



bsw leading swiss agencies

Règlement d'admission et d'appartenance
au bsw leading swiss agencies
pour les agences média

I. Généralités

I. Conditions

Art. 1 Principes

Le membre de bsw leading swiss agencies doit:

- a) être domicilié en Suisse,
- b) pouvoir justifier d'une activité exclusive et indépendante d'agence du secteur de la communication de marché,
- c) avoir une direction (propriétaire, associé, directeur) disposant de qualifications professionnelles suffisantes,
- d) être membre de la PS, Publicité Suisse.

Art. 2 Indépendance

Le membre doit être indépendant tant des clients que des fournisseurs.

Le comité peut autoriser des exceptions à ce principe, à condition que cela ne contrevienne pas aux statuts de l'association.

Art. 3 Conditions

professionnelles et qualitatives

Le membre doit offrir la garantie

- a) qu'il respecte l'Éthique de bsw leading swiss agencies et qu'il organise l'activité de son agence du secteur de la communication de marché en conséquence,
- b) qu'il
 - fournit des prestations énoncées dans le document «Principes interprofessionnels des agences média bsw leading swiss agencies» en particulier en matière de conseil et de conception;
 - peut agir en réseau (dans le cadre de concepts communicatifs globaux);
 - jouit d'une réputation irréprochable dans le marché,
- c) que chaque mandat se déroule de façon irréprochable sur le plan commercial.

2. Organisation

Art. 4 Commission d'admission et de contrôle

La commission d'admission et de contrôle est un organe de bsw leading swiss agencies, elle est constituée selon art. 25 des statuts.

Les membres de cette commission sont tenus de traiter avec une discrétion absolue les informations auxquelles ils ont accès dans le cadre de leurs travaux.

Art. 5 Tâches et compétence

La commission d'admission et de contrôle détermine si les conditions d'admission et d'appartenance énoncées dans le présent règlement existent bel et bien.

Elle propose au comité d'accepter, d'ajourner ou de refuser la demande d'admission; en outre, elle vérifie l'existence des conditions fixées pour l'affiliation au bsw leading swiss agencies pendant la durée de cette dernière.

3. Procédure

a) Admission

Art. 6 Demande d'admission

La demande d'admission doit être présentée au Secrétariat de bsw leading swiss agencies.

A cette demande d'admission doivent être joints les documents suivants:

- a) Déclaration d'indépendance munie d'une signature valide
- b) Indications confidentielles relatives à l'entreprise, munies d'une signature valide
- c) Campagnes publicitaires ou travaux correspondant aux critères spécifiques d'admission, art. 8 (en annexe).

Art. 7 Examen

Une délégation de la commission d'admission rend visite au candidat à son domicile commercial pour un entretien professionnel personnel, une présentation d'agence et la présentation d'au moins deux campagnes publicitaires ou exemples de travaux additionnels réalisés.

Le comité a le droit, sur proposition de la commission d'admission, de libérer complètement ou partiellement un candidat de l'examen.

b) Appartenance
au bsw leading swiss agencies

Art. 8 Critères

La commission d'admission et de contrôle peut, à tout moment, revoir l'affiliation existante, particulièrement si:

- a) les situations de propriété changent;
- b) des agences s'associent ou se séparent;
- c) il y a des changements personnels dans la direction commerciale;
- d) l'activité commerciale est modifiée;
- e) des doutes fondés apparaissent quant aux qualifications professionnelles;
- f) l'éthique de bsw leading swiss agencies n'est plus respectée.

Art. 9 Procédure

Le membre concerné doit être avisé de l'examen de son affiliation et des raisons de cette procédure; il doit avoir l'occasion de prendre position par écrit à ce sujet.

Le membre concerné a en outre le droit d'être entendu personnellement par la commission d'admission et de contrôle.

4. Disposition finale

Art. 10 Entrée en vigueur

Le présent règlement remplace celui du 11 avril 2005 et entre en vigueur après approbation par l'assemblée générale du 18 mai 2011.

bsw leading swiss agencies

Le président:

Peter Felser

Le directeur:

Peter Leutenegger

II. Critères spécifiques d'admission pour les agences média

Art. 1 Principe de base

En principe, les conditions d'admission pour les agences média sont les mêmes que pour les autres membres de bsw leading swiss agencies. Ci-après, les critères spécifiques appliqués exclusivement aux agences média sont décrits et viennent compléter le règlement général d'admission.

Art. 2 Forme de société

L'agence média est une société autonome ou une unité d'une agence de publicité bsw leading swiss agencies. Dans ce dernier cas, elle ne possède pas de personnalité juridique propre mais, en l'occurrence, sa propre identité.

Art. 3 Taille

L'agence média réalise un volume d'achat net en Suisse d'au moins 40 millions de francs et/ou des recettes brutes d'au moins 1 million de francs.

Art. 4 Ancienneté

L'agence média est établie depuis au moins 2 ans sur le marché.

Art. 5 Offre de prestations

L'agence média fournit les prestations suivantes à ses clients:

a) Stratégies tous médias

b) Full service média:

- analyse et recherche
- conseils et planification
- achats et exécution

Art. 6 Infrastructure

L'agence média dispose chez elle des outils courants de planification et de réservation. Une liste actuelle de ces outils se trouve en page 6.

Art. 7 Qualification du management

Le management de l'agence média fait preuve d'une formation suffisante en matière de gestion d'entreprise et comme spécialiste média ainsi que d'une solide expérience – qualités requises en fait pour diriger une agence média.

Art. 8 Documents

A côté des informations exigées par le règlement d'admission, l'agence média remet à la commission d'admission et de contrôle les documents suivants pour son évaluation:

- stratégie média
- planification détaillée
- contrôle d'efficacité et de budget

**Liste des outils de planification
et de réservation dans les agences média**

- Jeu de données MACH Basic
- Jeu de données MACH Consumer
- Jeu de données MA Leader
- CD-ROM de la REMP (MACH)
- Bandes de rapport REMP
- Radar du marché DemoSCOPE
- publicaData MediaOptimizer / TC 2000
- publisuisse outils de réservation Publiplan
- Étude intermédia SSR
- Bande de rapport étude radio
- MA Strategy
- Media Focus
- Autres:

Avril 2005 / Rév. Mai 2011