

Image directrice PS Publicité Suisse et SW Schweizer Werbung

Préambule

Sans liberté en matière de communication commerciale, pas d'économie de marché.
Sans économie de marché, pas de démocratie.

1. Vision

Publicité Suisse est l'organisation faîtière de la communication commerciale en Suisse. Elle s'engage avec tous ses moyens et dans tout le pays pour la liberté en matière de communication commerciale en Suisse. Elle est considérée comme la voix officielle de la branche.

2. Mission

PS s'engage en faveur de conditions-cadres libérales pour la communication commerciale, pour l'importance, l'image et la réputation de ses activités économiques. Elle défend les intérêts de la communication commerciale envers les politiques, les autorités, les médias, le public et toutes autres organisations. PS agit de manière transparente et prend position sur les thèmes actuels, vise l'équilibre des intérêts entre tous les acteurs de la communication commerciale et s'engage dans la formation continue et professionnelle de la branche. Elle assure les conditions fondamentales pour une autorégulation efficace et responsable en matière de loyauté en publicité. Elle représente la Suisse dans les organes internationaux.

3. Valeurs

Les valeurs de PS sont celles de la démocratie, soit d'un ordre législatif basé sur la liberté, sur une économie de marché ainsi que sur la liberté d'opinion, d'expression et des médias. La communication commerciale s'exprime sous forme d'informations et d'émotions. Elle prend en compte les principes d'éthique et de loyauté définis par la commission suisse pour la loyauté. Comme organisation faîtière, elle se comporte de manière neutre à l'égard des acteurs de la branche. En outre, elle assure la transparence concernant ses relations, son financement et s'engage pour la transparence au sein de la branche.

4. Champs d'application

- Politiques, autorités et cadre législatif: PS se bat activement contre les restrictions publicitaires, en première ligne par la participation à des actions de communication et l'entretien de son réseau de relations. Elle veille de façon active au processus législatif suisse et aux conditions-cadres internationales, pour agir et réagir de façon adéquate.
- Autocontrôle : Elle s'engage pour un autocontrôle de la loyauté en matière de communication commerciale en Suisse. La Fondation suisse pour la loyauté dans la communication commerciale permet l'activité de la commission suisse pour la loyauté.
- Branche de la communication commerciale : Elle garantit la prise en considération des intérêts supérieurs de la branche. Elle fournit à la branche ses compétences de manière efficiente et au meilleur prix possible (par exemple dans le domaine juridique et politique) et contre participation aux coûts, en matière de conseil juridique.
- Communication : Elle communique de manière systématique et active à l'interne et à l'externe, en particulier le résultat de son travail dans les médias et à l'égard du grand public.
- Sciences de la communication: Elle évalue les développements au sein de la branche et les met à la disposition de ses membres.
- Formation : Elle s'engage pour la qualité dans la branche au travers du soutien à la formation professionnelle et continue en communication commerciale. Elle assure les procédures d'examens et la reconnaissance des diplômes professionnels sur le plan national et met en œuvre leur reconnaissance internationale.
- International : PS assure les contacts avec les organisations faitières internationales, assure l'accès de la branche suisse au savoir faire global et aux relations correspondantes.

5. Interlocuteur

- Grand Public.
- Politiques: Personnes et institutions qui participent aux processus de décision ou qui l'influencent de manière déterminante.
- Autorité et administration : Personnes et institutions qui sont intégrées au processus d'élaboration législative et de mise en œuvre.
- Médias : Personnes et institutions qui jouent un rôle important dans le processus de formation de l'opinion.
- Donneurs d'ordre : Personnes, entreprises et institutions qui bénéficient des prestations de l'économie publicitaire.
- Agences : Personnes, entreprises qui participent à la réalisation de la communication commerciale.
- Preneur d'ordres : Personnes et entreprises qui commercialisent ou servent d'intermédiaires comme preneurs d'ordres de moyens de communication.

- Membres : Personnes individuelles, associations de branches et organisations qui sont membre de PS.

6. Moyens et procédures

6.1. Moyens primaires

- PS arrête ses prises de position et les communique.
- Elle coopère avec d'autres associations et organisations.
- Elle engage les moyens de communication.
- Elle soutient le groupe parlementaire Médias et Communication.
- Elle offre du conseil juridique.
- Elle met à disposition l'infrastructure nécessaire à d'autres institutions de la branche de la communication.
- Elle s'engage activement dans la formation professionnelle et continue (secrétariat de commissions, organe d'examen).

6.2. Organisation / Organisation

- Publicité Suisse et Schweizer Werbung coopèrent étroitement, pour représenter leurs intérêts communs sur le plan national et international.
- Publicité Suisse est une organisation romande, faîtière et active dans tout le pays ; notamment dans la Suisse italienne via la section Pubblicità Svizzera PS et en Suisse alémanique au travers son organisation sœur « Schweizer Werbung. » Les décisions se prennent par un gremium de coordination formé des présidents PS et SW.
- La communication externe s'effectue de manière unie et est élaborée de façon consensuelle. Les prises de position sur les thèmes nationaux sont arrêtées en commun.
- Publicité Suisse à l'instar de ses associations partenaires possèdent chacune leur structure et leurs organes propres.
- Les associations partenaires assurent que les présentes lignes directrices de Publicité Suisse sont correctement intégrées dans leurs propres principes fondateurs.