

Genève, le 15 septembre 2022

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Nouvelle régie publicitaire exclusive sur le marché romand

Dès janvier 2023, Le Temps s'imposera en nouvel acteur sur le marché publicitaire romand. Une équipe dédiée est en place et lance ces jours une opération d'approche active de la clientèle. Cela en parallèle au partenariat publicitaire conclu entre Le Temps et la NZZ sur le marché national.

Le Temps renforce avec conviction son engagement auprès du marché publicitaire romand et crée une nouvelle structure dédiée. L'équipe composée de huit professionnels actifs dans le conseil à la clientèle, la vente, la promotion, la gestion de contenus print comme numérique, sera au quotidien à l'écoute du marché. Proche des préoccupations des entreprises et du tissu économique romand, avec pour ambition d'y répondre de manière ciblée et personnalisée.

Cette stratégie s'inscrit dans une volonté de présenter aux acteurs de l'économie romande une palette d'offres englobantes. Celle-ci combine publicité (print et digital) et partenariats, à l'évènementiel, aux suppléments thématiques, à la création de contenus, autant de domaines qui font la spécificité du Temps.

« Seul quotidien romand à vocation régionale, nationale et internationale, Le Temps se doit d'être proche du tissu économique au cœur duquel il est actif et où se trouve la majorité de son lectorat. Grâce à ce développement, les PME romandes trouveront une équipe d'interlocuteurs aptes à leur proposer des solutions adaptées à leur besoin de communication, cela en termes de conseils, de contenus et de ciblage d'audiences », se réjouit Zeynep Ersan Berdoz, directrice Stratégie et Développement du Temps SA. Sébastien Cretton, responsable Développements et Financement et qui coordonne l'ensemble de cette nouvelle activité commerciale, va dans le même sens : "Le Temps a massivement investi depuis l'automne dernier dans le développement de l'offre éditoriale régionale, il nous est apparu comme essentiel d'adopter la même stratégie pour le traitement du marché publicitaire local."

En parallèle, le partenariat signé cet été avec la NZZ se met en place. Dès janvier 2023, NZZ deviendra la régie publicitaire nationale du Temps. NZZOne et Audiennz, références incontestées dans leurs segments respectifs, s'adresseront au marché national et international d'une seule et même voix pour conquérir des annonceurs visant une couverture globale du marché.

Enfin, l'attachement de la rédaction au travail sur le terrain s'est concrétisé l'automne dernier par un nouvel élan et un investissement éditorial fort dans les cantons romands : Genève et Vaud, mais aussi en Valais, à Neuchâtel, à Fribourg et dans le Jura.

Le Temps – à propos

Média de référence, Le Temps est le seul quotidien francophone à vocation nationale et internationale en Suisse. Depuis janvier 2021, il appartient à la [Fondation Aventinus](#). Il emploie plus de 120 collaboratrices et collaborateurs, dont des correspondants à New York et à Paris, et s'appuie sur un solide réseau de pigistes dans le monde entier. Fondé en mars 1998, Le Temps résulte de la fusion du journal de Genève & Gazette de Lausanne et du Nouveau Quotidien.

Pour plus d'informations

Monique Graber : +41 79 266 62 21, monique.graber@letemps.c