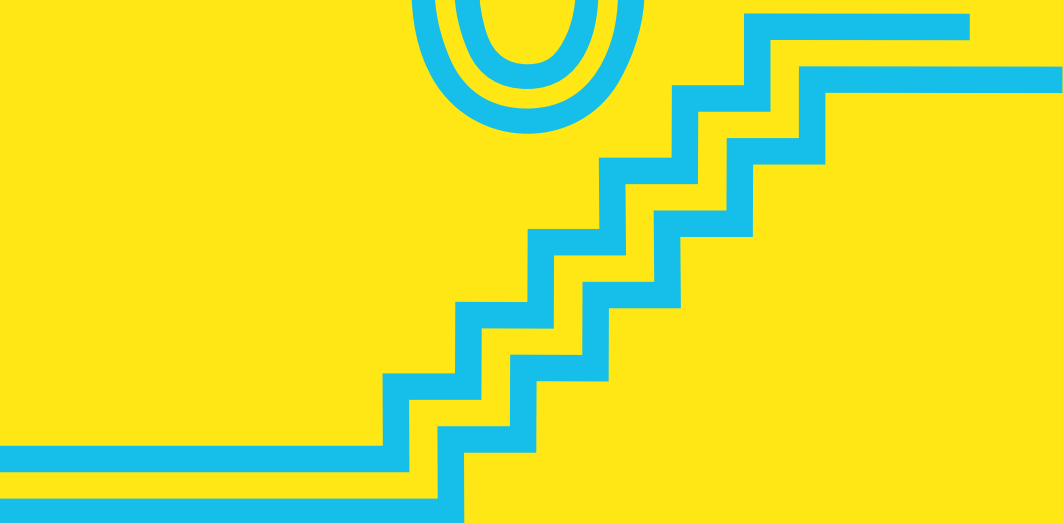


2018



AVANT=PROPOS

«Rien n'est permanent, sauf le changement.» Cette maxime du philosophe grec Héraclite est devenue, depuis quelques années, un véritable mantra pour la branche. L'entreprise, la technologie, la communication ainsi que la création se mélangent. Le monde des agences se réinvente.

Un grand nombre d'entre nous mettent en place des formes d'organisation collaboratives, développant de nouveaux domaines d'activité dans le digital, la stratégie ou la création. Une manière pour nous de rester attractifs aux yeux des meilleurs esprits créatifs. Et nous aurons besoin de ceux-ci comme jamais auparavant si nous voulons réussir à maîtriser les bouleversements qui touchent actuellement notre économie.

Il n'est pas difficile de prédire que les annonceurs auront un jour le choix entre des robots contrôlés par l'IA et des sparring-partners en chair et en os, avec leurs visages souriants, leurs bons mots enjoués et leurs échanges bien vivants.

Une collaboration réussie exige de plus en plus de connaissances spécialisées et d'aptitudes au travail en équipe. C'est la raison pour laquelle il est d'autant plus important pour l'association d'ouvrir la voie et de servir de guide sur des sujets tels que la concurrence loyale, les modèles de rémunérations d'avenir ou les possibilités de formation continue, ce qui permettra aux agences membres de continuer à revendiquer leur statut leading.

Michael Hählen

Association 7

16

Communication

81

Bureau

Faits et chiffres

SOMMAIRE

3 Avant-propos

Rétrospective

77

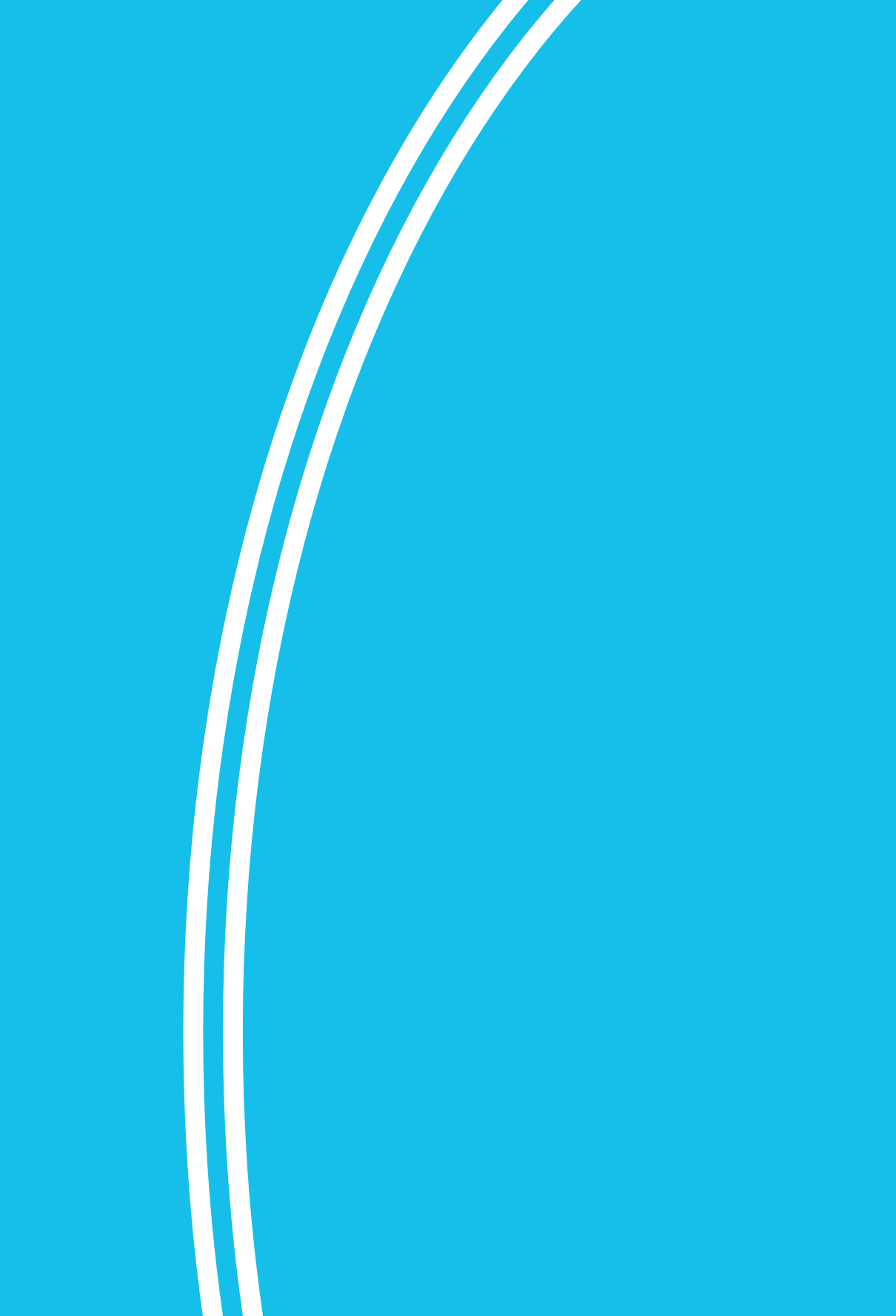
Coopérations et partenariats

85

89

Finances

93





Association

LES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION 2018

Les neuf membres du conseil d'administration se sont réunis à six reprises. Roman Geiser (Farner Consulting) et David Schärer (Rod Kommunikation) l'ont rejoint le 3 avril 2018 tandis que Matthias Adolf (Equipe) et Edouard Gaultier (Gaultier Collette) l'ont quitté.



Petra Dreyfus (Wirz Communications), Mark Burow (Namics), Roman Hirsbrunner (JvM/Limmat), David Schärer (Rod Kommunikation), Michael Hählen (in flagranti communication), président, Catherine Purgly, directrice, Martin Kessler (Process Group), Roman Geiser (Farner Consulting), Beat Krebs (Publicis Media), vice-président et Matthias Koller (Publicis Zurich).

FAIRE PREUVE DE LEADERSHIP

Au cœur de la stratégie de l'association se trouve le renforcement de son rôle de leadership et de celui de ses membres. Parce que «leading» est notre identité et positionne les membres de LSA sur le marché en tant qu'agences garantissant des prestations de haute qualité et des solutions innovantes pour faire avancer les marques.

En tant qu'association des agences de communication leaders en Suisse, nous avons pour mission de montrer la voie et de préparer les agences pour l'avenir. Concrètement, cela consiste à placer chaque thème et chaque activité de l'association à la lumière de notre revendication d'être «leading», et de mettre en œuvre de manière cohérente notre stratégie 2020 lancée en 2014.

Le moment est maintenant venu de recueillir les preuves de cette revendication, de mettre en place les outils et les formations continues permettant d'apporter des solutions aux problèmes qui préoccupent nos membres, et d'en assumer le leadership.

PRIORITÉS 2018

Concurrence: évolution dans l'évaluation des agences

Nous avons élargi la fonction de recherche d'agences sur le site de LSA. Avec la fonction «Mon LSA», les annonceurs peuvent créer et enregistrer leur propre liste d'agences LSA favorites et la partager avec les autres employés de leur entreprise.

Swiss Effie 2018

En tout, 4 Or, 3 Argent et 9 Bronze ont été remportés par les agences LSA, ce qui représente 85% des projets récompensés. La preuve que les agences LSA développent des solutions de communication efficaces et efficientes pour leurs clients.

Formation continue: impulsions pour la gestion du changement et les pratiques de négociation

- Séminaire «Change Management»: comment les agences se positionnent-elles à l'ère du numérique? Et avec quels modèles de travail?
- Séminaire «Negotiations for Leaders»: la confiance dans la négociation, en particulier la sollicitation de ses propres valeurs et la création de valeurs dans les négociations, était un élément central du séminaire.

Promotion de la relève: Bootcamp

Pendant une semaine, 13 jeunes talents des agences membres de LSA ont pu découvrir le monde de la communication.

Discussions entre leaders

- RGPD: lignes directrices à adopter et aspects pratiques pour assurer la meilleure conformité possible.
- Collaboration du futur: discussion sur les stratégies des agences et l'agilité dans la relation client.

Renforcement de la communication et de la présence médiatique

Depuis octobre, Ilan Olstein renforce l'équipe à 30%. Il est co-responsable de la communication de LSA et s'occupe plus particulièrement de la présence de l'association sur les médias sociaux.

L'association a fait des commentaires dans les médias ou a accordé des interviews sur les sujets suivants:

- LSA préconise un outil de réservation et de planification uniforme pour les médias imprimés.
- Prise de position sur les modifications apportées par la REMP à ses méthodes de calcul dans le domaine de la presse écrite.
- En vertu de la nouvelle loi sur les médias, LSA exige que tous les plateformes de médias en ligne rendent possible l'accès à des offres publicitaires liées à des segments et à des données spécifiques, et que la recherche dans ce domaine continue d'être encouragée.
- Communication sur la stratégie et les missions centrales de l'association.

Les nouveaux efforts de communication de l'association portent également sur des thèmes sociopolitiques qui concernent la branche dans son ensemble, et amènent l'association et ses membres à entrer en dialogue. En janvier 2019, LSA a lancé la série de débats LSA sur la problématique suivante : «Les données numériques vont-elles nous sauver ou représentent-elles un adieu à la vie privée?».

Media-Preis-Leistungsindex

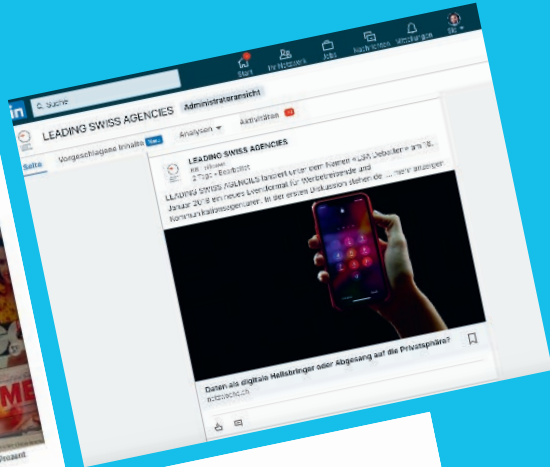
Print-Inserate kosten immer mehr

Print-Verkauf immer mehr

Die Printmedien seien in den letzten fünf Jahren um 9 Prozent teurer geworden, sagen die beiden Werbeverbände SWA und LSA. Dies nicht wegen Preisaufschlägen der Verlage, sondern primär wegen Leserverlusten vieler Zeitungen und Zeitschriften.



Die Kontaktpreise für Frauenzeitschriften sind wegen Leserverlusten in den letzten 5 Jahren um 20 Prozent angehoben, so der Index. (Zitat: persoenlich.com)



persönlich 10 Oktober 2010

Leading Swiss Agencies
brauche

Freitag, 13. Oktober 2018

Leading Swiss Agencies

Wir brauchen ein Mediengesetz, das zukünftigen Geschäftsmodellen im Medienmarkt genügend Freiraum lässt

„Führenden Kommunikationsagenturen der Schweiz engagiert sich für eine Werbewirtschaft ohne Einschränkungen wie nötig. Der LSA fordert vom neuen Mediengesetz, dass es Agenturen den Zugang zu segment- und datenspezifischen Werbeanzeigen ermöglicht.“

Wir brauchen ein Geschäftsmodellen im Medien- Freiraum lässt

Der Verband der führenden Kommunikationsagenturen der Schweiz engagiert sich für eine Werbewirtschaft mit so wenig regulatorischen Einschränkungen wie nötig. Der LSA fordert vom neuen Mediengesetz, dass sämtlichen Medienanbietern vom Onlineplattformen der Zugang zu segment- und datenspezifischen Werbean geboten offensteht und die Forschung weiterhin gefördert wird.

TECH: Catherine Purdy

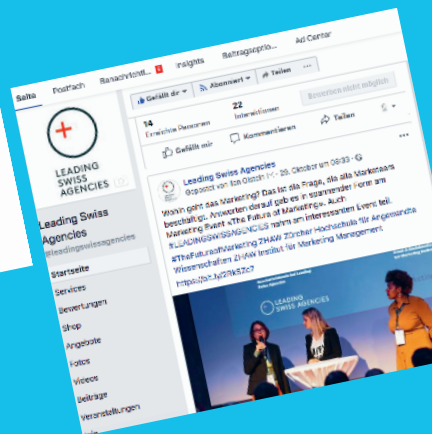
LSA-Geschäftsführerin Catherine Purgly: «Wir wurden überrumpelt»

Dienstag
26.09.2018
Wertung



Die plötzlichen Änderungen bei den Print-Reichweitenerhebungen der Wemf AG, die auf Sparvorgaben der Verleger zurückgehen, sorgen für rote Köpfe beim Schweizer Werbe-Antraggeberverband (SWA) und bei den Leading Swiss Agencies (LSA). Denn die Umstellung

LSA-Geschäftsführerin Catherine Purgly fordert im Interview mit dem Klein Report, dass die Umstellung bei den Leserschaftszahlen auf Zweijahreswerte doch noch ausgesetzt wird. Ansonsten könnten Medиаagenturen und Werbefinanzgeber mit tieferen Print-Ausgaben reagieren.



UN GRAND MERCI

**à toutes les personnes des groupes de travail
pour leur implication, sans laquelle
la plate-forme LSA ne pourrait fonctionner.**

Membres

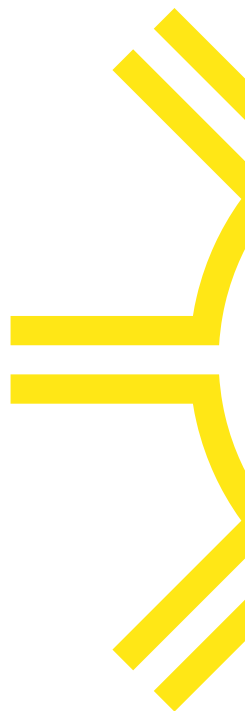
Martin Kessler, Process Group
Pam Hügli, Serviceplan Suisse
Balz Lendorff, Netvertising

Formation continue

Petra Dreyfus, Wirz Communications
Matthias Kiess, TBWA Switzerland
Sarah Grimmelikhuijsen, in flagranti communication
Angela Francioli, Rod Kommunikation

Services

Matthias Koller, Publicis Zurich
Bernhard Herzig, Maxomedia
Martin Widmer, Equipe
Lukas Conte, Publicis Zurich



Suisse romande

Edouard Gaultier, Gaultier Collette
Michael Kamm, Agence Trio
Guillaume Roud, Agence Trio
Damien Fournier, Havas
Hervé Devanthéry, Synthèse
Sandro Mesquita, Publicis Communications Lausanne

Concurrence

Roman Geiser, Farner Consulting
Michael Rottmann, Namics
Martin Sauter, Futurecom
Ulrike Grein, Markenfels

LSA Bureau

Catherine Purgly
Kathrin Leder
Annette Truniger
Ilan Olstein
(depuis le 01.10.2018)

Médias

Beat Krebs, Publicis Media
Thorsten Schoen, mmb media
agentur (relève)
Christian-Kumar Meier,
Mediaschneider Berne (SMDH)

Modèles d'honoraires

Roman Hirsbrunner, JvM/Limmat
Ivan Piccinno, Y&R Group Switzerland
Frédérique Mathys,
Valencia Kommunikation
Peter van der Touw, Notch Interactive

Communication et dialogue

David Schärer, Rod Kommunikation
Mark Burow, Namics

APERÇU DE L'ANNÉE

MARS

2018

Nouveau membre
Rod Kommunikation AG

Media Talent Award 2018

AVRIL

Assemblée générale

Poursuite du
développement de l'Agency
Finder: Mon LSA

Online-Karrieretag,
Zurich

Discussion entre leaders+
DSGVO

Swiss Effie Awards
2018

MAI

JUIN

PAD18, Lausanne

Séminaire d'impulsion
«Change Management»

RGPD: recommandation
de la branche IAB, LSA
et VSM, et brochure LSA

JUILLET

EACA
Summer School
2018

AOÛT

SEPTEMBRE

Bootcamp LSA

Campagne SEA sur
les places de stage

Ad School –
Début des cours pour
l'année 2018/19

OCTOBRE

LSA Look Book 2019

PAD18, Zurich

Classement des agences
LSA 2018

Nouveaux membres
Webrepublic AG et
Plan.Net Suisse AG

NOVEMBRE

Séminaire d'impulsion
«Negotiations
for Leaders»

Discussion entre leaders
sur «La collaboration
du futur»

JANVIER

Débat LSA #1

Discussion entre
leaders sur les
modèles d'honorai-
res, Lausanne

Conférence Allmedia,
Lausanne

FÉVRIER

Indicateur LSA/ASA de la
branche 2019

Indicateur LSA de la
branche 2019 «Agences»

Ad School 2018/19
Cérémonie de remise
des certificats

MARS

Nouvelle conception des
conditions générales

Carte de vœux LSA
«Performance»

Nouveau membre
blue-infinity SA

DÉCEMBRE

2019
2018
2017
2016
2015
2014
2013
2012
2011
2010
2009
2008
2007
2006
2005
2004
2003
2002
2001
2000
1999
1998
1997
1996
1995
1994
1993
1992
1991
1990
1989
1988
1987
1986
1985
1984
1983
1982
1981
1980
1979
1978
1977
1976
1975
1974
1973
1972
1971
1970
1969
1968
1967
1966
1965
1964
1963
1962
1961
1960
1959
1958
1957
1956
1955
1954
1953
1952
1951
1950
1949
1948
1947
1946
1945
1944
1943
1942
1941
1940
1939
1938
1937
1936
1935
1934
1933
1932
1931
1930
1929
1928
1927
1926
1925
1924
1923
1922
1921
1920
1919
1918
1917
1916
1915
1914
1913
1912
1911
1910
1909
1908
1907
1906
1905
1904
1903
1902
1901
1900
1899
1898
1897
1896
1895
1894
1893
1892
1891
1890
1889
1888
1887
1886
1885
1884
1883
1882
1881
1880
1879
1878
1877
1876
1875
1874
1873
1872
1871
1870
1869
1868
1867
1866
1865
1864
1863
1862
1861
1860
1859
1858
1857
1856
1855
1854
1853
1852
1851
1850
1849
1848
1847
1846
1845
1844
1843
1842
1841
1840
1839
1838
1837
1836
1835
1834
1833
1832
1831
1830
1829
1828
1827
1826
1825
1824
1823
1822
1821
1820
1819
1818
1817
1816
1815
1814
1813
1812
1811
1810
1809
1808
1807
1806
1805
1804
1803
1802
1801
1800
1799
1798
1797
1796
1795
1794
1793
1792
1791
1790
1789
1788
1787
1786
1785
1784
1783
1782
1781
1780
1779
1778
1777
1776
1775
1774
1773
1772
1771
1770
1769
1768
1767
1766
1765
1764
1763
1762
1761
1760
1759
1758
1757
1756
1755
1754
1753
1752
1751
1750
1749
1748
1747
1746
1745
1744
1743
1742
1741
1740
1739
1738
1737
1736
1735
1734
1733
1732
1731
1730
1729
1728
1727
1726
1725
1724
1723
1722
1721
1720
1719
1718
1717
1716
1715
1714
1713
1712
1711
1710
1709
1708
1707
1706
1705
1704
1703
1702
1701
1700
1699
1698
1697
1696
1695
1694
1693
1692
1691
1690
1689
1688
1687
1686
1685
1684
1683
1682
1681
1680
1679
1678
1677
1676
1675
1674
1673
1672
1671
1670
1669
1668
1667
1666
1665
1664
1663
1662
1661
1660
1659
1658
1657
1656
1655
1654
1653
1652
1651
1650
1649
1648
1647
1646
1645
1644
1643
1642
1641
1640
1639
1638
1637
1636
1635
1634
1633
1632
1631
1630
1629
1628
1627
1626
1625
1624
1623
1622
1621
1620
1619
1618
1617
1616
1615
1614
1613
1612
1611
1610
1609
1608
1607
1606
1605
1604
1603
1602
1601
1600
1599
1598
1597
1596
1595
1594
1593
1592
1591
1590
1589
1588
1587
1586
1585
1584
1583
1582
1581
1580
1579
1578
1577
1576
1575
1574
1573
1572
1571
1570
1569
1568
1567
1566
1565
1564
1563
1562
1561
1560
1559
1558
1557
1556
1555
1554
1553
1552
1551
1550
1549
1548
1547
1546
1545
1544
1543
1542
1541
1540
1539
1538
1537
1536
1535
1534
1533
1532
1531
1530
1529
1528
1527
1526
1525
1524
1523
1522
1521
1520
1519
1518
1517
1516
1515
1514
1513
1512
1511
1510
1509
1508
1507
1506
1505
1504
1503
1502
1501
1500
1499
1498
1497
1496
1495
1494
1493
1492
1491
1490
1489
1488
1487
1486
1485
1484
1483
1482
1481
1480
1479
1478
1477
1476
1475
1474
1473
1472
1471
1470
1469
1468
1467
1466
1465
1464
1463
1462
1461
1460
1459
1458
1457
1456
1455
1454
1453
1452
1451
1450
1449
1448
1447
1446
1445
1444
1443
1442
1441
1440
1439
1438
1437
1436
1435
1434
1433
1432
1431
1430
1429
1428
1427
1426
1425
1424
1423
1422
1421
1420
1419
1418
1417
1416
1415
1414
1413
1412
1411
1410
1409
1408
1407
1406
1405
1404
1403
1402
1401
1400
1399
1398
1397
1396
1395
1394
1393
1392
1391
1390
1389
1388
1387
1386
1385
1384
1383
1382
1381
1380
1379
1378
1377
1376
1375
1374
1373
1372
1371
1370
1369
1368
1367
1366
1365
1364
1363
1362
1361
1360
1359
1358
1357
1356
1355
1354
1353
1352
1351
1350
1349
1348
1347
1346
1345
1344
1343
1342
1341
1340
1339
1338
1337
1336
1335
1334
1333
1332
1331
1330
1329
1328
1327
1326
1325
1324
1323
1322
1321
1320
1319
1318
1317
1316
1315
1314
1313
1312
1311
1310
1309
1308
1307
1306
1305
1304
1303
1302
1301
1300
1299
1298
1297
1296
1295
1294
1293
1292
1291
1290
1289
1288
1287
1286
1285
1284
1283
1282
1281
1280
1279
1278
1277
1276
1275
1274
1273
1272
1271
1270
1269
1268
1267
1266
1265
1264
1263
1262
1261
1260
1259
1258
1257
1256
1255
1254
1253
1252
1251
1250
1249
1248
1247
1246
1245
1244
1243
1242
1241
1240
1239
1238
1237
1236
1235
1234
1233
1232
1231
1230
1229
1228
1227
1226
1225
1224
1223
1222
1221
1220
1219
1218
1217
1216
1215
1214
1213
1212
1211
1210
1209
1208
1207
1206
1205
1204
1203
1202
1201
1200
1199
1198
1197
1196
1195
1194
1193
1192
1191
1190
1189
1188
1187
1186
1185
1184
1183
1182
1181
1180
1179
1178
1177
1176
1175
1174
1173
1172
1171
1170
1169
1168
1167
1166
1165
1164
1163
1162
1161
1160
1159
1158
1157
1156
1155
1154
1153
1152
1151
1150
1149
1148
1147
1146
1145
1144
1143
1142
1141
1140
1139
1138
1137
1136
1135
1134
1133
1132
1131
1130
1129
1128
1127
1126
1125
1124
1123
1122
1121
1120
1119
1118
1117
1116
1115
1114
1113
1112
1111
1110
1109
1108
1107
1106
1105
1104
1103
1102
1101
1100
1099
1098
1097
1096
1095
1094
1093
1092
1091
1090
1089
1088
1087
1086
1085
1084
1083
1082
1081
1080
1079
1078
1077
1076
1075
1074
1073
1072
1071
1070
1069
1068
1067
1066
1065
1064
1063
1062
1061
1060
1059
1058
1057
1056
1055
1054
1053
1052
1051
1050
1049
1048
1047
1046
1045
1044
1043
1042
1041
1040
1039
1038
1037
1036
1035
1034
1033
1032
1031
1030
1029
1028
1027
1026
1025
1024
1023
1022
1021
1020
1019
1018
1017
1016
1015
1014
1013
1012
1011
1010
1009
1008
1007
1006
1005
1004
1003
1002
1001
1000
999
998
997
996
995
994
993
992
991
990
989
988
987
986
985
984
983
982
981
980
979
978
977
976
975
974
973
972
971
970
969
968
967
966
965
964
963
962
961
960
959
958
957
956
955
954
953
952
951
950
949
948
947
946
945
944
943
942
941
940
939
938
937
936
935
934
933
932
931
930
929
928
927
926
925
924
923
922
921
920
919
918
917
916
915
914
913
912
911
910
909
908
907
906
905
904
903
902
901
900
899
898
897
896
895
894
893
892
891
890
889
888
887
886
885
884
883
882
881
880
879
878
877
876
875
874
873
872
871
870
869
868
867
866
865
864
863
862
861
860
859
858
857
856
855
854
853
852
851
850
849
848
847
846
845
844
843
842
841
840
839
838
837
836
835
834
833
832
831
830
829
828
827
826
825
824
823
822
821
820
819
818
817
816
815
814
813
812
811
810
809
808
807
806
805
804
803
802
801
800
799
798
797
796
795
794
793
792
791
790
789
788
787
786
785
784
783
782
781
780
779
778
777
776
775
774
773
772
771
770
769
768
767
766
765
764
763
762
761
760
759
758
757
756
755
754
753
752
751
750
749
748
747
746
745
744
743
742
741
740
739
738
737
736
735
734
733
732
731
730
729
728
727
726
725
724
723
722
721
720
719
718
717
716
715
714
713
712
711
710
709
708
707
706
705
704
703
702
701
700
699
698
697
696
695
694
693
692
691
690
689
688
687
686
685
684
683
682
681
680
679
678
677
676
675
674
673
672
671
670
669
668
667
666
665
664
663
662
661
660
659
658
657
656
655
654
653
652
651
650
649
648
647
646
645
644
643
642
641
640
639
638
637
636
635
634
633
632
631
630
629
628
627
626
625
624
623
622
621
620
619
618
617
616
615
614
613
612
611
610
609
608
607
606
605
604
603
602
601
600
599
598
597
596
595
594
593
592
591
590
589
588
587
586
585
584
583
582
581
580
579
578
577
576
575
574
573
572
571
570
569
568
567
566
565
564
563
562
561
560
559
558
557
556
555
554
553
552
551
550
549
548
547
546
545
544
543
542
541
540
539
538
537
536
535
534
533
532
531
530
529
528
527
526
525
524
523
522
521
520
519
518
517
516
515
514
513
512
511
510
509
508
507
506
505
504
503
502
501
500
499
498
497
496
495
494
493
492
491
490
489
488
487
486
485
484
483
482
481
480
479
478
477
476
475
474
473
472
471
470
469
468
467
466
465
464
463
462
461
460
459
458
457
456
455
454
453
452
451
450
449
448
447
446
445
444
443
442
441
440
439
438
437
436
435
434
433
432
431
430
429
428
427
426
425
424
423
422
421
420
419
418
417
416
415
414
413
412
411
410
409
408
407
406
405
404
403
402
401
400
399
398
397
396
395
394
393
392
391
390
389
388
387
386
385
384
383
382
381
380
379
378
377
376
375
374
373
372
371
370
369
368
367
366
365
364
363
362
361
360
359
358
357
356
355
354
353
352
351
350
349
348
347
346
345
344
343
342
341
340
339
338
337
336
335
334
333
332
331
330
329
328
327
326
325
324
323
322
321
320
319
318
317
316
315
314
313
312
311
310
309
308
307
306
305
304
303
302
301
300
299
298
297
296
295
294
293
292
291
290
289
288
287
286
285
284
283
282
281
280
279
278
277
276
275
274
273
272
271
270
269
268
267
266
265
264
263
262
261
260
259
258
257
256
255
254
253
252
251
250
249
248
247
246
245
244
243
242
241
240
239
238
237
236
235
234
233
232
231
230
229
228
227
226
225
224
223
222
221
220
219
218
217
216
215
214
213
212
211
210
209
208
207
206
205
204
203
202
201
200
199
198
197
196
195
194
193
192
191
190
189
188
187
186
185
184
183
182
181
180
179
178
177
176
175
174
173
172
171
170
169
168
167
166
165
164
163
162
161
160
159
158
157
156
155
154
153
152
151
150
149
148
147
146
145
144
143
142
141
140
139
138
137
136
135
134
133
132
131
130
129
128
127
126
125
124
123
122
121
120
119
118
117
116
115
114
113
112
111
110
109
108
107
106
105
104
103
102
101
100
99
98
97
96
95
94
93
92
91
90
89
88
87
86
85
84
83
82
81
80
79
78
77
76
75
74
73
72
71
70
69
68
67
66
65
64
63
62
61
60
59
58
57
56
55
54
53
52
51
50
49
48
47
46
45
44
43
42
41
40
39
38
37
36
35
34
33
32
31
30
29
28
27
26
25
24
23
22
21
20
19
18
17
16
15
14
13
12
11
10
9
8
7
6
5
4
3
2
1
0

2018

MARS



Nouveau membre
Rod Kommunikation AG



Media Talent Award
2018

AVRIL



Assemblée générale



Développement
de l'Agency Finder
«Mon LSA»

BIENVENUE AU NOUVEAU MEMBRE DE LSA ROD KOMMUNIKATION AG

1^{ER} MARS 2018

Rod Kommunikation, l'une des principales agences de communication en Suisse, a rejoint l'association LEADING SWISS AGENCIES. Fondée en 2007, l'agence s'est établie avec succès sur la scène helvétique des agences avec des campagnes bien connues telles que «Slow down. Take it easy» pour L'ASA/bpa ou «Love Life - Ne regrette rien» pour l'Office fédéral de la santé publique. Aujourd'hui, l'agence dirigée par Pablo Koerfer, Regula Bühler Fecker et David Schärer emploie 29 collaborateurs et compte Swisscom, 20 minutes, siroop, Credit Suisse ou encore l'OFSP parmi ses clients.

www.rod.ag



Pablo Koerfer, Directeur et associé, David Schärer, Responsable publicité et associé,
Regula Bühler Fecker, Responsable stratégie et associée

MEDIA TALENT AWARD 2018

13 MARS 2018, KAUFLEUTEN ZÜRICH

Pour la troisième année consécutive, LEADING SWISS AGENCIES et Tamedia ont organisé conjointement le Media Talent Award pour les jeunes planificatrices et planificateurs médias.

Dix-huit participantes et participants issus de différentes agences médias de Suisse romande et alémanique ont élaboré une stratégie pour la solution de paiement «Apple Pay» en collaboration avec la carte de crédit Amex Blue.

Dans la soirée, l'équipe gagnante a reçu son prix ainsi qu'un week-end à Lisbonne. Ladina Baumann (MediaCom), Laura Castellana (Publicis Media Suisse), Raushan Kalmagambetova (Initiative), Arianita Shabani (Dentsu Aegis Network) et Céline Zemp (Mediaschneider) ont convaincu le jury grâce à une analyse pertinente de la situation, une stratégie médias ciblée et une mise en œuvre rigoureuse de la planification médias.

www.tamedia.ch/fr/media-talent-award



Arianita Shabani, Raushan Kalmagambetova, Ladina Baumann, Céline Zemp et Laura Castellana.

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

3 AVRIL 2018
RESTAURANT DAIZY, ZURICH

Election des nouveaux membres du conseil d'administration

Roman Geiser, Farner Consulting
David Schärer, Rod Kommunikation

Election des nouveaux président et vice-président

Président: **Michael Hählen**, in flagranti
Vice-président: **Beat Krebs**, Publicis Media

Bilan de la présidence de Roman Hirsbrunner

- Lancement de la stratégie 2020 sous l'identité «leading» dans le but de préparer les agences membres pour l'avenir.
- Affinage du profil: nouvelle apparence de l'association, nouveau site web LSA, remplacement du répertoire des agences par le Look Book LSA.
- Thèmes principaux: fonction de recherche d'agences sur le site web LSA, lancement de modèles d'honoraires durables ainsi que de nouveaux formats de formation et discussions inspirantes entre leaders.

Demandes

Changement dans l'affiliation à KS/CS Communication Suisse: à partir de 2019, LSA y adhère en tant qu'association et non plus à travers ses membres individuels. Le règlement d'admission et les statuts ont été adaptés en conséquence.



Michael Hählen, Beat Krebs

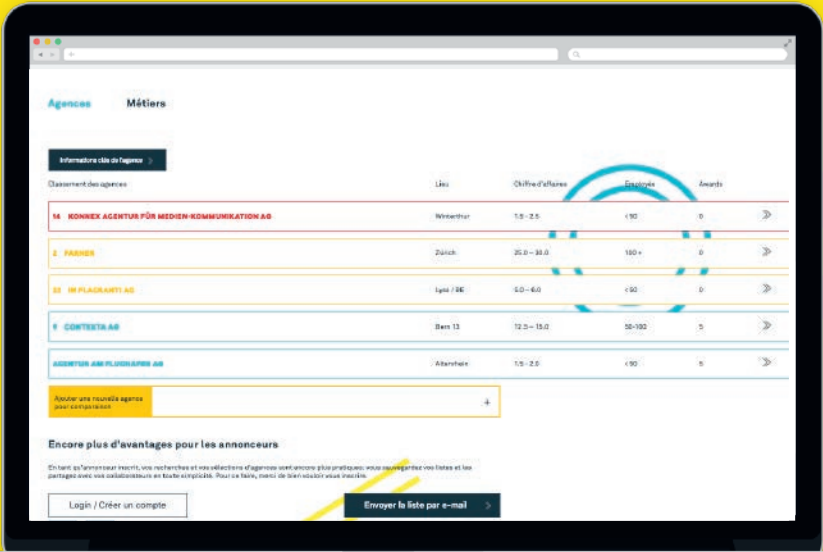


Filippo Lombardi, président de
KS/CS Communication Suisse



Roman Geiser,
David Schärer





MON LSA

SUITE DU DÉVELOPPEMENT DE L'AGENCY FINDER

«Mon LSA» est l'évolution de l'Agency Finder. Après s'être inscrits au moyen d'une adresse e-mail et d'un mot de passe, les annonceurs ont la possibilité de constituer une liste de leurs agences LSA favorites et de la partager avec les collaborateurs de l'entreprise.



Swiss Effie 2018



Discussion entre leaders+
RGPD



MAI



Online-Karrieretag,
Zurich



PAD18, Lausanne





SWISS EFFIE AWARD 2018

15 MAI 2018

LEADING SWISS AGENCIES a décerné 19 Effies pour récompenser les communications marketing les plus performantes: 5 Or, 3 Argent, 11 Bronze, et un Prix Spécial pour la campagne influenceur la plus réussie.

Le mardi 15 mai 2018 à Zurich, les très convoités Swiss Effie Awards ont été décernés pour la 17e fois. Les agences et leurs clients ayant développé les meilleures campagnes de communication des deux dernières années ont été récompensés par 5 Or, 3 Argent, 11 Bronze et 16 diplômes. Les catégories «Media» et «Brand Campaign» ont fait leur apparition et, pour la première fois, un Prix Spécial a été remis pour la meilleure campagne influenceur.

www.effie.ch

DISCUSSION ENTRE LEADERS+ «RGPD»

17 MAI 2018, FOURPOINTS
BY SHERATON SIHLCITY, ZURICH

Workshop RGPD: ce qui s'applique et ce qui doit être fait

Lors de la discussion entre leaders qui s'est déroulée le 17 mai, Dr. Rolf Auf der Maur et Dr. Thomas Steiner – du cabinet d'avocats Vischer – ont animé un workshop avec les membres de LSA et de l'IAB et donné des conseils sur ce qui doit être fait dans la pratique pour atteindre la meilleure conformité possible. Le but du workshop était d'acquérir rapidement une compréhension des aspects les plus importants et d'obtenir une aide pratique à la mise en œuvre spécifiquement pour notre branche.



Rolf auf der Maur, Vischer AG

VISCHER

● EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) und wie sie die Kommunikation beeinflusst

● Leading Swiss Agencies
Four Panels by Sheraton
17. Mai 2018

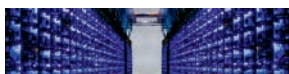
Rolf Auf der Maur
Thomas Steiner

● Vorab: wo steht mein Unternehmen bei der Umsetzung der DSGVO-Anforderungen?

1. Mein Unternehmen hat die Prozesse bezüglich EU-DSGVO bereits evaluiert und angepasst.
2. Mein Unternehmen hat damit begonnen, die Prozesse zu evaluieren und/oder bereits mit der Anpassung begonnen.
3. Mein Unternehmen hat erst begonnen, die Prozesse zu evaluieren und/oder bereits mit der Anpassung begonnen.

● EU-DSGVO: L&L&B

● Treiber der Datenschutzrevisionen (EU und Schweiz): Angst vor Kontrollverlust bei Big Data Analytics (1|2)



● EU-DSGVO: L&L&B

● Grundsätzliche Unterschiede Schweiz ./ EU

Schweiz (DSG)	EU (DSGVO)
• Datenverarbeitung erlaubt unter Einhaltung bestimmter Voraussetzungen (Zweckbindung, Verhältnismässigkeit, Rechtmässigkeit) • EDOB hat ohne Verfügungs-kompetenz, soll diese aber neu erhalten • DSGVO 39 Artikel / E-DSG 30 Seiten	• Verbotsgesetz mit Erlaubnisvorbehalt (Ermöglichung, gesetzliche Pflicht oder überwiegendes Interesse – als Resultat einer Interessenabwägung) • Sanktionen bis 4% des weltweiten Jahresumsatzes oder EUR 20 Mio. bei

● EU-DSGVO: L&L&B

● Unterschied Daten/personenbezogene Daten

Informationen	Ohne jeglichen Personenbezug	
Anonyme Daten	Betroffene Person kann nicht (mehr) identifiziert werden	
Pseudonyme Daten	Ohne zusätzliche Informationen («Schlüssel») keine Zuordnung der Daten möglich	
Personenbezogene Daten	Beziehen sich auf identifizierte oder identifizierbare natürliche Person	

● EU-DSGVO: L&L&B

10

VISCHER

ONLINE-KARRIERETAG ZÜRICH

17 MAI 2018
PAPIERSAAL, ZÜRICH

Le Online-Karriertag est une véritable mine d'informations, de conseils et d'ateliers pour les étudiants, les diplômés et les jeunes professionnels souhaitant se lancer dans les métiers de la communication.

LSA a soutenu la manifestation pour la deuxième fois en tant que partenaire aux côtés de l'IAB. Une trentaine d'offres d'emploi d'agences LSA étaient affichées sur le job-wall de LSA.

www.online-karrieretag.ch/zuerich/



PAD18 SUISSE ROMANDE

31 MAI 2018, HÔTEL ALPHA PALMIERS,
LAUSANNE

La publicité programmatique gagne de l'ampleur dans le pays et sa bonne mise en œuvre nécessite des connaissances uniformes de la part de tous les acteurs du marché. C'est la raison pour laquelle le Programmatic Advertising Day a aussi eu lieu en Suisse romande et ce, pour la première fois. L'événement a été organisé par l'IAB et LSA.

www.iab-switzerland.ch/event/pad18-suisse-romande



RGPD: recommandation
de la branche IAB, LSA et VSM,
et brochure LSA

Séminaire d'impulsion LSA
«Change Management»

JUIN

Juin / juillet / août

EACA
Summer School

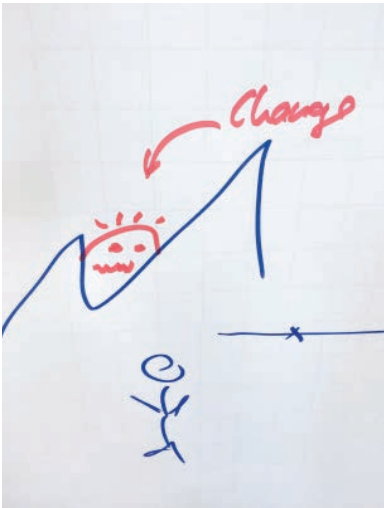
JULIET

Ad School –
Début des cours pour
l'année 2018/19

Campagne SEA sur les
places de stage

AOÛT

LSA – Rétrospective



SÉMINAIRE D'IMPULSION LSA «CHANGE MANAGEMENT»

5 JUIN 2018, AARA GLATT,
GLATTBRUGG

La branche de la communication est en pleine mutation, principalement sur ce qui a trait aux clients, au marché ainsi qu'aux défis organisationnels et technologiques qui y sont liés.

Suivant notre devise «Learning from the best», des coaches de très haut niveau ont animé le séminaire:

- Thomas Eickhoff (CEO de Grabarz und Partner) a donné l'impulsion sur la manière dont son agence a géré avec succès le changement et sur ce que devraient être les relations clients de demain.
- Nico Castagna (Senior Manager Digital Projects Zurich Airport) a donné l'impulsion sur le thème des collaborateurs et des organisations de demain.

But du séminaire

Le séminaire a suscité des réflexions inspirantes et des idées pratiques sur la façon de relever les défis de notre branche et de façonner avec succès notre propre changement.

RECOMMANDATION POUR LA BRANCHE QUANT AU RGPD

Les associations IAB, LSA et VSM ont élaboré une recommandation générale sur le RGPD pour les fournisseurs de médias ainsi que les agences médias et de communication suisses. Cette recommandation portant sur la publicité en ligne et les sites web donne un aperçu rapide et pratique des exigences les plus importantes du RGPD pour le secteur des médias. Une méthodologie montre comment appliquer le RGPD en fonction de besoins spécifiques. En outre, la recommandation comprend un guide pour concevoir un règlement sur la protection des données.

GUIDE PRATIQUE LSA

LE RGPD EN TOUTE SIMPLICITÉ

Un bref aperçu pratique du RGPD et de ses aspects les plus importants est résumé dans une fiche technique destinée aux agences membres.



EACA SUMMER SCHOOL

VIENNE, DU 2 AU 6 JUILLET 2018

Début juillet, plus de 50 étudiants et jeunes professionnels de 17 pays ont participé à la 9e édition de l'EACA International Advertising Summer School à Vienne. Une équipe suisse de 13 jeunes talents des agences LSA y a également pris part. En plus d'élaborer une campagne pour un client réel, les participants ont assisté à des workshops estivaux d'une semaine dirigés par des professionnels de la branche.

L'EACA International Advertising Summer School est une expérience précieuse pour les jeunes talents de la communication.

<http://www.eaca-inspire.eu/summer-school/>



CAMPAGNE SEA SUR LES PLACES DE STAGE

La promotion de la relève et la recherche de talents est une préoccupation centrale de l'association. Au second semestre 2018, LSA a lancé une campagne-test SEA durant deux semaines sur le thème «Stages dans les agences LSA». Les annonces étaient appuyées par des flyers qui ont été distribués lors d'événements destinés aux jeunes en recherche d'emploi. Les personnes intéressées pouvaient uploader leurs documents de candidature sur la page d'accueil du site de l'association pour qu'ils soient transmis directement aux responsables RH des agences LSA. Une campagne de communication intégrée pour les stages est prévue courant 2019 en collaboration avec l'association des agences de relations publiques en Suisse (BPRA).

LEADING SWISS AGENCIES

DEIN
KARRIERESTART
BEI DEN BESTEN
AGENTUREN
DER SCHWEIZ.

Jetzt CV hochladen und los geht's:
leadingswissagencies.ch/karriere/karrierestart

Es geht ganz einfach:
Lade hier deinen CV hoch und die Personalverantwortlichen der LEADING SWISS AGENCIES können dein Dossier prüfen

und direkt mit dir Kontakt aufnehmen. Deine Daten werden selbstverständlich nach 60 Tagen wieder gelöscht.

AD SCHOOL

L'Ad School, l'offensive éducative conjointe de l'ADC, Leading Swiss Agencies et l'Account Planning Group, est entrée dans sa deuxième phase: 26 jeunes stratèges et créatifs ont suivi la formation 2018/2019.

Le 24 août 2018, l'Ad School a lancé sa deuxième formation en cours d'emploi, d'une durée d'environ 4 mois: le cursus Création pour les jeunes AD, graphistes et professionnels du digital et le cursus Stratégie pour les jeunes consultants et stratèges.

Au sein de l'Ad School, les esprits les plus talentueux de la branche apprennent des meilleurs représentants et conférenciers de la communication. L'association LSA se charge de l'organisation de l'école et apporte un soutien administratif aux étudiants et aux quelque 30 professeurs de haut niveau.

La formation de l'Ad School, avec ses deux spécialisations «Stratégie» et «Création», est reconnue par la Haute Ecole d'économie de Zurich (HWZ) comme «Certificate of Advanced Studies ZFH (CAS) en planification stratégique et création».

www.adschool.ch

Juin / juillet / août



Bootcamp LSA

SEPTEMBRE

LSA Look Book 2018

PAD18, Zurich

Classement des
agences LSA

Nouveaux membres
Webrepublic AG et
Plan.Net Suisse AG

OCTOBRE

BOOTCAMP LSA 2018

DU 24 AU 28 SEPTEMBRE 2018,
APG ZURICH

Pour la troisième fois, l'association a organisé le Bootcamp LSA: un programme de formation destiné aux nouveaux venus des secteurs du conseil, de la création, de la production et des médias des agences membres. Pendant la semaine du bootcamp, les participants ont eu le temps de préparer un pitch en équipe et de le présenter devant un jury.

Le résultat de ce travail intensif a été plus qu'impressionnant, et le niveau extrêmement élevé. Les quatre excellents projets des agences New Age, Innolution, rakoon et possum n'ont pas facilité la tâche du jury.

Au terme d'une semaine studieuse et instructive, les participants ont pu se détendre autour d'un délicieux apéritif, leur certificat de participation en poche. Désormais, les portes des agences suisses leur sont grandes ouvertes.



BIENVENUE AU NOUVEAU MEMBRE DE LSA

WEBREPUBLIC AG

1^{ER} OCTOBRE 2018

Le portefeuille de services de Webrepublic va de la stratégie à la création, en passant par la planification, la mise en œuvre et l'optimisation des campagnes, les concepts de tracking, l'analyse de données et les solutions d'ingénierie. Les quelque 170 collaborateurs des bureaux de Zurich et Lausanne allient créativité et analyse de pointe, tout en s'exprimant en 12 langues différentes. A l'aire du tout numérique, seuls ceux qui réduisent la complexité technologique, développent des idées innovantes, interprètent correctement les données et comprennent les nuances culturelles – et qui vivent une culture d'entreprise dans laquelle l'esprit d'équipe, la passion et le talent sont encouragés – créent une réelle valeur ajoutée pour les marques.

www.webrepublic.com



Tom Hanan (fondateur et CEO), Chris Hanan (associé), Tobias Zehnder (co-fondateur et associé), Hannes Gasser (associé).

BIENVENUE AU NOUVEAU MEMBRE DE LSA PLAN.NET SUISSE AG

1^{ER} OCTOBRE 2018

Sous la devise «Creating Relevance», Plan.Net développe des campagnes permettant aux clients d'optimiser leurs processus, de remplir l'entonnoir de vente, de générer des leads et de les qualifier. Plan.Net compte une soixantaine de clients issus de différents secteurs d'activité présents sur le marché B2B et B2C. L'agence emploie 50 personnes dans les domaines de la stratégie, du conseil, de la création, du développement de logiciels, du marketing de performance et de médias sociaux.

www.plan-net.ch/de/



Holger Schicke (Responsable stratégie et conseil), Micha Seger (Directeur créatif), Andreas Gentsch (Responsable marketing digital), Philipp Sauber (Directeur et associé), Eliane Tschudi (Directrice des relations clients), Marcel Baumann (Responsable développement).

CLASSEMENT DES AGENCES LSA 2018

OCTOBRE 2018

Le classement des agences LSA 2018 est basé sur l'évaluation du produit d'exploitation brut (PEB) des agences membres. En 2017, les agences de communication leaders en Suisse ont généré un montant cumulé d'environ 457 millions de francs.

<https://www.leadingswissagencies.ch/fr/nos-agences/classement-des-agences-de-communication/>
<https://www.leadingswissagencies.ch/fr/nos-agences/classement-des-agences-medias/>

80

membres actifs

457

millions de francs
cumulés

356

millions de francs
de recettes brutes pour les
agences de communication

±7 %

101

millions de francs
de recettes brutes pour les
agences médias

±13 %

PAD18, ZÜRICH

16 OCTOBRE 2018,
VOLKSHAUS ZÜRICH

PAD est la conférence consacrée à la publicité programmatique en Suisse. Les acteurs du marché et les experts viennent y discuter des tendances et des évolutions les plus récentes. L'événement a une nouvelle fois été organisé par l'IAB, l'Association Suisse des Annonceurs (ASA), la Communauté d'intérêts des médias électroniques (IGEM) et LSA.

Le nouveau format de conférence «Challenge-Pitches» a été introduit en 2018. Ces Challenge-Pitches sont des créneaux de 7 minutes durant lesquels les entreprises présentent au public leurs case studies de publicité programmatique. Chaque présentation est suivie d'une séance de questions-réponses durant 3 minutes



Martin Meyer-Gossner (Modérateur), Catherine Purgly (LSA),
Roland Ehrler (ASA), Siri Fischer (IGEM), Roger Baur (IAB)



LEA THE BOOK 2019

IN FLAGRANTI COMMUNICATION

Mit Branding führen wir Marken zu Menschen und mit Kampagnen, Content und Dialog Menschen zu Marken.

In flagranti ag
Kommunikation berührt und prägt Gedanken – und verschmilzt in der Digitalisierung mit Business, Design und Technologie. Mit starken Auftritten, überraschenden Ideen, relevanten Inhalten und exzellentem Kampagnen-Management schaffen wir den Dialog zwischen Menschen und Marken.
In flagranti ist Teil des Netzwerkes inspiratio.net mit über 70 erfahrenen Spezialisten.

Network/Gruppe
inspiratio.net

1990
gegründet

27
Geschäftsjahre

Geschäftsleitung in flagranti ag
Michael Hähnen, CEO und Partner
Lorenz Schmid, Managing Director and Partner
Luigi Del Medico, Creative Director
Sarah Grimmelshuisen, Leiterin Management Services

Geschäftsleitung in flagranti design ag
Marcel Wälti, CEO und Partner

Geschäftsleitung 55 weeks ag
Niklaus Moser, CEO
Tom Röthlisberger, Partner

Geschäftsleitung Digital Innovation Lab AG
Christoph Camenisch, Partner
Tom Röthlisberger, Partner

Geschäftsleitung Intel AG
Alfredo Trasatti, CEO

-in flagranti ag
Busewiltstrasse 12
3250 Lyss BE
T +41 (0)32 387 79 79
welcome@inflagranti.ch

WWW
inflagranti.ch

68



LOOK BOOK LSA 2019

Le Look Book LSA est un instantané des profils d'agences visibles sur **leadingswissagencies.ch**. Il permet aux annonceurs d'accéder rapidement et visuellement à une ou plusieurs agences partenaires, et est conçu chaque année par un membre de LSA. Cette année, le Look Book LSA 2019 a été réalisé par in flagranti. L'édition 2019 a mis le focus sur la pérennité de l'association et de ses membres.





Séminaire d'impulsion
«Negotiations
for Leaders»



Discussion entre leaders
sur «La collaboration
du futur»



NOVEMBRE

DÉCEMBRE

Nouveau membre
blue-infinity SA



Carte de vœux LSA
«Performance»

SÉMINAIRE D'IMPULSION «NEGOTIATIONS FOR LEADERS»

6 NOVEMBRE 2018,
FOUR POINTS BY SHERATON SIHL CITY

Lors du séminaire d'impulsion LSA «Negotiations for Leaders», 19 participants d'agences membres de LSA ont eu l'occasion d'améliorer leurs compétences en matière de négociation grâce au coaching de Tom Kinnaird, l'un des formateurs en négociation et experts en procurement les plus renommés.



Objectif du séminaire

Découvrir d'autres moyens d'évaluer les prestations des agences et de transformer les négociations clients sur le prix en négociations sur la valeur du travail.

Objectif du séminaire

Négocier dans le monde réel avec plus de confiance – en particulier la capacité à créer et à revendiquer des valeurs.

Objectif du séminaire

Sensibilisation aux jeux joués par les clients et leurs services d'achat pendant les négociations, et en particulier lors des concours d'agences.

DISCUSSION ENTRE LEADERS «LA COLLABO- RATION DU FUTUR»

13 NOVEMBRE 2018, WESTHIVE ZURICH

La branche de la communication est en pleine mutation. En particulier en ce qui concerne le marché du travail, la collaboration avec les clients ainsi que les défis organisationnels internes et externes qui en découlent.

Objectifs du séminaire

- Pas de solutions toutes faites, mais des impulsions et des ébauches d'idées
- A quelles questions devons-nous répondre afin de nous positionner correctement pour l'avenir?
- Remettre en question de façon critique les expressions à la mode telles que «coworking» et «collaboration agile»
- Lancer la discussion et les échanges entre les membres

Trois blocs thématiques

- Processus stratégique et modèle d'affaires
- Organisation
- Collaboration avec le client

Les conférenciers suivants ont animé la soirée

- Andreas Widmer, fondateur et copropriétaire du nouvel espace de coworking «Westhive»
- Roger Romano, institut für systemische impulse, conseiller en organisation et analyste transactionnel
- Bernhard Herzig, Maxomedia et Matthias Koller, Publicis Zurich



BIENVENUE AU NOUVEAU MEMBRE DE LSA

BLUE-INFINITY SA

1^{ER} DÉCEMBRE 2018

blue-infinity accompagne plus de 100 clients en Suisse et à l'étranger et compte environ 650 collaborateurs. Grâce à l'utilisation de solutions digitales révolutionnaires, l'agence crée des conditions cadres de premier ordre pour que ses clients puissent communiquer et collaborer de manière optimale avec les consommateurs, les employés et les partenaires. Outre son siège à Genève, blue-infinity dispose de bureaux à Bâle, Zurich et Lausanne mais également en Allemagne, au Portugal et en République tchèque. Depuis 2017, blue-infinity fait partie du réseau global d'agences Dentsu Aegis Network et peut donc s'appuyer sur une gamme complète de services médias de premier plan.



Patrik Gamryd, CEO blue-infinity, Thomas Spiegel, CEO Dentsu Aegis Network Switzerland, Walter Hassler, CFO Dentsu Aegis Network Switzerland

VOEUX DE NOËL DE LSA VOTRE ADHÉSION A DU POIDS

12 DÉCEMBRE 2018

Cette année, l'association a remercié ses membres pour leur engagement en leur adressant un message de Noël spécial: la boule de Noël sur l'arbre LSA a montré à chaque membre individuellement le nombre de visiteurs sur son profil LSA en 2018.

Nous voulons montrer à nos membres que leurs efforts sont remarquables et remarqués. Et nous voulons les motiver à continuer de maintenir leurs attrayants profils à jour.



JANVIER

Discussion entre
leaders sur les modèles
d'honoraires, Lausanne

Débat LSA #1

Conférence Allmedia
Lausanne



FÉVRIER

Indicateur LSA/ASA de la
branche 2019



Ad School 2018/19
Cérémonie de remise
des certificats



Nouvelle conception des
conditions générales

MARS





DISCUSSION ENTRE LEADERS

«LES MODÈLES D'HONORAIRES DU FUTUR»
AVEC TABLE RONDE D'EXPERTS

15 JANVIER 2019, LAUSANNE

Au début de l'année, une discussion entre leaders a eu lieu avec les agences LSA de Suisse romande sur le thème «Modèles d'honoraires du futur». Les échanges se sont déroulés en présence de Frédérique Mathys, de Valencia Kommunikation. Après la présentation et la discussion, les participants ont échangé leurs expériences personnelles lors d'un apéritif dinatoire.



LSA – Rétrospective



SÉRIE DE DÉBATS LSA #1

LES DONNÉES NUMÉRIQUES VONT-ELLES
NOUS SAUVER OU REPRÉSENTENT-ELLES
UN ADIEU À LA VIE PRIVÉE?

16 JANVIER 2019, ADC-GALERIE, ZURICH

Dans un paysage médiatique fragmenté et un monde aux options multiples, l'approche des consommateurs axée sur le ciblage des données promet une efficacité maximale et un meilleur retour sur investissement.

Mais à qui appartiennent réellement les données privées? Comment les entreprises et les organisations doivent-elles utiliser les données? Quel est le rapport prix/performance lorsque les consommateurs mettent leurs données à la disposition des entreprises? Et quelle est la responsabilité des annonceurs et des agences de communication?

Tel est le genre de questions, et bien d'autres encore, auxquelles nous souhaitons répondre dans le cadre du nouveau format des «Débats LSA».

Sous la direction de Markus Spillmann, ont discuté:

- Adrienne Fichter, rédactrice en chef du magazine en ligne «Die Republik»
- Berivan Fidanoglu, délégué à la protection des données chez PostFinance
- Jürg Stuker, membre du conseil d'administration et associé chez Namics
- Ursula Uttinger, présidente du Forum suisse pour la protection des données

CONFÉRENCE ALLMEDIA

22 JANVIER 2019,
HÔTEL ALPHA PALMIERS, LAUSANNE

Allmedia est la plus importante conférence sur la communication, le marketing et la publicité en Suisse romande. Elle a lieu chaque année, alternativement à Genève et Lausanne, et est organisée par l'association faîtière KS/CS. En 2019, LSA a été pour la première fois partenaire de l'événement.

Outre les discours passionnants de hauts dirigeants du secteur de la communication, le programme comprenait des tables rondes sur des sujets d'actualité ainsi qu'un déjeuner d'affaires très convoité. La conférence s'est concentrée sur les défis auxquels les médias, les agences et les annonceurs font face aujourd'hui.



Images: marino.ch

INDICATEUR LSA/ASA DE LA BRANCHE 2019

L'étude sur le marché de la communication, que nous réalisons chaque année depuis 2013 en collaboration avec l'Université de Saint-Gall (HSG) et l'ASA, a été remplacée en 2018 par une étude plus courte et plus affinée: l'Indicateur LSA/ASA de la branche 2019.

L'enquête s'est concentrée sur trois questions clés du marché de la communication:

- Elaboration des budgets médias et de communication
- Quelles sont les tendances actuelles du marché de la communication?
- Comment les agences et les annonceurs travaillent-ils ensemble?

Au total, 164 annonceurs y ont participé. Les participants ont été recrutés personnellement, l'objectif étant la qualité plutôt que la quantité. Pour obtenir des réponses significatives, il était crucial que seules les personnes réellement responsables de la communication et/ou du marketing – et impliquées dans la collaboration avec les agences – reçoivent le questionnaire.

Les conclusions les plus importantes:

- Plus de la moitié des annonceurs ont fait état d'une augmentation de leur chiffre d'affaires au cours de l'année écoulée et prévoient également une augmentation en 2019.
- Top 5 des défis de la communication suisse:
- Accessibilité au public cible, complexité des canaux, transformation digitale, automatisation du marketing, protection des données.
- Une gestion de projet efficace, un engagement élevé, une réflexion stratégique et un haut niveau de créativité sont des facteurs décisifs pour le succès à long terme des relations d'affaires avec les agences.
- La forme de rémunération la plus répandue au sein des agences de communication est celle liée au volume de travail. Pour les agences médias, la rémunération au pourcentage reste le modèle le plus fréquent.

LSA-/SWA Branchenindikator 2019

Verband Schweizer Werbeauftraggeber
Association Suisse des Annonceurs

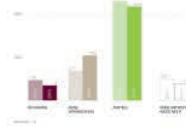
Verband Schweizer Werbeauftraggeber
Association Suisse des Annonceurs

Stand: 31. März 2019

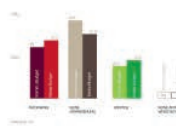
LEADING SWISS AGENCIES
Verband der Schweizer Kommunikationsagenturen der Schweiz

SWA ASA
Schweizer Werbeauftraggeberverband
Unioni Svizzera Pubblicità
Association Suisse des Annonceurs
Association of Swiss Advertisers

Über 50% der Auftraggeber verzeichnen eine Umsatzsteigerung im 2019 und bezeichnen 2020 als

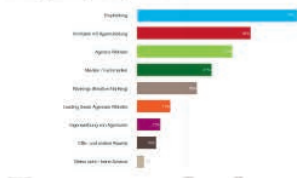


Test unserer Werbemaßnahmen wird die Bedeutung der Kommunikation für den Unternehmenserfolg und die Kommunikation- und Marketingbudgets bleiben ein zentraler Bestandteil der



Agencies als Kommunikationspartner für die Schweizer Auftraggeber

Die Auftraggeber sind an der Qualität der Kommunikation interessiert und erwarten, dass die Agencies die Qualität der Kommunikation verbessern und die Kosten senken.

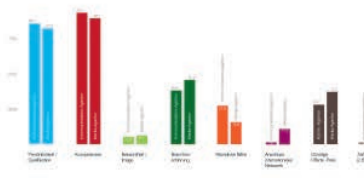


Agencies als Kommunikationspartner für die Schweizer Auftraggeber

Die Auftraggeber sind an der Qualität der Kommunikation interessiert und erwarten, dass die Agencies die Qualität der Kommunikation verbessern und die Kosten senken.



Die Auftraggeber sind an der Qualität der Kommunikation interessiert und erwarten, dass die Agencies die Qualität der Kommunikation verbessern und die Kosten senken.



Die Auftraggeber sind an der Qualität der Kommunikation interessiert und erwarten, dass die Agencies die Qualität der Kommunikation verbessern und die Kosten senken.

Die Auftraggeber sind an der Qualität der Kommunikation interessiert und erwarten, dass die Agencies die Qualität der Kommunikation verbessern und die Kosten senken.



Die Auftraggeber sind an der Qualität der Kommunikation interessiert und erwarten, dass die Agencies die Qualität der Kommunikation verbessern und die Kosten senken.

Die Auftraggeber sind an der Qualität der Kommunikation interessiert und erwarten, dass die Agencies die Qualität der Kommunikation verbessern und die Kosten senken.



INDICATEUR LSA DE LA BRANCHE «AGENCES»

L'enquête sur les agences – que nous menions chaque année depuis 2013 en collaboration avec l'Université de Saint-Gall (HSG) – a également été remplacée en 2018 par une étude plus courte et affinée: l'Indicateur LSA de la branche 2019 «Agences».

L'enquête s'est concentrée sur les importantes questions ci-dessous, relatives au marché de la communication:

- Quelles sont les tendances actuelles du marché de la communication?
- Comment les agences et les annonceurs collaborent-ils?

Au total, 41 participants ont pris part à l'étude.

Les conclusions les plus importantes:

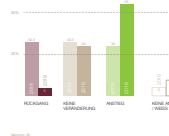
- 55% des agences participantes s'attendent à une augmentation du PEB en 2019.
- Top 5 des défis pour les agences:
 - Transformation digitale, construction/développement de l'expertise, contrats à court terme, développements technologiques, complexité des canaux.
 - Une gestion de projet efficace, un engagement élevé, une réflexion stratégique et un haut niveau de créativité sont des facteurs décisifs pour le succès à long terme des relations d'affaires avec les agences.
 - La forme de rémunération la plus répandue au sein des agences de communication est celle liée au volume de travail, ou «Scope of Work». Pour les agences médias, la rémunération au pourcentage reste le modèle d'honoraires le plus fréquent.

LSA Branchenindikator 2019 "Agenturen"

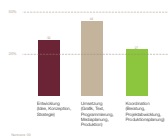


Fachforum
 Umfrage bei den führenden Kommunikationsagenturen der Schweiz (Mitglieder LEADING SWISS AGENCIES)
 Anzahl Übernehmungen: 47 davon 32 vollständig übernommen
 Erhebungszeitraum: November/Dezember 2018
 Befragungsmethode: Online
 Visualisierung: d.uma

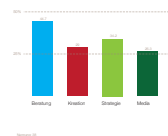
Wie hoch ist der Umsatz eines Unternehmens im Geschäftsjahr 2018 im Vergleich mit dem erwarteten Umsatz im Geschäftsjahr 2019?
 Nach einem ausgeprägten 2018 können die Agenturen sehr ausweichend zu 2019.



Wie hoch ist der erwartete Wertzuwachsanteil der folgenden Bereiche im 2019?
 Keine signifikante Veränderung der Wertschöpfungskette gegenüber letzten Wertschöpfungsketten. Die Agenturen erwarten eine Umstrukturierung der Kommunikationsaufgaben.



In welchen Bereichen besteht Ihnen die 2019 aufgrund erhöhten Bedarfs zusätzliches Personal zu verleihen?
 Neben der Suche nach Fachpersonal wird erkannt, dass die digitale Welt aus verschiedenen Bereichen und Disziplinen in Kommunikation und Technologie besteht.



Wie hoch war der Anteil der Agenturen, die im Geschäftsjahr 2018 den Marktanteil ihrer Agentur in den letzten 12 Monaten (Quartalsdaten) verändert haben?
 Nach dem Marktanteil der Kundenbeziehungen ist auch die Neukundengewinnung.



Wie hoch war der Anteil der Neukundengewinnung der Agenturen im letzten 12 Monaten?
 Der Anteil der Neukundengewinnung der Agenturen ist im letzten 12 Monaten (Quartalsdaten) verändert.



Der Aufwand der Agenturen für die Gewinnung neuer Kunden ist im letzten 12 Monaten (Quartalsdaten) verändert.
 Der Aufwand der Agenturen für die Gewinnung neuer Kunden ist im letzten 12 Monaten (Quartalsdaten) verändert.



An wie vielen Kommunikationsteams haben Ihre Agentur in den letzten 12 Monaten insgesamt zugelegt?
 Wie viele dieser Kommunikationsteams wurden für Ihre Agentur gewonnen?



Die Ertragspunkte der Kommunikationsteams lag in 2018 bei den 50%.
 In 2017 betrug die durchschnittliche Anzahl Kommunikationsteams 16, gewonnen wurden dabei weniger als die Hälfte.



Wie verändert sich der folgende Faktor für den langfristigen Erfolg von Kommunikationsteams der Agenturen im 2019?
 Gleiche Aussage als Aufwandsfaktor, wobei die Mehrheit bei den Aufwandsfaktoren einen markant höheren Stellenwert gewährt hat als den Agenturen.



Wie verändert sich der folgende Faktor für den langfristigen Erfolg von Kommunikationsteams der Agenturen im 2019?
 Gleiche Aussage als Aufwandsfaktor, wobei die Mehrheit bei den Aufwandsfaktoren einen markant höheren Stellenwert gewährt hat als den Agenturen.



Wie verändert sich der folgende Faktor für den langfristigen Erfolg von Kommunikationsteams der Agenturen im 2019?
 Gleiche Aussage als Aufwandsfaktor, wobei die Mehrheit bei den Aufwandsfaktoren einen markant höheren Stellenwert gewährt hat als den Agenturen.



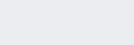
Wie verändert sich der folgende Faktor für den langfristigen Erfolg von Kommunikationsteams der Agenturen im 2019?
 Gleiche Aussage als Aufwandsfaktor, wobei die Mehrheit bei den Aufwandsfaktoren einen markant höheren Stellenwert gewährt hat als den Agenturen.



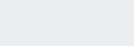
Wie verändert sich der folgende Faktor für den langfristigen Erfolg von Kommunikationsteams der Agenturen im 2019?
 Gleiche Aussage als Aufwandsfaktor, wobei die Mehrheit bei den Aufwandsfaktoren einen markant höheren Stellenwert gewährt hat als den Agenturen.



Wie verändert sich der folgende Faktor für den langfristigen Erfolg von Kommunikationsteams der Agenturen im 2019?
 Gleiche Aussage als Aufwandsfaktor, wobei die Mehrheit bei den Aufwandsfaktoren einen markant höheren Stellenwert gewährt hat als den Agenturen.



Wie verändert sich der folgende Faktor für den langfristigen Erfolg von Kommunikationsteams der Agenturen im 2019?
 Gleiche Aussage als Aufwandsfaktor, wobei die Mehrheit bei den Aufwandsfaktoren einen markant höheren Stellenwert gewährt hat als den Agenturen.



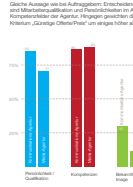
Welche der folgenden Themen sind für die wichtigsten Herausforderungen für die Kommunikationsteams im 2019?
 Die wichtigsten Herausforderungen für die Kommunikationsteams im 2019 sind:



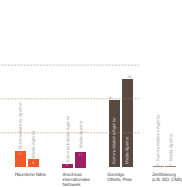
Was die Agenturen 2019 am meisten besorgt, ist die digitale Transformation und deren Einfluss auf die Kommunikationsteams im 2019.
 Die Agenturen 2019 am meisten besorgt, ist die digitale Transformation und deren Einfluss auf die Kommunikationsteams im 2019.



Welche Klienten und deren Meinung nach für Aufträge die die wichtigsten Herausforderungen für die Kommunikationsteams im 2019 sind?
 Die wichtigsten Herausforderungen für die Kommunikationsteams im 2019 sind:



Welche Klienten und deren Meinung nach für Aufträge die die wichtigsten Herausforderungen für die Kommunikationsteams im 2019 sind?
 Die wichtigsten Herausforderungen für die Kommunikationsteams im 2019 sind:



Welche Klienten und deren Meinung nach für Aufträge die die wichtigsten Herausforderungen für die Kommunikationsteams im 2019 sind?
 Die wichtigsten Herausforderungen für die Kommunikationsteams im 2019 sind:



Welche Klienten und deren Meinung nach für Aufträge die die wichtigsten Herausforderungen für die Kommunikationsteams im 2019 sind?
 Die wichtigsten Herausforderungen für die Kommunikationsteams im 2019 sind:



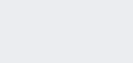
Welche Klienten und deren Meinung nach für Aufträge die die wichtigsten Herausforderungen für die Kommunikationsteams im 2019 sind?
 Die wichtigsten Herausforderungen für die Kommunikationsteams im 2019 sind:



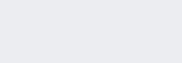
Welche Klienten und deren Meinung nach für Aufträge die die wichtigsten Herausforderungen für die Kommunikationsteams im 2019 sind?
 Die wichtigsten Herausforderungen für die Kommunikationsteams im 2019 sind:



Welche Klienten und deren Meinung nach für Aufträge die die wichtigsten Herausforderungen für die Kommunikationsteams im 2019 sind?
 Die wichtigsten Herausforderungen für die Kommunikationsteams im 2019 sind:



Welche Klienten und deren Meinung nach für Aufträge die die wichtigsten Herausforderungen für die Kommunikationsteams im 2019 sind?
 Die wichtigsten Herausforderungen für die Kommunikationsteams im 2019 sind:



AD SCHOOL 2018/19 CÉRÉMONIE DE REMISE DES CERTIFICATS

7 FÉVRIER 2019, C/O ADC SWITZERLAND

Le 7 février 2019, 27 diplômés de la deuxième édition de l'Ad School ont reçu leur diplôme à la Galerie ADC. Ils ont obtenu le certificat de l'Ad School et le «Certificate of Advanced Studies – Planning Stratégique et Création» de la Haute Ecole d'économie de Zurich (HWZ).

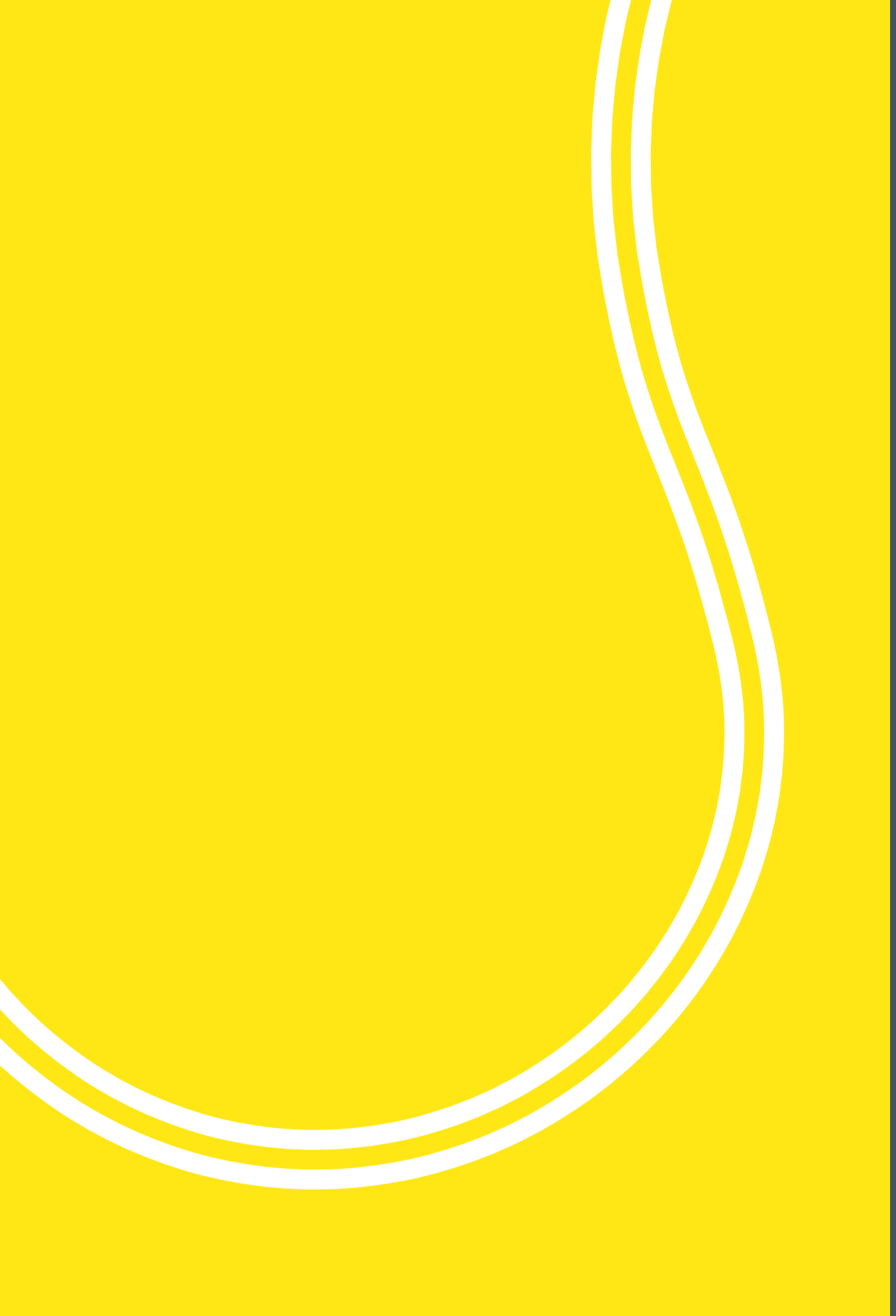
UBS Switzerland a été choisi comme sponsor pour le projet de fin d'études. Lors du briefing, les étudiants ont été invités à développer un nouveau positionnement et une nouvelle campagne pour l'«UBS Kids Cup». Les équipes, composées de créatifs et de stratèges/conseillers, ont présenté leurs projets de fin d'études au jury de l'Ad School et à la représentante d'UBS. Les équipes gagnantes recevront les cubes tant convoités lors du Gala de l'ADC le 23 mars 2019.

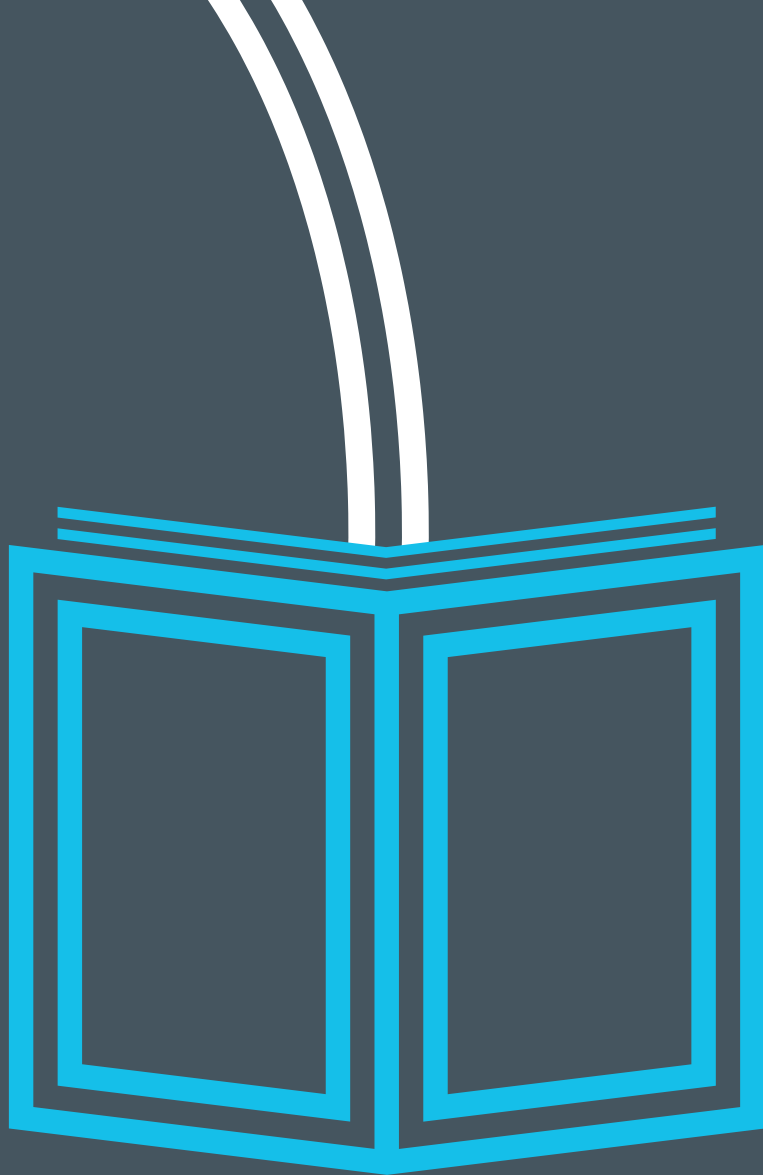


NOUVELLE CONCEPTION DES CONDITIONS GÉNÉRALES

Les nouvelles conditions générales de LSA régissent les relations entre l'annonceur et l'agence et remplacent les principes de la branche pour les agences médias et de communication. Elles doivent être considérées comme un complément aux contrats individuels et sont destinées à guider les membres dans la conception de leurs relations avec la clientèle.







Communication

ARTICLES PARUS DANS PERSÖNLICH

LEADING SWISS AGENCIES dispose d'une page pour un article dans chacun des 10 numéros du magazine Persönlich. En 2018, les thèmes ont été les suivants:

Ausgabe	Thema	Autor
Februar	LSA/SWA-Werbemarktstudie 2017	Catherine Purgly, LSA
März	Das neue ABC der Honorierung	Roman Hirsbrunner, JvM/Limmat
April	Welsche Werber: die Penn(dl)er der Schweiz	Michael Kamm, Agence Trio
Mai	LEADING SWISS AGENCIES: Fristerstrecker oder Zukunftsgestalter?	Michael Hählen, in flagranti
Juli	Werbung, die ehrlichste Form der Ansprache	David Schärer, Rod Kommunikation
August	Wirkungsvolle Kommunikation schafft finanziellen Mehrwert	Roman Geiser, Farner Consulting
September	Wir brauchen ein Mediengesetz, das zukünftigen Geschäftsmodellen im Medienmarkt genügend Freiraum lässt.	Catherine Purgly, LSA
November	Ist Ihr Brand digital genug?	Martin Fawer, Process Brand Communication
Dezember	3. LSA-Bootcamp: Konzepten, Baby, konzepten!	Petra Dreyfus, Wirz Communications

ARTICLES PARUS DANS COMINMAG

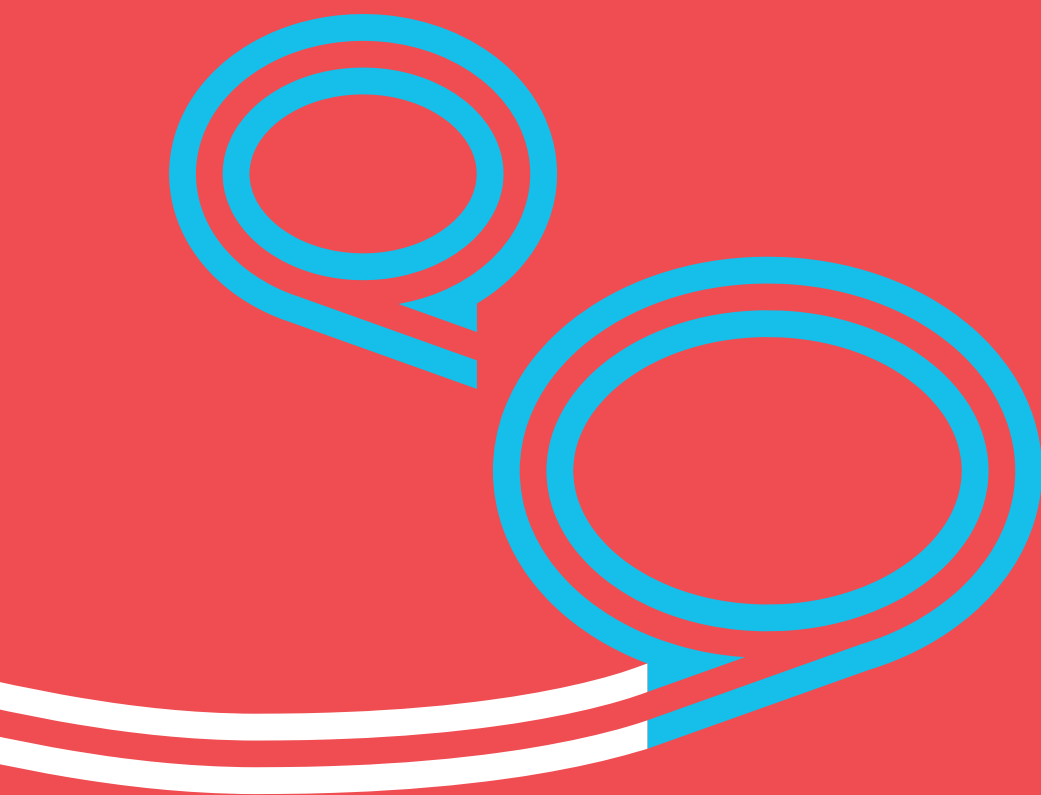
LEADING SWISS AGENCIES doit renforcer sa présence en Suisse romande. Le partenariat avec Cominmag permet la publication régulière d'articles des membres LSA sur des sujets actuels. En 2018, les thèmes choisis ont été les suivants:

Edition	Sujets	Auteur
Février/Mars	«Les atouts d'une agence LSA romande: l'expérience Trio».	Michael Kamm, Agence Trio
Avril	«Le nouvel ABC de la rémunération»	Roman Hirsbrunner, JvM/Limmat
Mai/Juin	«Se mettre sur les rails ou changer de voie: comment prendre le train de la formation?»	Michael Hählen, in flagranti communication
Juillet/Août	LIVRE COMINMAG DES AGENCES: double page sur avantages LSA + Agency Finder	Guillaume Roud, Agence Trio SA
Septembre	«Les nouvelles techniques de production et la fin de la communication traditionnelle»	Helyn Benard, Publicis Communications Lausanne
Octobre	«Les marques faites pour durer»	Michael Kamm, Agence Trio
Novembre	«PATRONS: RÉALISONS VOS RÊVES»	Edouard Gaultier, Gaultier Collette
Décembre/ Janvier	LIVRE COMINMAG DES AGENCES	Guillaume Roud, Agence Trio



Tous les articles peuvent être lus et téléchargés dans la section «Actualités» du site Internet de LSA.





Coopérations et partenariats

COOPÉRATION AVEC DES ASSOCIATIONS PARTENAIRES

LSA et l'ASA

- Indicateur LSA/ASA de la branche 2019
- Index prix/performance des médias

LSA, l'ADC et l'APGS

L'Ad School est parrainée conjointement par l'ADC Switzerland, l'Account Planning Group Schweiz (APGS) et LEADING SWISS AGENCIES.

LSA et l'IAB

- Soutien au cursus diplômant IAB/LSA «Marketing digital pour débutants»
- Soutien à l'organisation du Programmatic Advertising Day (depuis 2016)
- Soutien à l'organisation du Online-Karriertag à Zurich (depuis 2017)
- Soutien au Best of Swiss Web 2018

LSA et la HWZ

Soutien au cursus CAS «Marketing Communication», en collaboration avec l'Association Suisse des Annonceurs. Partenaire de l'Ad School. Certificate of Advanced Studies BFH (CAS) en planification stratégique et création.

LSA et KS/CS

- Soutien à la conférence Allmedia à Lausanne et Genève.

LSA et la Commission Suisse pour la Loyauté

- Participation aux séances plénières et aux réunions des chambres de la Commission Suisse pour la Loyauté.

LSA et l'ADC

- LSA est partenaire de l'événement ADC Young Creatives Awards.





Bureau



Catherine Purgly
Directrice



Annette Truniger
Gestion de projets



Kathrin Leder
Gestion de projets



Ilan Olstein
Communication

LE BUREAU COMME PLATEFORME CENTRALE

Le bureau agit comme la plateforme centrale, le «think tank» et le porte-voix des membres LSA. Ses activités sont les suivantes:

Missions principales

- Aide aux membres par des services, outils et savoir-faire
- Promotion des échanges d'expériences et d'informations entre les membres
- Programmes de formation et promotion de la relève
- Communication régulière dans les médias spécialisés et sur les réseaux sociaux
- Collaboration active avec l'Association Suisse des Annonceurs et d'autres associations liées au secteur
- Coordination des cours de l'Ad School
- Représentation de l'association lors de nombreuses réunions avec des groupes d'intérêts et des associations, lors de divers événements du secteur et lors de l'assemblée générale de la réunion d'automne de l'EACA à Bruxelles
- Organisation et conduite des Swiss Effie Awards

Depuis le 1er octobre 2018, Ilan Olstein travaille au bureau à 30% pour la communication de l'association.

Ombudsmann et médiation

L'association dispose d'un médiateur pouvant émettre des conseils et des recommandations en cas de différends entre membres de l'association ou de litiges entre agences et annonceurs. La fiche «Ombudsmann et Médiateur» est disponible auprès du bureau.





Finances

RAPPORT FINANCIER

La comptabilité de l'association est tenue par BTO Treuhand AG.

L'exercice 2018 se termine avec un bénéfice de CHF 1'627.70.

Les comptes annuels détaillés et les commentaires sont disponibles en annexe.

LEADING SWISS AGENCIES
Weinbergstrasse 148
8006 Zürich

Pour l'assemblée générale LSA 2019

Révision des comptes de l'exercice 2018

En vertu du mandat qui leur a été confié, les soussignés ont procédé au contrôle de la comptabilité.

Ils attestent que le bilan ainsi que le compte de profits et pertes, avec un profit de CHF 1'627.70 et un capital de CHF 381'872.56 ont été contrôlés par pointages et reconnus exacts. La comptabilité est tenue de manière impeccable et ne suscite sinon aucune remarque.

Nous recommandons à l'assemblée générale d'accepter les comptes et de donner décharge au comité et au directoire.

Les vérificateurs:



Verena Bernhard



Edgar Magyar

Zurich, 28 février 2019





Faits et chiffres

TASKFORCES

Conseil de l'Ad School

Peter Brönnimann (Président du conseil)
Gioia Bozzato (ADC)
Frank Bodin (ADC)
Livio Dainese (ADC)
Stefan Eggenberger (HWZ)
Michael Hinderling (ADC/Digital)
Kathrin Leder (LSA)
Gordon Nemitz (APGS/Stratégie)
Catherine Purgly (LSA)
Michael Selz (APGS/Médias)
Philipp Skrabal (Young ADC, PR)

Auditeurs

Edgar Magyar, Publicis Communications Schweiz AG
Verena Bernhard, Havas

Auditeur remplaçant

Roland Oberhauser, Farner Consulting

Médiateur

Peter Leutenegger

REPRÉSENTANTS LSA

AUPRÈS DES ASSOCIATIONS ET DES COMMISSIONS

IAA International Advertising Association Swiss Chapter

Comité: Verena Bernhard, Havas, Matthias Kiess, TBWA, Manfred Strobl, Mediaschneider

ADC Switzerland

Comité: Peter Brönnimann, Publicis Zurich, Livio Dainese, Wirz Communications, Markus Gut, Process, Dennis Lück, Jung von Matt/Limmat, Philipp Skrabal, Farner Consulting, Thomas Wildberger, Publicis Zurich

APGS (Account Planning Group Switzerland)

Comité: Romana Weber, Jung von Matt/Limmat, Michael Selz, OmnicomMediaGroup, Anne Langer, Rod Kommunikation

BSK Berufsschulkommission

Représentant des entreprises formatrices: Andreas Gentsch, Plan.Net Suisse

EACA/NAC

Catherine Purgly, LEADING SWISS AGENCIES

EXPO Event

Comité: Bala Trachsel, Republica

GfM

Conseil de fondation: Geri Aebi, Wirz, Nadine Borter, Contexta,
Président du conseil d'administration: Prof. Dr. Dominique von Matt, JvM/
Limmat

IAB Switzerland

Martin Sauter, Futurecom Interactive

IGEM Communauté d'intérêts des médias électroniques

Stephan Küng, TWmedia The Whole Media, président
Axel Beckmann, Mediacom Switzerland, Manfred Strobl, Mediaschneider

IFEM – Institut für empirische Medienforschung

Manfred Strobl, Mediaschneider

KS/CS Communication Suisse

Comité directeur, section suisse alémanique: Urs Schneider, Mediaschneider
Conseil de la communication: Michael Kamm, Agence Trio
Commission d'examen: Erich Koller, ET&H

Mediapulse, fondation pour la recherche radio et télévisée

Conseil de fondation: Beat Krebs, Publicis Media
User Commission: Monika Jäggi, Konnex

Conférence des présidents de LSA/SSR/ASA/presse suisse/ASSP

Michael Hählen, in flagranti communication

Commission de vérification de la publicité suisse

Urs Schneider, Mediaschneider, président

SAWI Suisse romande

Comité directeur: Michael Kamm, Agence Trio

Commission Suisse pour la Loyauté

Catherine Purgly, LSA, David Schärer, Rod Kommunikation,
Ruth Wagner, one marketing services

SMDH

Conseil d'administration: Beat Krebs, Publicis Media

Fondation de la Publicité Suisse pour la Loyauté dans la communication commerciale

Conseil de fondation Michael Hählen, in flagranti communication

Fondation Statistique Suisse en Publicité

Conseil de fondation, Comité de patronage: Catherine Purgly, LSA

User Commission Print REMP

Christian Rufener, Mediaschneider

Chambre de commerce de Zurich

Conseil d'administration: Geri Aebi, Wirz

Commission REMP de certification des tirages et de la diffusion, CCTD

Beat Krebs, Publicis Media, Catherine Purgly, LSA
User Commission REMP: Peter Döbeli, Konnex
Commission de recherche REMP: Andreas Weiss, Publicis Media

MUTATIONS

Membres au 01.01.2018

Membres actifs/agences	75
dont agences de communication	57
et agences médias	18

Adhésions 2018

1 ^{er} janvier 2018	Freundliche Grüsse AG
1 ^{er} mars 2018	Rod Kommunikation AG
1 ^{er} octobre 2018	Webrepublic AG
1 ^{er} octobre 2018	Plan.Net AG
1 ^{er} décembre 2018	blue-infinity SA

Départs 2018

31 décembre 2018	Hofer AG
31 décembre 2018	Virtua SA

AGENCES PAR PEB

	Nombre d'agences	Participation au PEB total par catégorie
10 – 30 millions de francs	23	30 %
5 – 10 millions de francs	9	12 %
2 – 5 millions de francs	24	30 %
0 – 2 millions de francs	5	6 %

17 agences n'ont pas participé au classement LSA.

LEADING SWISS AGENCIES
Weinbergstrasse 148
8006 Zurich
www.leadingswissagencies.ch

Editeur
LEADING SWISS AGENCIES
Weinbergstrasse 148
8006 Zurich
www.leadingswissagencies.ch

Conception et design
Process, Zurich

Impression
DE Druck AG, Effretikon

