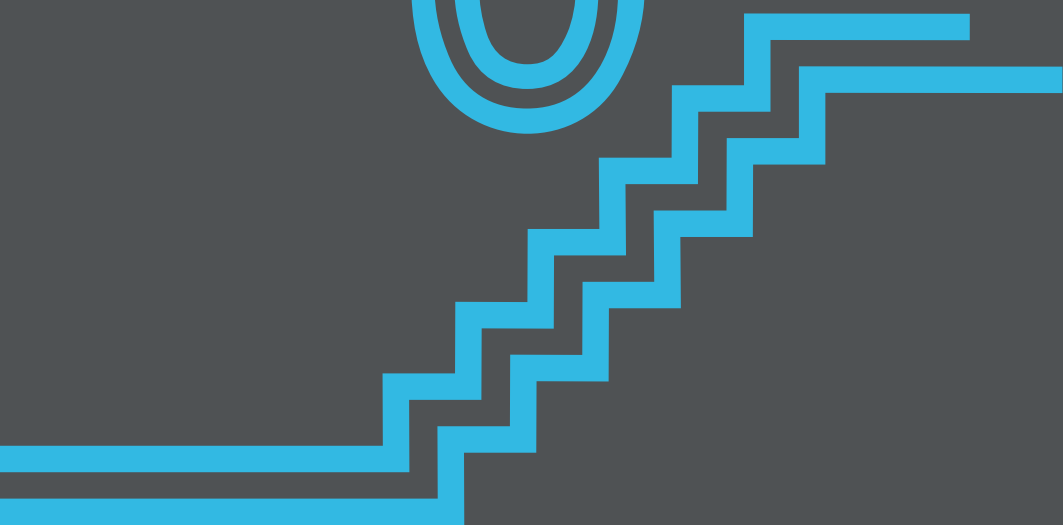


2019



AVANT=PROPOS

Les anciens philosophes grecs doivent nous regarder avec plaisir. Il y a 2500 ans, ils pensaient au changement en recherchant des métaphores sur l'évolution du monde et son ancrage dans le présent. On leur doit la création de l'un des slogans les plus courts et les plus concis qui soient: *Panta rhei* (tout passe).

Il est fascinant de voir à quel point le changement façonne aussi notre époque: des acquis durement gagnés et prétendument éprouvés disparaissent, des choses excitantes et passionnantes font leur apparition, puis souvent disparaissent aussitôt, avant même que nous en ayons pris conscience.

Ce va-et-vient fait désormais partie du quotidien. Et je crois que dans notre branche, la peur du changement a laissé place à un désir de façonner l'avenir. Le fait que notre association soutienne ses membres dans cette voie, en étant un moteur et un conseiller, nous satisfait et nous rend confiants.

Il semble que nous arrivions à lancer et modérer des thèmes qui concernent nos membres au-delà de leur quotidien. Afin que LEADING SWISS AGENCIES conserve son rôle déterminant d'association leader de premier plan, nous voulons continuer à appliquer les formules chères à nos ancêtres. La tâche prioritaire – et en même temps la plus difficile – est de soutenir cette revendication «Leading» et la qualité qui lui est associée. L'association mènera la discussion sur ce point avec encore plus de force et de pertinence dans le futur. Je m'en réjouis.

Michael Hählen

Association	7
	16
Communication	
	77
Bureau	
Faits & chiffres	

SOMMAIRE

3 Avant-propos

Rétrospective

73

Collaborations et partenariats

81

85

Finances

89



Association

LES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION 2019

Les neuf membres du conseil d'administration se sont réunis à six reprises.



De gauche à droite: **Roman Geiser**, Farner Consulting, **David Schärer**, Rod Kommunikation, **Mark Burow**, Namics, **Petra Dreyfus**, Wirz Communications, **Martin Kessler**, Process Group, **Catherine Purgly**, directrice de LSA, **Roman Hirsbrunner** JvM/Limmat, **Beat Krebs**, OMD, vice-président, **Michael Hählen**, in flagranti communication, président, **Matthias Koller**, Publicis Communications Schweiz.

RENFORCER LES QUALITÉS DE LEADER

Pourquoi les agences LSA offrent-elles une qualité et une sécurité d'investissement élevées et constantes à leurs clients ? Pourquoi les agences LSA sont-elles les principaux acteurs du marché ? Pourquoi les agences LSA sont-elles des pionnières en matière de solutions commerciales innovantes ? Pourquoi les agences LSA remportent-elles régulièrement des prix pour leurs idées de communication exceptionnelles ? Pourquoi les agences LSA sont-elles des employeurs attractifs ? Pourquoi les agences LSA s'engagent-elles en faveur des jeunes talents ?

L'une des tâches principales de l'association est de continuer à renforcer les qualités de leader des agences LSA, qui leur permettent de façonner la branche à travers un positionnement dynamique et des idées avant-gardistes, et ainsi de se différencier encore mieux sur le marché.

Notre stratégie directrice pour 2020 est momentanément en phase de positionnement. Pour l'année 2019, l'association a dû faire preuve de leadership sur le marché en mettant l'accent sur une visibilité accrue de ses membres grâce à un travail de communication plus intense: sujets pertinents sur la branche, publicité de notre outil d'évaluation des agences – l'Agency Finder – ou encore campagne sur les stages dans les agences LSA afin de montrer leur attractivité en tant qu'employeurs.

PRIORITÉS 2019

LSA Agency Finder

Objectif: faire connaître la plateforme LSA pour une évaluation efficace et précise des agences leaders en Suisse.

Mesure: promotion de l'outil de recherche d'agences LSA par le biais d'une campagne SEA sur LinkedIn et Facebook.

Résultat: en 2019, nous avons enregistré 15'236 visiteurs sur le site de LSA. Cela représente une augmentation de 50% par rapport à l'année précédente.

Communication interne

Objectif: informer régulièrement sur les activités de l'association.

Mesure: tous les deux mois, LSA envoie une newsletter avec tout ce qu'il faut savoir sur l'association. Cela comprend des informations et de brefs résumés des séminaires d'impulsion, des discussions entre leaders ou des annonces d'événements.

Résultat: la newsletter est désormais envoyée à environ 400 personnes, dont la majorité sont des employés d'agences membres. Toutefois, elle est également populaire auprès des personnes intéressées par la branche.

Communication externe

Objectif: renforcer la présence de l'association autour de sujets pertinents pour la branche.

Mesure: nouvelle apparition publique. À l'aide de tables rondes, d'interviews et d'avis de l'association, LSA a commenté divers sujets concernant la branche, notamment sur les manières douteuses d'évaluer les agences.

Résultat: la newsletter est désormais envoyée à environ 400 personnes, dont la majorité sont des employés d'agences membres. Toutefois, elle est également populaire auprès des personnes intéressées par la branche.





PRIORITÉS 2019

Promotion de la relève

Objectif: sensibiliser les jeunes à la branche de la communication et à ses divers profils professionnels.

Mesure: en collaboration avec les associations partenaires BPRA et prSuisse, LSA a lancé une campagne SEA et une campagne sur les médias sociaux destinées aux diplômés ainsi qu'aux personnes en reconversion professionnelle avec pour objectif de les intéresser davantage à la branche de la communication. Grâce aux publicités sur Facebook, Instagram et Google ainsi qu'aux liens QR sur les affiches dans différentes universités suisses, les personnes intéressées ont pu télécharger leur CV sur la page de début de carrière LSA et l'envoyer directement aux spécialistes du recrutement des agences.

Résultat: Plus de 100'000 personnes ont vu nos annonces et la page de début de carrière a été consultée plus de 2'000 fois. Au total, 67 CV ont été envoyés durant la campagne. L'enquête sur la campagne menée auprès des agences LSA a donné des résultats encourageants: bien plus de la moitié des agences interrogées ont jugé la qualité des candidatures bonne à très bonne. 20% des personnes interrogées ont eu un contact direct avec des stagiaires potentiels par l'intermédiaire de l'outil de recherche de personnel. Selon l'enquête, deux stagiaires ont été embauchés. Plus de 80% sont favorables à la poursuite de la campagne.

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, Plan.Net Suisse

Formation continue

Petra Dreyfus, Wirz Communications
Matthias Kiess, TBWA Switzerland
Sarah Grimmelikhuijsen, in flagranti communication

Services

Matthias Koller, Publicis Zürich
Bernhard Herzig, Maxomedia
Walter Stulzer, Futureworks



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
Chris Flückiger, mediatonic

Concurrence

Roman Geiser, Farner Consulting
Ulrike Grein, Markenfels
Sandro Tschuor, Wunderman
Thompson Switzerland
Simon Rehsche, Heimat Zürich

Médias

Beat Krebs, Publicis Media
(seit September 2019 Omnicom
Media Group Schweiz AG)

Modèles d'honoraires

Roman Hirsbrunner, JvM/Limmat
Ivan Piccinno, Wunderman
Thompson Switzerland
Frédérique Mathys,
Valencia Kommunikation
Christophe Vouillamoz, Geyst
Marjan Lakic, Webrepublic
Peter van der Touw, Notch Interactive

Communication et dialogue

David Schärer, Rod Kommunikation
Mark Burow, Namics
Manuela Brunner, Freundliche Grüsse

LSA Bureau

Catherine Purgly
Kathrin Leder
Annette Truniger
Ilan Olstein

APERÇU DE L'ANNÉE

AVRIL

2019

Assemblée générale 2019

MAI

Nouveau membre Geyst

Séminaire d'impulsion
«Gestion du personnel»

Online-Karrieretag 2019

Séminaire d'impulsion
«Présenter de manière
convaincante et vendre des idées»

Enquête «Rémunération
dans la pratique»

JUILLET

Nouveau membre
Heimat

EACA Summer
School 2019

SEPTEMBRE

LSA-Bootcamp 2019

Discussion entre
leaders «Open Platform
Agile Leaders»

JUIN

AOÛT

Discussion entre leaders
«Droit du travail»

NOVEMBRE

Nouveau membre Gamned /
Kreisvier / snds Lugano

Discussion entre
leaders «Gestion de la
performance»

Indice prix/performance
des médias 2019 LSA/ASA

Enquête sur les salaires
et les horaires 2019

Salon Communica

Look Book LSA 2020

Classement des agences
LSA 2019

Nouveau membre
Jvm/impact

Séminaire
d'impulsion
«Negotiations for
Leaders»

PAD
Lausanne

Dreikönigstagung
2020

JANVIER

Enquête LSA/ASA «Indica-
teur de la branche 2020

Discussion entre
leaders «Rémunération»

Conférence
Allmedia20

FÉVRIER

Des nouveaux outils pour
l'évaluation d'une agence

Série de podcasts
«LSA Lunch Time»

MARS

Jugement Effie Awards
Switzerland

OCTOBRE

Recommandation aux agences
de communication pour
la conception d'une offre

Vœux de Noël aux
membres LSA

DÉCEMBRE

2019 2020



2019

AVRIL



Assemblée générale
2019



MAI

Nouveau membre Geyst AG



Séminaire d'impulsion
«Gestion du personnel»



ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

9 AVRIL 2019
RESTAURANT DAIZY, ZURICH

La digitalisation: l'un des principaux sujets de l'association en 2019

La digitalisation crée non seulement de nouvelles opportunités et de nouveaux services, mais aussi de nouveaux profils d'emploi et de nouveaux défis. La communication fusionne avec les affaires, la technologie et le design. La question de savoir comment aller de l'avant et donner une orientation en tant qu'association a été posée par le président Michael Hählen lors de l'Assemblée générale 2019.

Après la réunion, les associations partenaires, les amis ainsi que les représentants des médias ont rejoint les membres LSA. Les quelque 100 invités ont passé une soirée conviviale, avec un dîner élégant et un divertissement musical de choix par le trio de Dani Woodtli.





LEADING
SWISS
AGENCIES

+

der führenden
Kommunikationsagenturen
der Schweiz

BIENVENUE AU NOUVEAU MEMBRE

GEYST AG

1^{ER} MAI 2019

L'agence spécialisée dans le branding, la communication et les solutions digitales est membre de LEADING SWISS AGENCIES depuis le 1er mai.

Geyst crée des liens durables entre les gens et les marques sur la base de valeurs partagées et d'interactions positives. Avec des histoires fortes et un excellent design, ils créent des expériences durables qui révèlent le plein potentiel d'une marque. Avec beaucoup de «Love, Craft & Esprit», les quelque 36 Geysters développent des concepts de marque, des stratégies de communication, des plateformes et des outils digitaux, ou encore des designs de haute qualité pour les pixels et l'impression. Aussi variés et larges que soient les projets de l'agence de Zurich, le noyau commun à tous est: l'idée forte. Dotée d'une équipe multidisciplinaire, l'agence a le savoir-faire et le poids nécessaires pour conseiller et soutenir pleinement ses clients à l'ère de la transformation digitale.



Les membres de la direction de gauche à droite: Christophe Vouillamoz, Johannes Just, Stephan Clavadetscher, Steph Huber

SÉMINAIRE D'IMPULSION «GESTION DU PERSONNEL»

14 MAI 2019
DIECI AU ZOO, ZURICH

Lors d'un séminaire d'une journée, les responsables RH des agences LSA ont reçu de précieux conseils sur la manière de combiner avec succès la théorie et la pratique dans les domaines du leadership, du développement et de la communication afin d'accroître la qualité du leadership.

Sous la direction de Susanne Richter et Markus Rossi, tous deux experts en développement du leadership, la première partie du séminaire a porté sur la conduite correcte des entretiens d'évaluation. Après le déjeuner, les participants ont été formés à la communication de situation et spécifique aux cadres.

Les enseignements tirés du séminaire d'impulsion sont mis à la disposition de nos membres sous la forme d'un guide.



LSA-Enquête «Rémunération
dans la pratique»

Séminaire d'impulsion
«Présenter de manière
convaincante et vendre des idées»

Online
Karrieretag 2019

JUIN

Juin / Juillet / Août

JULIET

Nouveau membre
Heimat Zürich GmbH

Discussion entre
leaders
«Droit du travail»

EACA Summer
School 2019

AOÛT

ONLINE-KARRIERETAG ZÜRICH

25 JUIN 2019
PAPIERSAAL, ZÜRICH

Lors du Online-Karriertag de cette année à Zurich, LSA a fait son apparition aux côtés de l'IAB avec un stand flambant neuf. Les visiteurs de la foire ont reçu des informations sur les offres d'emploi des agences LSA, ont pu soumettre leur CV à un contrôle de qualité et tester sur place l'outil de recherche d'emploi de LSA.

Le plateau, composé de cadres expérimentés issus d'agences de haut niveau, a été l'un des points forts de cette journée. Ainsi, Petra Dreyfus (Wirz), Nina Krucker (Farner), Tobias Zehnder (Webrepublic), Lennart Hintz (MediaCom), Mark Burow (Namics) et Danijel Slijvo (TBWA) ont discuté des questions centrales et actuelles de l'emploi dans les agences.



www.online-karrieretag.ch/zuerich/



SÉMINAIRE D'IMPULSION «PRÉSENTER DE MANIÈRE CONVAINCANTE ET VENDRE DES IDÉES»

19 – 20 JUIN 2019 KV SIHLPOST, ZÜRICH

Une présentation réussie est souvent décisive pour le match. Le meilleur contenu n'est pas convaincant s'il n'est pas présenté de manière convaincante. Le séminaire rhétorique de LEADING SWISS AGENCIES a permis aux participants d'évaluer correctement leurs compétences rhétoriques et de travailler spécifiquement sur leurs points forts et leur potentiel.

Le séminaire était axé sur des exercices pratiques dans les domaines de l'action et de la communication. La conférencière Helga Sanne – ancienne directrice générale de Sprechforum Sanne et active depuis plus de 18 ans dans le domaine du coaching de présentation/personnalité pour les agences de publicité – a attaché une grande importance à la mise en place de commentaires individuels, concrets et très clairs pour les participants.

Grâce à un soutien théorique et à une mise en pratique concrète lors de divers exercices, les participants ont pu entraîner leurs compétences.



ENQUÊTE «LA RÉMUNÉRATION DANS LA PRATIQUE»

CONNAÎTRE LES BESOINS DES MEMBRES

Le guide «Modèles d'honoraires du futur» est en vigueur depuis fin 2017. Avec cette enquête, nous voulions savoir si et comment les modèles sont appliqués, quels sont les défis auxquels les membres sont confrontés dans leurs activités quotidiennes avec leurs clients et dans quelle mesure le guide est utile dans les négociations.



BIENVENUE AU NOUVEAU MEMBRE HEIMAT ZÜRICH GMBH

1^{ER} JUILLET 2019

Depuis le 1er juillet 2019, Heimat est membre de LEADING SWISS AGENCIES.

Depuis sa création en 2016, Heimat Zürich s'est fait un nom sur le marché avec des campagnes indépendantes, inattendues et réussies. Heimat a particulièrement attiré l'attention avec l'élaboration de campagnes 360 et le développement de marques dans le cadre de nouveaux lancements et de rebranding.

Heimat Zürich a été récompensé à plusieurs reprises par des prix nationaux et internationaux pour sa créativité, son efficacité et sa stratégie.



De gauche à droite: Lukas von Wartburg, Business Director, Simon Rehsche, Directeur et associé, Leander Schmalfuss, Creative Director, Nico Ammann, Directeur et associé

EACA SUMMER SCHOOL

1-5 JUILLET 2019

PARIS

Au cours de la première semaine de juillet, environ 80 participants de 15 pays européens ont pris part à l'EACA International Advertising Summer School 2019. Pour la dixième édition, la Summer School est revenue dans la ville où elle a commencé: Paris. Le client, The Economist, a demandé aux participants d'élaborer une campagne pour l'aider à sensibiliser les jeunes du Royaume-Uni et à accroître leur importance.

Très populaire, l'EACA International Advertising Summer School est une expérience précieuse pour les jeunes talents de la communication.



www.eaca-inspire.eu/summer-school

DISCUSSION ENTRE LEADERS «DROIT DU TRAVAIL»

28 AOÛT 2019
GLOCKENHOF ZÜRICH

Comment l'employeur doit-il faire face aux nombreuses et délicates questions concernant le droit du travail? Existe-t-il des études de cas et des jugements qui peuvent servir de guide? Qu'est-ce qui est encore légal et qu'est-ce qui ne l'est pas? La discussion entre leaders sur le «droit du travail» s'est déroulée sous la forme d'une séance de questions et réponses. Ainsi, les participants ont eu l'occasion d'interpeler le Dr Denis G. Humbert sur les questions les plus importantes. L'avocat spécialisé en droit du travail a fourni des informations sur les risques encourus par un employeur si les pauses ne sont pas enregistrées dans le temps de travail, sur les éventuels obstacles aux licenciements et aux références professionnelles ainsi que sur la gestion correcte des cas de maladie liés au monde du travail.



Dr. Denis G. Humbert Avocat SAV spécialisé en droit du travail.



LSA-Bootcamp 2019

Discussion entre
leaders «Open Platform
Agile Leaders»

SEPTEMBRE

Enquête sur les salaires
et les horaires 2019

Communica Genève

LSA Look Book 2020

Classement des agences
LSA 2019

OCTOBRE

Nouveau membre
Jung von Matt/
impact AG

DISCUSSION ENTRE LEADERS «OPEN PLATFORM AGILE LEADERS»

17 SEPTEMBRE 2019
WESTHIVE ZURICH

Avec le «LSA Circle for Agile Leaders», l'association des agences de communication leaders en Suisse lance une plateforme d'échange pour tous ceux qui travaillent de manière agile et souhaitent partager leurs problèmes actuels. L'intelligence collective des membres doit être utilisée pour rechercher ensemble des solutions. Avec ce «Circle for Agile Leaders», LSA offre une aide aux agences qui sont en phase de réorientation stratégique.





LSA=BOOTCAMP 2019

23 – 27 SEPTEMBRE 2019
APG | SGA, ZÜRICH

Pour la quatrième fois, l'association a organisé le LSA-Bootcamp qui est très apprécié des nouveaux venus dans le domaine de la communication. Cette année, Suisse Tourisme était à la recherche de l'agence adéquate pour promouvoir la prochaine saison d'hiver. Les quatre équipes se sont mises au travail en développant l'idée, en définissant le mix média ainsi que les KPI et en s'assurant une mise en œuvre de la stratégie, de la création, de la production et de la distribution dans le budget.

La diversité des idées présentées lors de la dernière journée du Bootcamp a convaincu le jury. Avec le certificat de participation tant convoité en main, les professionnels de l'agence de demain ont conclu l'exigeant mais instructif Bootcamp par un traditionnel apéritif.



BIENVENUE AU NOUVEAU MEMBRE DE LSA JUNG VON MATT/ IMPACT AG

1^{ER} OCTOBRE 2019

Jung von Matt/impact est membre de LEADING SWISS AGENCIES depuis le 1er octobre 2019

L'agence média et de marketing à la performance von Matt/impact développe des stratégies de marketing basées sur les données. Fondée il y a quatre ans, l'agence appartient au groupe Jung von Matt/Limmat. Forte d'une équipe de neuf spécialistes, Jung von Matt/impact est au service de clients dotés de budgets nationaux et internationaux. L'une des compétences clés de Jung von Matt/impact est la fusion du branding et de la performance sur tous les canaux de communication, tant classiques que numériques.



De gauche à droite: Benjamin Herz, Dominik Habermacher

CLASSEMENT DES AGENCES LSA 2019

3 OCTOBRE 2019

Le classement des agences LSA 2019 est basé sur l'évaluation du produit d'exploitation brut (PEB) des agences membres. En 2018, les agences de communication leaders en Suisse ont généré un montant cumulé d'environ 506 millions de francs.

www.leadingswissagencies.ch/fr/nos-agences/classement-des-agences-de-communication/
www.leadingswissagencies.ch/fr/nos-agences/classement-des-agences-medias/



LOOK BOOK LSA 2020

29 OCTOBRE 2019

Le Look Book LSA est un instantané des profils d'agences visibles sur leadingswissagencies.ch. Il a été redessiné en 2017 et est maintenant disponible sous cette forme pour la troisième fois. Le livre permet aux annonceurs d'accéder rapidement et visuellement à une ou plusieurs agences partenaires. Le Look Book 2020 se concentre sur la recherche rapide et ciblée d'agences avec l'Agency Finder.



SALON COMMUNICA

9 – 10 OCTOBRE 2019
PALEXPO GENÈVE

LEADING SWISS AGENCIES était partenaire de la 10e édition de Communica, le salon de la communication, des médias et de l'événementiel, qui a réuni pendant deux jours des experts romands de la communication. LSA était présent dans les supports de communication du salon et représentée par ses membres lors de différentes conférences: Michael Kamm, CEO de l'Agence Trio, sur le thème de «L'identité sonore des marques» et Pierre Berendes, directeur général de Gamned!

La participation de l'association à Communica 2019 a été coordonnée par l'Agence Trio.

ENQUÊTE SUR LES SALAIRES ET LES HORAIRES 2019

OCTOBRE 2019

Tous les deux ans, nous réalisons l'enquête LSA sur les salaires et les horaires. Cette dernière sert de guide pour l'examen de sa propre structure salariale et peut être utilisée comme ligne directrice pour les négociations contractuelles.

Nouveau membre
snds socialandsearch
sagl

Discussion entre
leaders «Gestion
du personnel», Lausanne

Nouveau membre
Kreisvier
Communications AG

Nouveau membre
Gamned Suisse SA

NOVEMBRE



PAD Lausanne



Séminaire
d'impulsion «Negotia-
tions for Leaders»



Indice prix/performance des
médias 2019 LSA/ASA

BIENVENUE AU NOUVEAU MEMBRE LSA GAMNED SUISSE SA

1^{ER} NOVEMBRE 2019

Depuis le 1er novembre 2019, l'agence Gamed Suisse SA est membre de LEADING SWISS AGENCIES.

Gamed! l'agence média pour le marketing digital – basée à Genève, Zurich et qui possède cinq succursales à l'étranger – se distingue par son expertise dans les domaines de la publicité programmatique, des campagnes médias, du conseil stratégique, de la technologie et des solutions digitales. Plus de 40 collaborateurs en Suisse et plus de 140 dans le monde entier forment une équipe de spécialistes répondant aux besoins du marché et de ses clients. Gamed! se spécialise dans les campagnes de performance avec une expertise stratégique et de conseil en gestion de campagne intégrée.



Du gauche à droite depuis le haut: **Pierre Berendes** (Managing Director), **Silvana Imperiali** (Deputy Managing Director DACH), **Diane De Vilmorin** (Sales Director), **Simone Tang** (Senior Media Trader / Team Leader F-CH), **Zbynek Zapletal** (Head of Programmatic & Account Management DACH), **Marie-Sophie Chenevier** (Head of Client Services)

BIENVENUE AU NOUVEAU MEMBRE LSA KREISVIER COMMUNICATIONS AG

1^{ER} NOVEMBRE 2019

Depuis le 1^{er} novembre 2019, l'agence kreisvier communications AG est membre de LEADING SWISS AGENCIES.

L'agence bâloise kreisvier communications maîtrise parfaitement l'équilibre entre le monde physique et le monde digital, avec un accent mis sur les besoins et l'expérience des groupes cibles et des utilisateurs. k4 soutient ses clients dans leurs projets de branding, de communication et de marketing de toutes sortes. Parmi ses compétences clés figurent la promotion des ventes ainsi que le développement et la mise en œuvre de concepts pour des grands magasins. L'agence fondée en 2001 compte aujourd'hui 55 employés.



De gauche à droite: Sven Kahler, Thomas Bauer, Christian Jost, Alexandra Kellenberger

BIENVENUE AU NOUVEAU MEMBRE LSA

SNDS

SOCIALANDSEARCH

SAGL

1^{ER} NOVEMBRE 2019

L'agence SNDS Social and Search devient membre de LEADING SWISS AGENCIES depuis le 1er novembre 2019.

Fondée en 2013 au cœur de Lugano et certifiée Google Partner, l'agence SNDS Social and Search propose à ses clients des solutions sur mesure pour le marketing digital avec une approche de conseil stratégique axée sur la compréhension des activités et des besoins fondamentaux du client.

Les principaux clients de l'agence sont des banques, des universités, des multinationales ainsi que des PME locales et internationales.



L'équipe de SNDS Social and Search Lugano

DISCUSSION ENTRE LEADERS «GESTION DE LA PERFORMANCE»

4 NOVEMBRE 2019
AGENCE TRIO, LAUSANNE

Sous la devise «Learning from the Best», LSA a organisé à Lausanne un séminaire de haut vol réservé à ses membres romands sur le thème de la gestion de la performance.

Sous la houlette de deux grands experts des ressources humaines, sept cadres supérieurs des agences LSA romandes ont reçu de précieux outils et des techniques de pointe pour combiner avec succès la théorie à la pratique en matière de gestion du personnel, avec un accent particulier mis sur les entretiens d'évaluation.

Le séminaire était principalement basé sur l'échange entre les participants et l'expertise des deux conférenciers, tandis que discussions passionnantes se sont poursuivies durant l'apéritif.

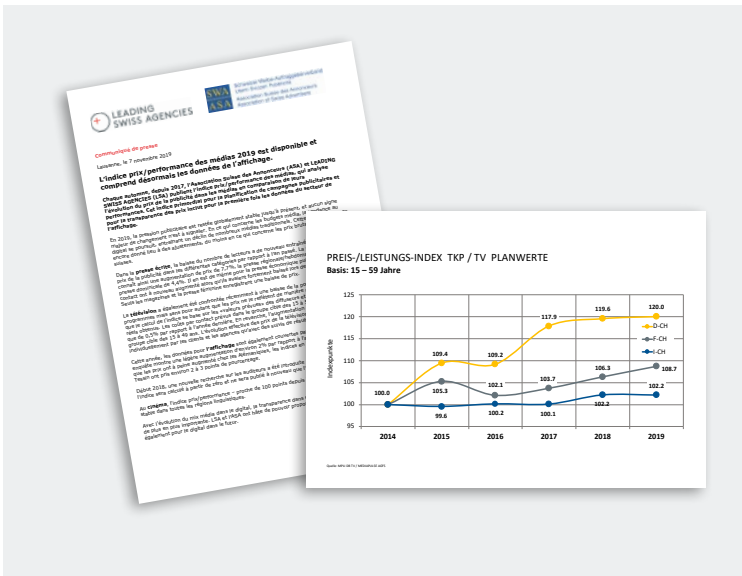


Les deux experts Perry Fleury et Alain Salamin ont animé le séminaire.

INDICE PRIX/ PERFORMANCE DES MÉDIAS 2019

Pour la première fois avec Out of Home

Le dernier indice prix/performance des médias de LSA/ASA a été publié début novembre, à temps pour la phase de planification des nouvelles campagnes. Pour la première fois cette année, les données pour l'affichage étaient également couvertes par l'indice. Depuis 2017, l'Association Suisse des Annonceurs (ASA) et LEADING SWISS AGENCIES (LSA) publient l'indice prix/performance des médias, lequel analyse l'évolution du prix de la publicité dans les médias en comparaison de leurs performances. L'indice prix/performance est désormais publié une fois par an à fin octobre/début novembre.



PAD LAUSANNE

4 NOVEMBRE 2019
HÔTEL ALPHA PALMIERS, LAUSANNE

Avec les associations partenaires IGEM, LSA, l'ASA ainsi que de nombreux sponsors, IAB Switzerland a organisé pour la deuxième fois le PAD Lausanne, qui s'est tenu à l'hôtel Alpha Palmiers. L'occasion de présenter les différentes facettes de la publicité programmatique et d'en discuter lors de plusieurs tables rondes. L'auditorium était rempli par l'ensemble des représentants de maisons d'édition, d'agences et annonceurs de Suisse romande concernés par la thématique.

La conférence s'est terminée par huit «Challenge Pitches» où chaque orateur avait sept minutes à disposition pour présenter un cas programmatique passionnant. Le public a ensuite pu voter pour son favori et c'est Damian Chandler (Webrepublic) qui a remporté le concours après une course au coude à coude.

La discussion en groupe «Programmatique – Enfer ou paradis!» était animée par Gérald LeMeur (M&C Saatchi).



De gauche à droite: Matthieu Robert, Yves Mäder, Philippe Roch, Rui de Freitas und Gérald Le Meur (Modération)

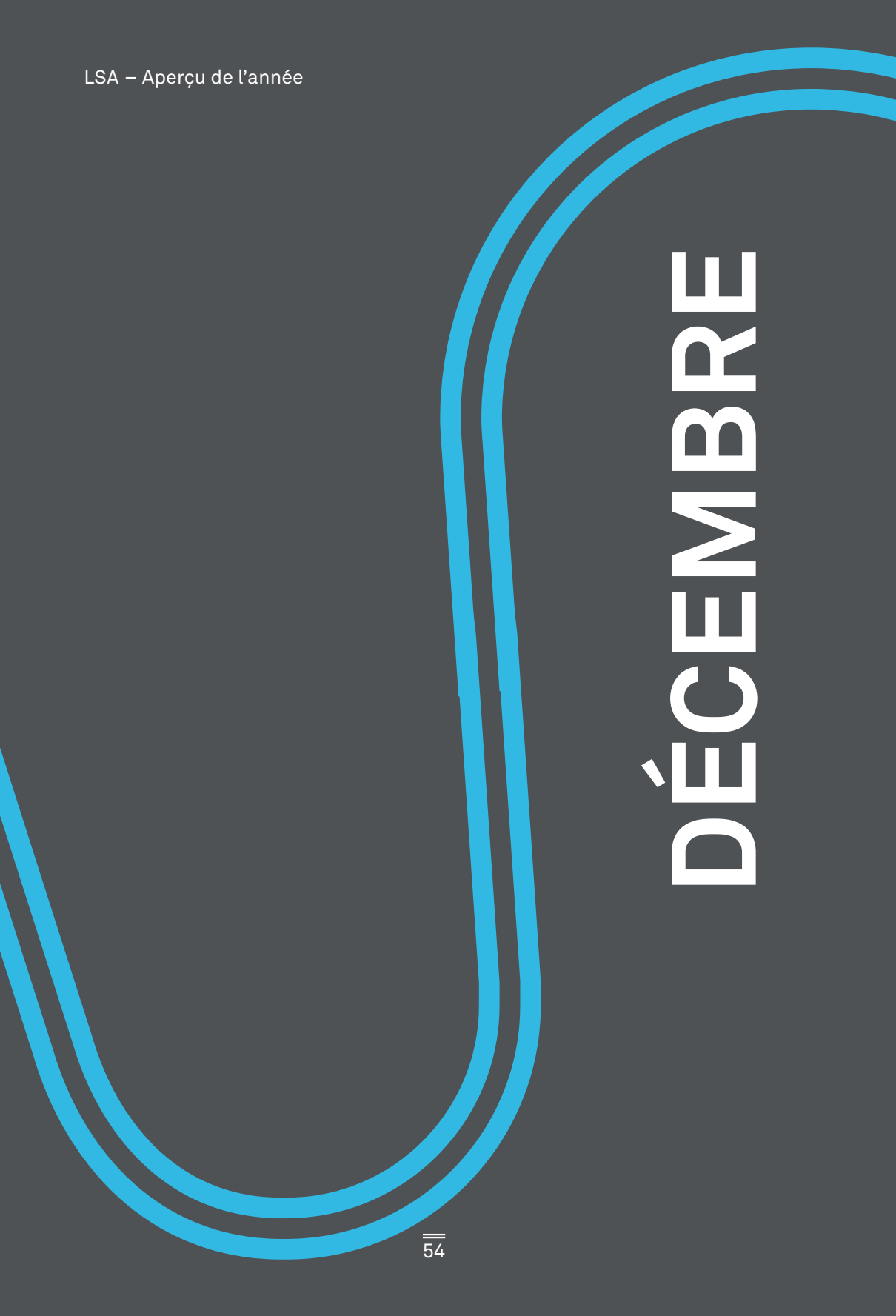


SÉMINAIRE D'IMPULSION «NEGOTIATIONS FOR LEADERS»

5 NOVEMBRE 2019
FOUR POINTS BY SHERATON
SIHLCITY ZURICH

Lors du séminaire d'impulsion LSA «Negotiation for Leaders», les participants des agences membres de LSA ont eu l'occasion d'élargir leurs compétences en négociation grâce au coaching de Tom Kinnaird, l'un des formateurs en négociation et experts en procurement les plus renommés. Kinnaird travaille dans le domaine des achats depuis plus de 25 ans et, pendant 15 ans, il a été responsable de l'équipe des achats mondiaux chez WPP.

Une négociation sûre et confiante – en particulier la création de valeurs et la revendication de ses valeurs propres – a été un élément central du séminaire. Sur la base des précieux apports lors de la formation et des discussions qui ont suivi, les participants ont dû identifier leurs propres lacunes et défis en négociation et appliquer leurs connaissances nouvellement acquises.



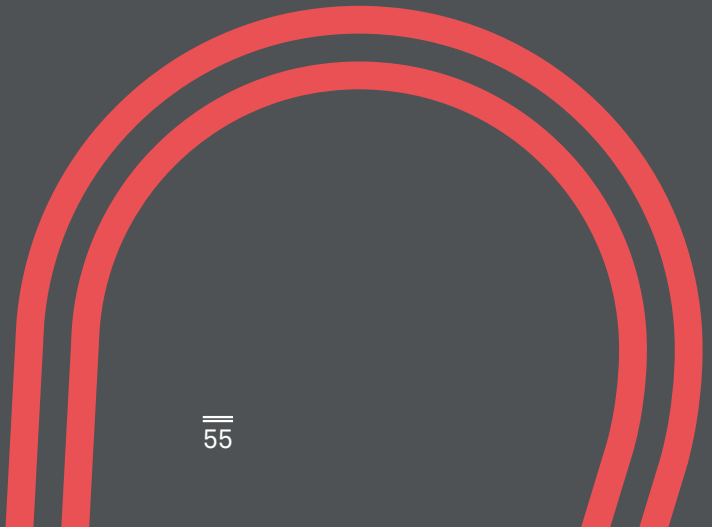
DÉCEMBRE



Recommandation aux agences
de communication pour
la conception d'une offre



Vœux de Noël
aux membres de LSA



RECOMMANDATION AUX AGENCES DE COMMUNICATION POUR LA CONCEPTION D'UNE OFFRE

Les agences du secteur de la communication se distinguent par le fait qu'elles entretiennent une relation de confiance privilégiée avec leurs clients. Les agences ont connaissance de nombreux secrets d'entreprise, connaissent les projets de leurs clients et jouent un rôle important dans leur élaboration. Cela signifie que les agences sont soumises à des exigences particulières en matière de devoir de diligence, de confidentialité et de gestion des ressources financières qui leur sont confiées.

Les agences offrent généralement des prestations mais la diversité actuelle des activités et des services se transforme, au même titre que les modèles d'affaires. Par conséquent, les agences LSA sont tenues de présenter leurs activités de manière claire et compréhensible dans un souci de transparence et de devoir de diligence.

Avec un tel code de conduite, nous voulons créer de la clarté et de la confiance dans nos domaines d'activité, tant pour nos clients que pour les agences. Le but de cette recommandation est d'établir une position commune pour les agences de communication réunies au sein de l'association LEADING SWISS AGENCIES et de compléter les recommandations du guide sur les «Modèles d'honoraires du futur».



Recommandation aux agences de communication pour la conception d'une offre

Introduction

Les agences du secteur de la communication se distinguent par le fait qu'elles entretiennent une relation de confiance privilégiée avec leurs clients. Les agences ont connaissance de nombreux secrets d'entreprise, connaissent les projets de leurs clients et jouent un rôle important dans leur élaboration. Les agences agissent souvent à titre fiduciaire pour le compte de leurs clients : elles procèdent aux achats, négocient les contrats et gèrent les budgets de marketing et de communication.

Cela signifie que les agences sont soumises à des exigences particulières en matière de devoir de diligence, de confidentialité et de gestion des ressources financières qui leur sont confiées. Le terme qui apparaît toujours, en relation avec la confiance et la conduite irréprochable des affaires, est celui de la transparence.

Avec un tel code de conduite, nous voulons créer de la clarté et de la confiance dans nos domaines d'activité, tant pour nos clients que pour les agences. Le but de cette recommandation est d'établir une position commune pour les agences de communication réunies au sein de l'association LEADING SWISS AGENCIES et de compléter les recommandations du guide sur les « Modèles d'honoraires du futur ».

Distinction entre les différents types d'activités

Les agences offrent généralement des prestations mais la diversité actuelle des activités et des services se transforme, au même titre que les modèles d'affaires. Par conséquent, les agences LSA sont tenues de présenter leurs activités de manière claire et compréhensible dans un souci de transparence et de devoir de diligence.

L'accent est mis sur la prestation et le prix. La distinction entre prestation et produit est utile : quand une agence offre-t-elle une prestation qui est habituellement facturée en fonction du temps ? Et quand s'agit-il d'un produit pour lequel il existe une offre à prix fixe ? Quelle transparence est indiquée pour quelle prestation ?

Que sont les prestations de services ?

- Définition : les prestations de services sont définies comme du travail lié à la personne.
- Prestations promises : une particularité des prestations de services est qu'elles sont d'abord « vendues » avant d'être réalisées (sur mesure) en fonction des besoins du client.

VOEUX DE NOËL AUX MEMBRES DE LSA

L'AGENCY FINDER EST
ACTIVEMENT UTILISÉ!

Avec nos vœux de Noël 2019, nous souhaitons remercier les membres de LSA qui, grâce à leurs excellents profils, soutiennent le l'Agency Finder comme plateforme pertinente pour l'évaluation des agences. Par rapport à l'année précédente, l'Agency Finder a enregistré environ 50% de visiteurs supplémentaires en 2019! LSA soutiendra toujours une évaluation efficace et ciblée des agences lors de l'année à venir avec la poursuite de la campagne dédiée à l'Agency Finder ainsi que d'autres activités.



NOTRE TRAVAIL D'ÉQUIPE A DU POIDS

Grâce à l'excellence de vos portraits et de vos cases,
l'Agency Finder attire plus que jamais l'attention.

15 236

Les utilisateurs de l'outil de recherche Agency Finder – destiné à visualiser et comparer vos agences – ont augmenté de 50 % par rapport à l'an dernier. Véritable aide à l'orientation, l'Agency Finder met toujours mieux en valeur les agences leaders. Vos portraits ont gagné en pertinence et il est d'autant plus important qu'ils soient à jour également en 2020.

Nous continuerons à soutenir l'évaluation efficace et ciblée des agences l'an prochain avec la poursuite de la campagne «Agency Finder» ainsi que d'autres activités.

Mais dans l'immédiat, nous vous souhaitons, chers membres,
de joyeuses Fêtes et une bonne année!

Votre équipe LSA

JANVIER

Dreikönigstagung

Enquête LSA/ASA «Indicateur
de la branche 2020»

Discussion entre leaders
«Rémunération»

Conférence
Allmedia20, Genève

Des nouveaux outils pour
l'évaluation d'une agence

FÉVRIER

Jugement Effie Awards
Switzerland 2020

MARS



DREIKÖNIGSTAGUNG

9 JANVIER 2020
AURA EVENTSAL, ZÜRICH

Les résultats de l'indicateur de la branche 2020 ont fait l'objet d'une discussion lors de la réunion Dreikönigstagung de l'association Schweizer Medien. LSA était représentée par Tobias Zehnder (Webrepublic) et Manfred Kluge (OMG).

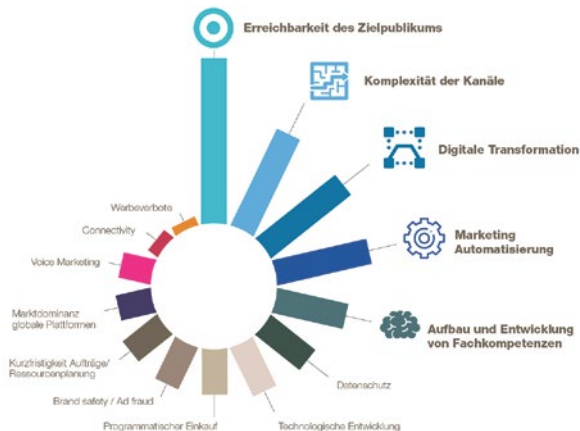


ENQUÊTE LSA/ASA «INDICATEUR DE LA BRANCHE»

Indicateur de la branche 2020: les annonceurs s'attendent à une croissance stable.

L'automne dernier, Leading Swiss Agencies et l'Association Suisse des Annonceurs ont examiné pour la deuxième fois les indicateurs les plus importants de la branche suisse de la communication et les annonceurs ont été interviewés quant à leur évaluation du marché. Ces derniers font état de résultats stables l'an dernier et près de la moitié d'entre eux s'attendent à une augmentation de leur chiffre d'affaires en 2020.

Das sind die Herausforderungen der Werbewirtschaft 2020



CONFÉRENCE ALLMEDIA20

21 JANVIER 2020
PALEXPO, GENÈVE

Allmedia20 a réuni plus de 250 acteurs majeurs du marché suisse des agences, des médias, des annonceurs et des martech/adtech afin de débattre sur les défis qui attendent la branche en 2020. La conférence a été organisée par KS/CS Communication Suisse. LSA a agi en tant que co-sponsor et était représentée par Guillaume Roud de l'Agence Trio. Ce dernier a évoqué les défis qui attendent la branche et le rôle de leader de l'association sur un marché toujours plus orienté vers l'utilisation des données.

Au cœur de la matinée, une table ronde a fait sensation: «Futur(s) des agences de com: quelles sont les nouvelles attentes des marques?». L'occasion de donner la parole à cinq responsables d'agences dont trois membres de LSA: Chris Flückiger (CEO & fondateur de mediatonic), Hannes Gasser (Partner de Webrepublic) et Guillaume Roud (PR Director de l'Agence Trio).



Guillaume Roud, Agence Trio, Chris Flückiger, mediatonic et Hannes Gasser, Webrepublic, sur le podium de «Futur(s) des Agences de Communication».

DISCUSSION ENTRE LEADERS «RÉMUNÉRATION»

21 JANVIER 2020
WESTHIVE ZURICH

L'été dernier, LSA a mené une enquête sur les différents modèles d'honoraires auprès de ses agences membres. Lors de la discussion entre leaders, l'association des agences de communication leaders en Suisse a repris ce sujet et a discuté avec les annonceurs de ce dont il faut tenir compte dans la pratique, du fonctionnement d'une collaboration équitable dans le modèle de tarification agile ainsi que des ajustements structurels nécessaires tant du côté du client que de l'agence pour garantir le succès de chacune des parties.



DES NOUVEAUX OUTILS POUR L'ÉVALUATION D'UNE AGENCE

FÉVRIER

Check-list des agences – évaluation des agences

Cette check-list sert d'aide aux annonceurs pour la préparation d'une évaluation d'agences. Que faut-il savoir à l'avance pour trouver le bon partenaire en communication à l'aide du bon processus de sélection? Et quelles prestations peut-on attendre d'une agence au regard du type d'évaluation choisi et de l'ampleur du mandat à confier? L'objectif principal est d'effectuer la sélection de l'agence avec précision et efficacité.

Check-list des annonceurs – évaluation des agences

Cette check-list réunit une série de questions standardisées qui permettent aux agences d'inciter les annonceurs à fournir un maximum d'informations et de transparence quant à une sélection d'agence à venir. Plus les agences LSA s'entendent sur les processus d'évaluation, plus nous créons de pression sur le marché.

Accord de confidentialité

L'accord de confidentialité définit les conditions-cadres d'une évaluation d'agences et peut être adapté en fonction de la situation. L'objectif de l'accord est de garantir l'équité dans le processus d'évaluation et de réglementer le traitement des informations confidentielles.

 LEADING
SWISS AGENCIES



CHECK-LIST **EVALUATION DES AGENCES**

Verband der führenden Kommunikationsagenturen der Schweiz | Association des agences de communication leaders en Suisse
Association of the leading Swiss communication agencies
Wienbergstrasse 14B, CH-8002 Zürich, +41 (0)43 444 48 15, info@leading-swissagencies.ch
www.leading-swissagencies.ch

 LEADING
SWISS AGENCIES

DÉCLARATION DE CONFIDENTIALITÉ **LEADING SWISS AGENCIES**

Verband der führenden Kommunikationsagenturen der Schweiz | Association des agences de communication leaders en Suisse
Association of the leading Swiss communication agencies
Wienbergstrasse 14B, CH-8002 Zürich, +41 (0)43 444 48 15, info@leading-swissagencies.ch
www.leading-swissagencies.ch

CHECK-LIST DES ANNONCEURS **EVALUATION DES AGENCES**

Verband der führenden Kommunikationsagenturen der Schweiz | Association des agences de communication leaders en Suisse
Association of the leading Swiss communication agencies
Wienbergstrasse 14B, CH-8002 Zürich, +41 (0)43 444 48 15, info@leading-swissagencies.ch
www.leading-swissagencies.ch

EFFIE AWARDS SWITZERLAND 2020

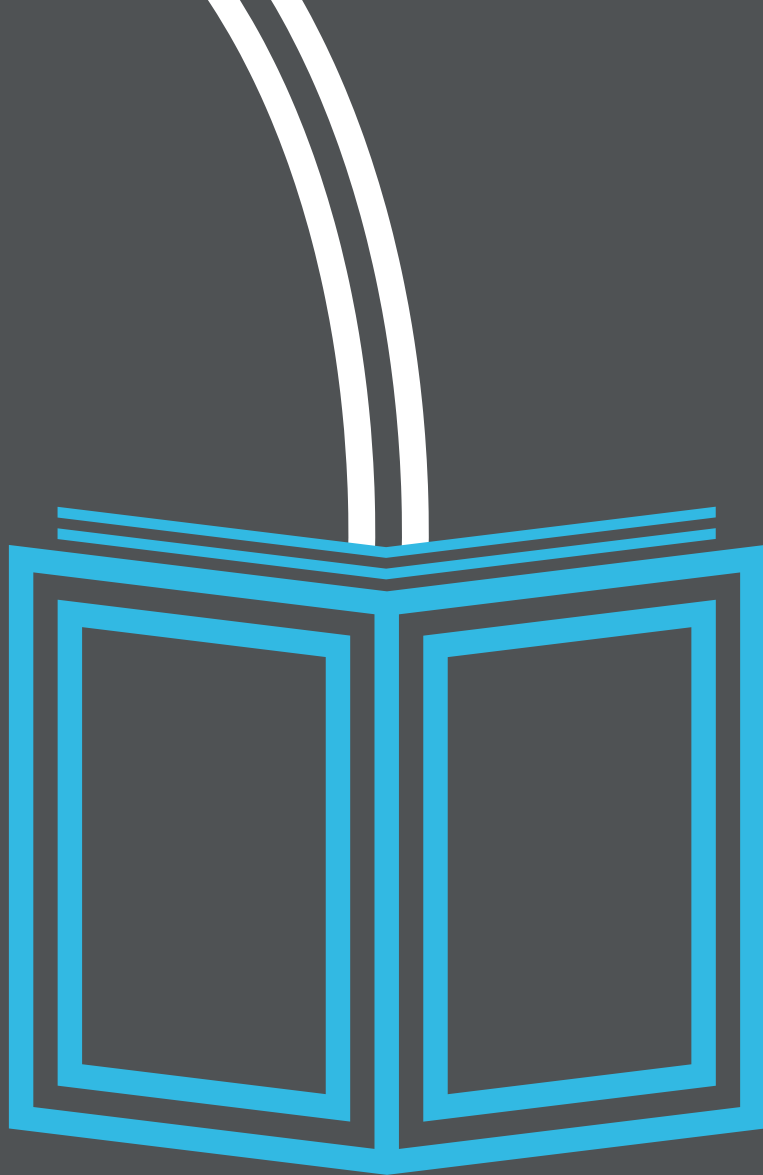
Les Effie Awards établissent les normes de réussite d'une communication marketing efficace et récompensent les solutions de communication exceptionnelles. Le processus d'évaluation des Effie Awards Switzerland se déroule en trois tours.

La première rencontre du jury a eu lieu le 4 février dernier. Sous la direction de la présidente Larissa Pohl et des cinq présidents du jury, chacun des 42 jurés a évalué 12 cas en ligne et envoyé 28 campagnes au deuxième tour. L'évaluation était basée sur le système de points Effie International reconnu dans le monde entier.

Durant le deuxième tour, les jurés respectifs évaluent les finalistes pour attribuer ensuite les prix Bronze, Argent et Or.

Au troisième tour, le grand jury décide si un «Grand Effie» est attribué parmi les gagnants de l'Or. Les gagnants d'un Gold Effie sont tous présentés au congrès et se qualifient pour un «Grand Effie» que le grand jury sélectionnera sur place. L'annonce du projet gagnant sera faite exclusivement lors du gala.





Communication

ARTICLES PARUS DANS PERSONLICH

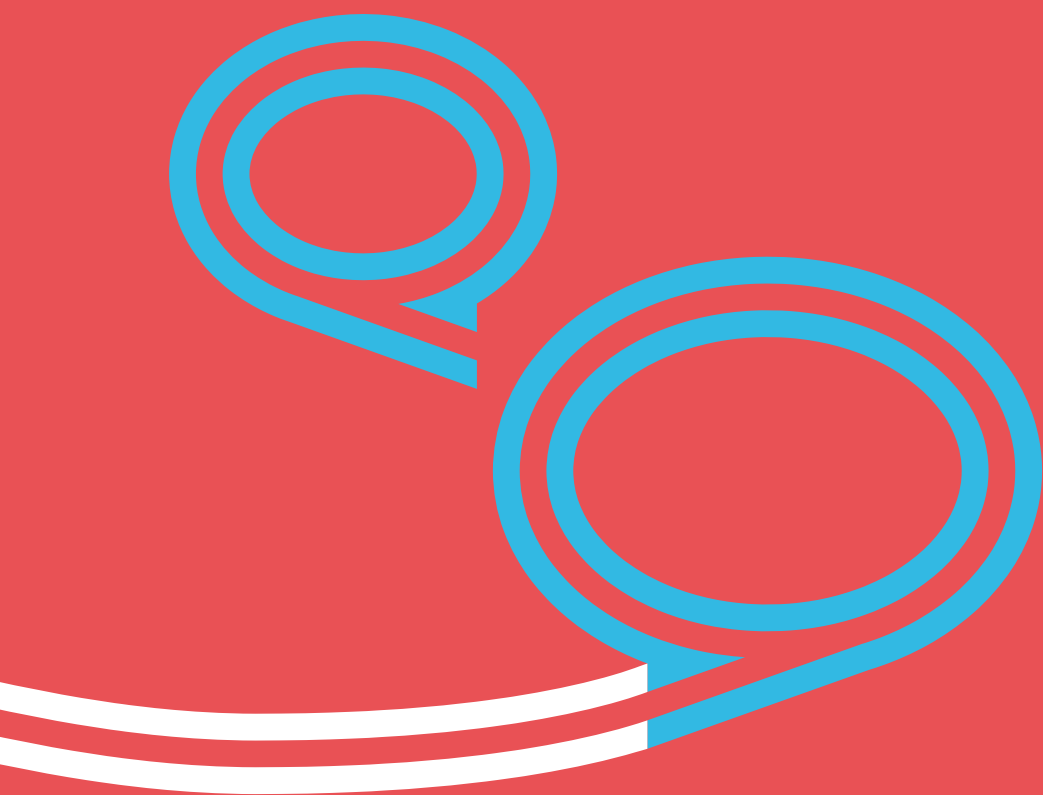
Les représentants de LSA écrivent sur des sujets d'actualité dans le magazine spécialisé Persönlich:

Édition	Sujet
Février	Branchenindikator 2019
Mars	Schnell und effizient die passende Agentur finden
Avril	Digitales Know-how hat nichts mit dem Alter zu tun
Mai	Die Agenturen stellen sich einmal mehr neu auf
Juin	Wir sind nicht die Einzigen, die Marken steuern
Juillet/Août	Warum alternative Evaluationsverfahren zeitgemässer sind als Agenturpitches
Septembre	Ausschreibungen schiessen oft übers Ziel – das muss nicht sein
Octobre	Effie Awards Switzerland 2020
Novembre	Ko-Kreation – mit der nötigen Portion Mut und Offenheit zum Erfolg
Décembre	AdSchool – wo die besten Talente von den Besten aus der Branche lernen

ARTICLES PARUS DANS COMINMAG

Le partenariat avec Cominmag permet la publication d'articles sur LSA dans le magazine Cominmag:

Edition/Publication	Sujets
Mars/ Print + e-mag	«Ce que la branche vous réserve en 2019»
Avril/Print + e-mag	«Trouvez la bonne agence rapidement et efficacement !»
Juin/e-mag	«A-t-on vraiment fait le tour de la communication 360° ?»
Octobre/e-mag	«Appels d'offres: le trop est l'ennemi du bien»



Collaborations et Partenariats

COLLABORATIONS AVEC DES ASSOCIATIONS PARTENAIRES

LSA et l'ASA

- Indicateur de la branche 2020
- Indice prix/performance des médias 2019

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 IAB

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

LSA et la HWZ

- Soutien au cursus CAS «Marketing Communication».

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.



Bureau



Annette Truniger
Gestion de projets



Catherine Purgly
Directrice



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
- Relations avec les médias
- 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 Effie Awards Switzerland

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 2019 se termine avec un bénéfice de CHF 11'730.54.
Les comptes annuels détaillés et les commentaires sont disponibles en annexe.

LEADING SWISS AGENCIES
Weinbergstrasse 148
8006 Zürich

Pour l'assemblée générale LSA 2020

Révision des comptes de l'exercice 2019

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 11'730.54 et un capital de CHF 393'603.10 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:



Roland Oberhauser



Geri Aepli

Zurich, 12 mars 2020



Faits et Chiffres

TASKFORCES

Conseil de l'Ad School

Peter Brönnimann (Président du conseil)
Gioia Bozzato (ADC)
Frank Bodin (ADC)
Stefan Eggenberger (HWZ)
Hanna Jackl (ADC)
Michael Hinderling (ADC/Digital)
Kathrin Leder (LSA)
Gordon Nemitz (APGS/Stratégie)
Catherine Purgly (LSA)
Michael Selz (APGS/Médias)
Philipp Skrabal (Young ADC, PR)
Tobias Zehnder (Webrepublic)
Roger Baur (IAB Switzerland)

Auditeurs

Geri Aebi, Wirz Communications, Roland Oberhauser, Farner Consulting

Auditeur remplaçant

Claudio Zinsli, Wunderman Thompson Switzerland

Médiateur

Peter Leutenegger

REPRÉSENTANTS LSA

AUPRÈS DES ASSOCIATIONS ET DES COMMISSIONS

ADC Switzerland

Comité: Peter Brönnimann (Publicis Communications Schweiz),
Livio Dainese (Wirz Communications), Dennis Lück (Jung von Matt/Limmat),
Philipp Skrabal (Farner Consulting),
Thomas Wildberger (Publicis Communications Schweiz)

APGS (Account Planning Group Switzerland)

Comité: Romana Weber, Jung von Matt/Limmat, Michael Selz Omnicom
Media Group, Anne Langer, Jung von Matt/Limmat

BSK Berufsschulkommission

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

EACA/NAC

Catherine Purgly, LEADING SWISS AGENCIES

EXPO Event

Comité: Bala Trachsel, Republica

Fachkommission Grafik

Président: Daniel Peterer, Festland

GfM

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

IAA International Advertising Association Swiss Chapter

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

IGEM Communauté d'intérêts des médias électroniques

Président: Stephan Küng, TWmedia The Whole Media

IFEM – Institut für empirische Medienforschung

Comité: 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 Die Botschafter (ehemals ET&H)

Mediapulse, fondation pour la recherche radio et télévisée

Conseil de fondation: Beat Krebs, Omnicom Media Group
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

Président: Urs Schneider, Mediaschneider

SAWI Suisse romande

Comité: Michael Kamm, Agence Trio

Commission Suisse pour la Loyauté

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

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

Michael Hählen, in flagranti communication

Fondation Statistique Suisse en Publicité

Catherine Purgly, LSA

User Commission Print REMP

Christian Rufener, Mediaschneider

Chambre de commerce de Zurich

Geri Aebi, Wirz Communications

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

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

Commission pour la recherche REMP

Andreas Weiss, Publicis Media

ZHAW

Conseil consultatif: Petra Dreyfus, Wirz Communications

ZHdK

Conseil consultatif, département Design: Markus Gut, Farner Consulting

MUTATIONS

Membres au 01.01.2019

Membres actifs/agences	75
Dont agences de communication	58
et agences médias	17

Adhésions 2019

1er mai 2019	Geyst
1er juillet 2019	Heimat Zürich
1er octobre 2019	Jung von Matt/impact
1er novembre 2019	Gammed!
1er novembre 2019	kreisvier communications
1er novembre 2019	snds Lugano

Départs 2019

30 avril 2019	Netvertising AG (dissolution de l'agence)
31 décembre 2019	SYNTHESE SA, Lausanne

AGENCES PAR PEB

Catégorie	Nombre d'agences (groupes inclus)	Participation au PEB total par catégorie
10 – 30 millions de francs	15	30 %
5 – 10 millions de francs	14	28 %
2 – 5 millions de francs	18	36 %
0 – 2 millions de francs	3	6 %

17 agences n'ont pas participé au classement LSA.



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