pertinence, l'équilibre et la diversité. Nos valeurs fondamentales sont continuellement validées lors de bilans quotidiens, dans des groupes de rédaction sélectionnés ainsi que dans le cadre de contrôles de qualité annuels réalisés par des spécialistes externes.»

La campagne a été mise en œuvre en collaboration avec l'agence Fraser à Zurich. Cette agence de création connaît parfaitement le marché suisse des médias et a l'inventivité nécessaire pour concrétiser les exigences journalistiques élevées de Tamedia grâce à une communication percutante et précise.

La campagne débutera le 1<sup>er</sup> décembre 2025.

## **Contact**

Edi Estermann, Head of Corporate Communications

[kommunikation@tamedia.ch](mailto: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 zurichoïses (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](http://www.tamedia.ch)