

PROJET DE CESSION COMM IN SARL, DELEGATION DE COMPETENCE AU COMITE-DIRECTEUR

GÉNÉRALITÉS

Crée dans les années 90 par Publicité Suisse (à l'époque Fédération romande de publicité et de communication) sous la présidence de Philippe Crausaz, le journal Comm In a été constitué en société indépendante, sous la forme d'une SARL en 2001. Ce choix aussi bien structurel que stratégique a permis au titre de se développer jouant un rôle toujours plus important dans et pour le monde la communication commerciale en Suisse romande. Sous l'impulsion de l'équipe dirigeante en place, Victoria Marchand à la rédaction et Olivier Cretton au marketing, le titre a fait sa mue d'organe de communication d'une association professionnelle en un véritable journal centré sur la réalisation de sa propre mission : informer, former et dynamiser la suisse romande des communicants. Mieux, d'un journal écrit et imprimé, cominmag est devenu une véritable marque de contenus, assurant leur distribution, dans des écritures adaptées, sur toutes les plateformes qu'elles soient imprimées ou numériques.

Après une période de consolidation où il a été possible de constituer des réserves et de fidéliser l'audience, cominmag a entamé une phase importante d'investissements, réalisés en fonds propres, en adaptant maquette et plateformes numériques. Parallèlement, les revenus de cominmag ont été diversifiés et la dépendance au marché publicitaire diminuée. La part des revenus numériques, hors abonnements, est supérieure à 30%. Comm In SARL réalise 77% de ses revenus d'abonnements (70% des abonnements) hors des membres Publicité Suisse.

Les relations entre Comm In SARL Publicité Suisse sont les suivantes :

- Publicité Suisse détient le 100% de la société.
- Publicité Suisse, par l'intermédiaire de son président, préside le collège des associés-gérants.
- La rédaction agit en parfaite indépendance en application de la charte rédactionnelle de 2003.

[Tapez ici]

- Comm In SARL fournit à Publicité Suisse un abonnement collectif pour l'ensemble de ses membres. Cet abonnement est facturé à Publicité Suisse au prix de CHF 30.--.
- Comm In SARL paie une licence annuelle pour l'utilisation de la marque Publicité Suisse (cominmag, partenaire officiel d'information de Publicité Suisse) de CHF 6'000.— par année.

Ces relations, introduites par la pratique depuis 2001, ont été formalisées dans le cadre d'un contrat de prestations signé en 2015.

POURQUOI CÉDER COMM IN SARL ?

Comm In SARL assure une mission importante pour le compte de Publicité Suisse. L'objectif de Publicité Suisse est de pérenniser cette mission et d'augmenter l'apport de cominmag à la communication commerciale en Suisse romande.

Le Conseil de Publicité Suisse, comme son Comité-Directeur, est d'avis qu'il n'est pas nécessaire d'être propriétaire de la société pour atteindre cet objectif. Il est par contre essentiel d'être lié par un contrat de prestations définissant la mission que doit poursuivre Comm In SARL.

A l'inverse, la détention du capital de Comm In SARL présente des risques tant pour cette dernière que pour Publicité Suisse :

- Publicité Suisse n'a pas les moyens d'assurer le financement des investissements nécessaires à la poursuite de la mission de Comm In SARL.
- Publicité Suisse n'a pas la capacité financière de faire face à un revers de conjoncture que pourrait connaître Comm In SARL.

Tenant compte de ce qui précède, le Conseil et le Comité-Directeur de Publicité Suisse recommande d'assurer la poursuite de la mission de Comm In SARL par l'intermédiaire d'un contrat de prestations et de transférer le risque d'exploitation sur un nouveau propriétaire.

Cette situation aurait aussi l'avantage de placer Publicité Suisse dans une situation équivalente à nos homologues alémaniques, ce dans la perspective de la création d'une association nationale nouvelle en mai 2015. Pour mémoire, Schweizer Werbung est aussi lié par un contrat de prestations au titre Marketing & Communication.

[Tapez ici]

LE CONTRAT DE CESSION

La valorisation de Comm In SARL comme le mode paiement du prix de vente ont été arrêtés par une délégation du comité-directeur composé de François Besençon, président, Claude Miffon, vice-président et Vincent Antonioli. Elle a été validée par l'ensemble du comité-directeur.

DÉLÉGATION DE COMPÉTENCES AU COMITÉ-DIRECTEUR

Le Conseil recommande à l'assemblée générale de Publicité Suisse de déléguer la compétence de conclure d'ici à fin 2015 la cession de Comm In SARL.

Cette cession doit se faire dans le cadre du présent document.

Lausanne, le 18 mars 2015

Publicité Suisse
François Besençon
Président