



bsw leading swiss agencies

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

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 suisses de publicité et de communication 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 16 avril 1999 et entre en vigueur après approbation par l'assemblée générale du 11 avril 2005.

bsw leading swiss agencies

Le président:

Peter Leutenegger

Le directeur:

Walter Merz

II. Critères spécifiques d'admission pour les agences de publicité

Art. 1 Principe de base

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

Art. 2 Forme de société

L'agence de publicité est une société autonome possédant sa propre personnalité juridique.

Art. 3 Taille

L'agence de publicité réalise des recettes brutes d'au moins 1,5 million de francs.

Art. 4 Ancienneté

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

Art. 5 Offre de prestations

L'agence de publicité fournit à ses clients des prestations de conseil, de conception et de création dans le cadre de la stratégie globale de communication de l'entreprise. Elle entretient en particulier des relations contractuelles à long terme (direction de marque) et développe des campagnes publicitaires qui, grâce à leur force de différenciation, leur

pertinence et leur clarté, garantissent un succès à long terme.

Art. 6 Infrastructure

L'agence de publicité est structurée de sorte à pouvoir fournir chez elle les prestations mentionnées sous point 5.

Art. 7 Qualification du management

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

Art. 8 Documents

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

Au minimum deux campagnes publicitaires réalisées concrètement et comprenant, p. ex.:

- analyse de situation
- stratégie de communication (objectifs de communication, groupes cibles, positionnement)
- transposition visuelle et verbale
- stratégie et planification média
- planification budgétaire

Avril 2005