

CREATION DE L'ASSOCIATION COMMUNICATION SUISSE

GÉNÉRALITÉS

Dès 2011, Publicité Suisse, à l'époque Publicité Romande, soucieuse de renforcer la défense de la place publicitaire suisse a initié un rapprochement institutionnel entre les 2 associations faitières historiques que sont PS, Publicité Suisse et SW, Schweizerwerbung. Il s'agissait de faire face à l'évolution d'un marché marqué par une forte globalisation et la demande, toujours plus pressante de la part des autorités, de voir les branches professionnelles s'exprimer d'une seule voix.

Ainsi en 2012, les 2 associations faitières harmonisent leur présence externe en adoptant une gouvernance commune (image directrice / Leitbild) et un CI/CD identique sur le plan national. La ligne politique des deux associations est alors définie par un comité constitué paritairement de représentants de Publicité Suisse et de Schweizer Werbung. Les 2 associations conservant leur indépendance juridique.

POURQUOI CRÉER MAINTENANT UNE NOUVELLE ASSOCIATION PROFESSIONNELLE ?

En 2015, après 3 années de collaborations intensives et comme cela était expressément prévu dans la Letter of Intent (LOI) signée par les 2 associations en 2012, un examen approfondi de nos structures a été effectué par différents groupes de travail, organisés paritairement par les 2 associations.

Les conditions qui ont prévalu à l'adoption d'un CI/CD et d'une ligne politique communs se sont confirmées, voir renforcées. Les problèmes et les défis pour la communication commerciales sont les mêmes dans toutes les régions de suisse. Les réponses à y apporter sont bien souvent locales ou régionales en raison de la structure fédérale de notre pays.

Dans ce contexte, l'idée de faire un pas de plus, vers une association nationale comptant sur une structure décentralisée s'est rapidement imposée.

C'est aujourd'hui très clairement la seule voix qui permet de tenir compte des différentes dimensions du marché suisse : Marché national mais régulation sur les 3 niveaux institutionnels que sont la Confédération, les cantons et les communes.

[Tapez ici]

COMMUNICATION SUISSE

La structure prévue est une structure nationale, respectueuse des régions et des minorités linguistiques :

- Une association centrale Communication Suisse avec des sections disposant de la personnalité juridique en Suisse romande, Suisse alémanique et au Tessin.
- Un Conseil Suisse de la Communication composé de représentants des 4 piliers : annonceurs, preneurs d'ordres, conseils et associations professionnelles.
- Un quota minimum de 1/3 de romands et/ou tessinois dans le Conseil Suisse de la Communication.
- La création d'une Présidence composée du président de Communication Suisse et d'un représentant de chacune des sections.
- Une acquisition centralisée des membres avec une répartition des membres dans les sections en fonction de leur siège social.
- Un produit des cotisations réparti à raison de 50% pour l'organisation centrale, puis 50% pour les sections, la part des sections étant répartie selon une clé 50% Suisse alémanique, 30% Suisse romande et 20% Suisse italienne.
- Une mutualisation de l'ensemble des ressources opérationnelles.

Lausanne, le 18 mars 2015

Publicité Suisse
François Besençon
Président