

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2009

GÉNÉRALITÉS

Lors de l'AG du 17 juin 2009, les membres ont adoptés une nouvelle structure opérationnel pour la Fédération Romande de Publicité comprenant un Comité, en charge de la stratégie et une direction a qui la responsabilité opérationnelle de l'association a été confiée.

Aussi, le 3^{ème} trimestre a été consacré essentiellement à la mise en place de cette organisation, notamment par l'adoption de plusieurs textes :

- La délégation formelle de compétences du comité à la direction adoptée le 9 septembre 2009
- L'image directrice de Publicité Romande qui arrête les lignes de force de la mission assignée à notre association adoptée le 9 septembre 2009
- Différents processus de travail réglant notamment l'activité de secrétariat

La mise en place de cette nouvelle gouvernance est aujourd'hui achevée et fournit les bonnes bases pour la poursuite de notre mission.

A la fin de l'année sous revue, citons encore :

- 387 membres au total au 31.12.2009
- Un bénéfice net de CHF 2'760.—après attribution de CHF 20'000.—à la réserve générale pour un bilan de CHF 244'483. Les fonds propres ont augmenté de CHF 22'760.—à CHF 104'018.

DÉPARTEMENT PAR DÉPARTEMENT

De manière volontaire nous avons pris la décision de renforcer considérablement notre action dans le domaine des affaires publiques, placées sous la direction de Claude Miffon. Dans ce dicastère, après avoir défini le processus de prise de position de

l'association, nous sommes intervenu publiquement à 4 reprises sur des sujets aussi divers que :

- l'interdiction des affiches anti-minarets
- le changement de nom de la chaîne Yes FM
- la nouvelle ORTV
- la cessation de la distribution de la chaîne M6 Suisse

Nos prises de position ont données lieu à des reprises par plusieurs titres de presse ainsi qu'à des interviews. Du côté des affaires juridiques, également dirigée par Claude Miffon depuis le départ à la retraite en décembre dernier de Alfred Haas, nous avons répondu à maintes demandes de conseils de la part de nos membres et avons rendu un avis important dans le cadre de la nouvelle ORTV. Sur le plan de la formation, Michel Repond a développé une activité intense de coordination avec les instituts offrant des formations dans le cadre de la communication commerciale et du marketing, ce afin de s'assurer que les apprenants romands puissent compter sur les bonnes formations et aient accès aux examens en Suisse romande et en français. Pour ce qui est des événements mis sur pied par Jean-Marc Brandenberger, citons en particulier :

- Une conférence au salon de l'automobile (35 personnes)
- Une conférence internationale sur le thème (130 personnes)
- Allmedia en novembre avec plus de 290 personnes
- MA-Sponsoring le 14 décembre avec la REMP (95 personnes)

Au total, c'est environ 550 personnes qui ont fréquentés les events Publicité Romande auxquels s'ajoutent les 600 participants au Grand mis en place par les Créatifs Romands en collaboration avec Publicité Romande.

Du côté des départements fonctionnels que sont la communication et le marketing membres, une activité importante a été déployée tenant compte notamment de la nouvelle marque Publicité Romande et du nouveau statut de membre qui vous sera présenté tout à l'heure.

ORGANES POUR L'EXERCICE 2009

Comité

Annonceurs	Preneurs d'ordres	Agences-conseil	Instituts de formation et formateurs
Véronique Chassot (Loterie Romande)	François Besençon (publisuisse) (Prés.)	Hervé Devanthéry (Synthèse)	Alain Curchod (ACM)
Emmanuelle Chatenet (Vaudoise Assurances)	Jean-Marc Brandenberger (Publigroupe)	Philippe Meyer (Saatchi & Saatchi)	René Engelmann (CREA)
	Raphael Briner (Hyperweek)	Patricia Orville (Do ! L'agence)	Marcello Romano (SAWI)
	Eliane Chappuis (RSR)	Michel Repond (Publitec)	Eric Voyame (ERACOM)
	Frédéric Chevallaz (BVA)	Frédéric Zamofing (Media Edge :CIA)	
	Antoine De Raemy (One FM)		
	Aline Nicole (Canal 9)		
	Claude Miffon (SGA)		

Direction

Président	François Besençon
Affaires publiques et juridiques	Claude Miffon
Formation	Michel Repond
Evénements	Jean-Marc Brandenberger
Communication	Hervé Devanthéry
Marketing-membres	Alain Curchod

Vérificateurs des comptes

Pascal Croisier
Pierre Eckert

REPRÉSENTATIONS PUBLICITÉ ROMANDE

Publicité Romande siège dans les associations suivantes de l'économie publicitaire :

	Actuel	Position
Alliance pour la liberté de la communication publicitaire	Claude Miffon	Membre Alliance
Child Action	Jean-Marc Brandenberger	Membre CO
Commission des examens Publicité Suisse	Michel Repond Jean-Marc Brandenberger	Membre commission
Commission des utilisateurs REMP	Paul Doy	Membre commission
Commission suisse pour la loyauté	Claude Miffon	Membre commission
MDLC	François Besençon	Conseil de fondation
Fondation de la statistique suisse en publicité	François Besençon	Conseil de fondation
Mediapulse	François Besençon	Conseil de fondation
Publicité Suisse	Claude Miffon	Vorstand
SAWI	François Besençon (Vice-Président) Jean-Marc Brandenberger Michel Repond	Schulvorstand
Presse Suisse	François Besençon	Membre
Markom	Michel Repond	Membre
Swissmarketing	?	Membre commission formation

COMINMAG

La société Comin SARL dont l'ayant droit économique est la Fédération Romande de Publicité a subi en 2009 de plein fouet la situation conjoncturelle très défavorable. Très dépendante de annonceurs « médias », ses revenus publicitaires ont reculé de plus de plus de 30% à CHF 154'440.--. Grâce à des mesures d'économies substantielles et à une modification du mode de comptabilisation des produits, la société a pu limiter sa perte à CHF 10'648.--. Cette perte ne met pas en danger la société qui, grâce à une gestion prudente et rigoureuse de mes prédécesseurs, compte sur un pp reporté important. Il ne s'agit pas d'un oreiller de paresse, mais bien d'un airbag bienvenu dans la situation actuelle. L'exercice 2010 sera lui aussi difficile pour Com In, ce notamment car les revenus publicitaires continuent à chuter et que la modification du mode de comptabilisation des recettes impactera négativement les comptes 2010. Le titre devrait se redresser financièrement dès 2011, ce au prix de plusieurs mesures

importantes visant à diminuer sa dépendance au marché annonceurs, notamment une augmentation du prix des abonnements afin de le remettre en conformité avec le contenu délivré. Paradoxalement, et heureusement (!), le titre a continué à gagner en signification sur le marché pour devenir la référence absolue en terme d'informations relatives à notre branche. Bravo à ses animateurs, Victoria Marchand sa rédactrice en chef et Olivier Cretton en charge du marketing.

ET POUR 2010

Un bref commentaire prospectif pour dire que notre action en 2010 sera marquée par 2 faits importants :

- L'appel à un article constitutionnel unique régissant la publicité lancé par Publicité Romande. Il n'est plus admissible que la publicité soit vue par les politiques comme un moyen de financer les médias. La discrimination entre les médias pour assurer la réalisation d'objectifs politiques tels que la sauvegarde de telle ou telle famille de média dessert l'économie suisse en diminuant l'offre de publicité dans notre pays de manière inacceptable. Qui plus est, elle est rendu obsolète par le formidable développement technologique que nous vivons, la presse écrite n'emprunte plus le seul vecteur papier pour se propager comme la télévision ne se distribue plus seulement sur un écran 4/3 dans les ménages suisses. Il faut donc abolir toutes les dispositions constitutionnelles et législatives discriminantes entre les médias et réintroduire, là où la sauvegarde d'intérêts publics prépondérants le justifie, des restrictions de publicité concentrées dans un article constitutionnel unique. C'est le sens de notre courrier au conseil fédéral du 29 avril dernier.
- L'intensification de nos liens avec Publicité Suisse qui entre dans une nouvelle ère sous la présidence du Conseiller aux Etats PDC tessinois Filippo Lombardi.

Lausanne, le 10 juin 2010

Publicité Romande

François Besençon

Président