

Chronologie

1999

Naissance de la société sous le nom de Largeur.com. Ses fondateurs, Pierre Grosjean et Gabriel Sigrist, lancent le premier magazine en ligne de langue française, sur le modèle de l'américain Salon.com.

2000

La société basée à la rue de Montbrillant, à Genève, entame une activité de prestataire de services en fournissant du contenu éditorial ainsi que des forums modérés à d'autres sites, dont MSN (Microsoft) et Bluewin (Swisscom). Un investisseur en capital risque américain, installé à Genève, acquiert une part minoritaire des actions.

2001

La société développe l'activité d'agence de presse. Elle propose des sujets et vend des articles sur mesure (chroniques, enquêtes, interviews, reportages) aux médias. Des partenariats sont établis avec Le Matin Dimanche (Edipresse), puis avec son concurrent dominical Dimanche.ch (Ringier). L'agence développe par ailleurs une plateforme de forums et de chat-rooms pour la Télévision suisse romande (TSR) et l'éditeur Ringier.

2002

L'agence réalise un prototype de mensuel national anglophone, baptisé UltraViolet, avec les journalistes américains Christina Ferrari Muller (de Teen People et Wallpaper) et Henry Muller (de Time Magazine). Les collaborations se développent avec Ringier et la Télévision suisse romande.

2003

La société édite un recueil d'enquêtes et de chroniques prospectives intitulé «77 mots clés pour le futur». Elle développe ses partenariats avec les éditeurs de presse et établit une collaboration avec le newsmagazine L'Hebdo (Ringier). Cette collaboration étroite sera reconduite annuellement par l'éditeur, faisant de l'agence un partenaire privilégié de L'Hebdo, que les lecteurs de l'hebdomadaire reconnaissent et plébiscitent. L'agence emménage dans de nouveaux locaux, plus spacieux, situés juste à côté du bureau initial de la rue de Montbrillant.

2004

La compagnie aérienne Flybaboo, qui vient de se lancer à Genève, confie à l'agence la réalisation de son magazine, BabooTime; Gabriel Sigrist et Pierre Grosjean développent le concept d'un guide urbain élégant, avec sélections de bonnes adresses et photographie soignée. Le magazine, vendu en kiosques, séduit les lecteurs autant que les annonceurs du luxe et de l'horlogerie. Avec BabooTime, l'agence démontre son savoir-faire en matière de custom publishing (magazines sur mesure réalisés pour des entreprises), un secteur en forte croissance.

2005

La société inaugure une nouvelle identité visuelle, poursuit ses collaborations avec les grands éditeurs suisses (PME Magazine et Private Banking de l'éditeur Axel Springer) et développe sa clientèle dans le custom publishing. Le réseau Rezonance s'adresse à l'agence pour la réalisation de «Innovation Made In Switzerland», un livre présentant les entreprises les plus innovantes du pays. L'entreprise Immostreet et le groupe automobile Chevalley (qui représente les marques Mercedes-Benz et Bentley en Suisse romande) confient également à la société la production de contenu pour leurs magazines.

2006

L'éditeur moscovite de FC Novosti confie à l'agence la production du bimestriel économique Business Mir, en russe et en anglais. L'agence réalise la deuxième édition du recueil «Innovation Made In Switzerland» et participe au lancement du premier quotidien gratuit romand, Le Matin Bleu. Une petite rédaction est mise sur pied afin de lui fournir des sujets exclusifs. Plusieurs institutions confient à l'agence des mandats éditoriaux, dont les transports publics suisses CFF et l'administration fédérale (Seco). Un partenariat est initié avec la version francophone de Migros Magazine (580'000 lecteurs audités), auquel l'agence fournit des articles exclusifs dont certains sont également publiés en allemand. L'agence gagne le concours organisé par l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL) pour la réalisation d'un ambitieux magazine scientifique: le premier numéro de Reflex sort en fin d'année en deux versions, anglaise et française.

2007

Le magazine scientifique Reflex, publié avec l'EPFL, est distribué en kiosques dans toute la Suisse et attire les annonceurs. L'agence développe de nouvelles formules, plus étoffées, pour le magazine du groupe Chevalley et pour le mensuel économique Business Mir, qui monte en gamme et augmente sa pagination. Les Transports publics genevois (TPG) confient à l'agence la réalisation d'une nouvelle publication. En un an, l'entreprise a doublé son effectif et son chiffre d'affaires. Elle compte désormais douze collaborateurs et emménage dans de nouveaux locaux, plus vastes, à la rue Abraham-Gevray, dans le quartier genevois des Pâquis.

2008

Le Centre hospitalier universitaire vaudois (CHUV) mandate l'agence pour la réalisation de son magazine, destiné à ses 8'000 collaborateurs et à ses patients. Un partenariat est initié avec le magazine économique Bilan. L'agence bénéficie désormais de partenariats éditoriaux avec les trois principaux éditeurs du pays (Ringier, Edipresse et Axel Springer) et touche une audience cumulée de plus d'un million de lecteurs. Les Transports publics genevois sollicitent l'agence pour la réalisation d'un nouveau guide de Genève. Tiré à 80'000 exemplaires et baptisé le Renard sur la Lune, ce guide urbain présente les meilleurs restaurants et cafés, les meilleurs itinéraires de balade et des index utiles. Il se distingue également par son graphisme, ses illustrations originales et ses photos de grande qualité, signées Fred Merz, qui lui vaudront des prix

2009

L'entreprise regroupe l'ensemble de ses activités d'agence de presse et de custom publishing sous l'identité LargeNetwork. Une nouvelle maquette du magazine en ligne Largeur.com est inaugurée par la même occasion. Le magazine L'Hebdo confie à LargeNetwork l'organisation de ses suppléments thématiques régionaux. L'agence renforce ses compétences germanophones en établissant des partenariats avec des entreprises alémaniques. Elle s'étend aussi sur le marché anglophone, notamment grâce à un partenariat avec World Radio Switzerland pour produire le magazine OnAir, distribué à 50'000 lecteurs de langue anglaise vivant en Suisse. LargeNetwork s'impose comme le leader du custom publishing en Suisse romande, et comme la première agence de presse indépendante de Suisse. Elle réalise avec le photographe Nicolas Righetti le livre de reportage «Calvin World», qui réunit des portraits d'homonymes de Calvin vivant aujourd'hui sur les cinq continents. Le groupe agro-alimentaire Nestlé mandate l'agence pour divers mandats de consulting.

2010

LargeNetwork lance Swissquote Magazine, qui s'impose d'emblée comme le plus gros tirage des magazines économiques suisses. La Fédération des entreprises romandes Genève (FER-GE) confie à l'agence la rédaction d'une partie de son quinzomadaire Entreprise Romande. Les Services Industriels de Genève (SIG) confient à LargeNetwork la refonte de leur magazine Vive la Vie, 190'000 exemplaires. Pour la marque horlogère Audemars Piguet, l'agence lance une plateforme de communication baptisée Audacity. Dès l'été, La Tribune de Genève confie à LargeNetwork la réalisation de la page quotidienne de bons plans «Aujourd'hui». En fin d'année, LargeNetwork est choisi pour réaliser la nouvelle maquette du magazine interne de BNP Paribas (Suisse).

2011

LargeNetwork est mandatée pour réaliser la revue Hémisphères, distribuée en librairie. Hémisphères se consacre à la recherche dans les domaines du design et de l'ingénierie, entre autres, et s'appuie sur le réseau des Hautes Ecoles Spécialisées de Suisse occidentale (HES-SO). LargeNetwork inaugure un nouveau département consacré à la réalisation d'infographies, pour ses propres magazines et pour ses clients. L'agence réalise une grande exposition consacrée à l'énergie pour le compte de SIG et décroche par ailleurs des mandats du Département fédéral de l'économie (Seco) et de la Chancellerie de l'Etat de Genève.

2012

Bobst, leader mondial du cartonnage, choisit l'agence pour réaliser son magazine interne, en cinq langues (français, anglais, allemand, italien et chinois). L'organisation mondiale de la propriété intellectuelle (WIPO/OMPI) confie à LargeNetwork la réalisation de nombreuses infographies à haute valeur ajoutée. La banque privée genevoise Lombard Odier confie à l'agence la réalisation d'une publication sur la conférence TedX organisée à Lausanne. L'agence réalise des sites internet pour le CHUV ainsi que la nouvelle maquette de la célèbre Feuille d'avis officielle de l'Etat de Genève, une ambitieuse campagne de publicité pour SIG, divers contenus pour le joaillier Chopard et des infographies pour le magazine de design DADI, édité par Ringier.

2013

Tout en continuant à coéditer ses différents magazines (Reflex, Hémisphères et Swissquote Magazine), LargeNetwork organise à Boston l'exposition Swiss Style Reboot, qui présente des travaux innovants en matière de design d'information inspirés de l'école graphique suisse. En fin d'année, l'agence lance In Vivo, un nouveau magazine de santé en partenariat avec le CHUV. Le géant de la réassurance Swiss Re confie à l'agence la réalisation d'un livre pour son département des ressources humaines.