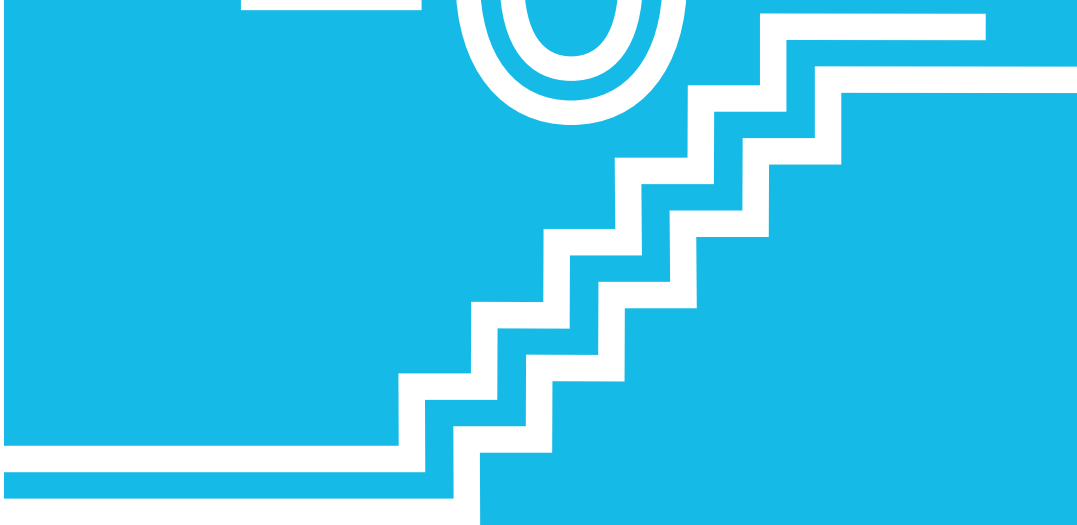


2021



Rapport annuel 2021

AVANT-PROPOS

Une fois encore, l'année écoulée a été fortement marquée par la pandémie. Néanmoins, le secteur des agences a continué à se rétablir au cours des douze derniers mois et a, heureusement, déjà augmenté son chiffre d'affaires par rapport à l'année précédente. L'activité de LSA a également repris son cours normal, et nous avons effectué un important travail de soutien. Malgré les restrictions encore en vigueur, de nombreux ateliers et entretiens ont pu être organisés en présentiel, mettant encore davantage l'accent sur la promotion de la relève.

Le fait que le secteur de la communication ressente de plus en plus fortement le manque de personnel qualifié n'a rien d'une nouveauté. La lutte pour acquérir et développer de nouveaux talents est une course de fond – un marathon dont nous parcourons les premiers kilomètres. LSA relève ce défi depuis longtemps déjà et a développé des offres de formation initiales et continues pour assurer la relève au sein des agences. Outre les formats éprouvés tels que le LSA Bootcamp, la plateforme de réseau et de dialogue «Young LSA» ou encore l'Ad School, qui connaît un grand succès, nous avons également lancé le Junior Agency Award, premier concours universitaire de communication et de marketing en Suisse, et attiré l'attention du grand public sur le secteur de la communication grâce à une campagne d'Employer Branding.

Si nous avons encore du pain sur la planche sur le front de la «lutte» pour les talents, le travail de LSA dans le domaine de l'évaluation et la sélection des agences porte, lui, déjà ses fruits. Comme le montre le nouvel indicateur de la branche: par rapport à 2021, les présentations d'appels d'offres coûteuses ont fortement diminué. Les processus d'évaluation alternatifs – notamment les «Chemistry Meetings» – gagnent en importance. Cette évolution réjouissante prouve que les clients accordent de plus en plus

d'importance à l'alchimie avec une agence et à sa culture. Dans ce contexte, LSA a lancé «The Perfect Match» un format de contenu vidéo ludique qui montre comment une relation client-agence peut être organisée avec succès sur le long terme. Ce format est appelé à se développer encore en 2022, apportant de l'inspiration à toutes celles et ceux qui souhaitent mettre davantage l'accent sur les relations interpersonnelles dans le futur.

LSA continue également d'avancer sur le thème de l'avenir du travail en agence et accompagne ses agences membres dans les processus de transformation en cours. Les évolutions dans la communication, les relations clients et l'organisation du travail remettent de plus en plus en question les structures et modèles d'agences traditionnels. Dans ce contexte, il est crucial d'examiner les pratiques qui fonctionnent dans des secteurs apparentés. À travers plusieurs séminaires, nous avons lancé d'importantes discussions sur la façon dont les agences devraient s'organiser, se positionner et se vendre à l'avenir. Ceci afin d'exister plus en amont dans le processus commercial, de participer à l'élaboration de l'agenda thématique des clients et de gérer avec eux leurs affaires de manière proactive, et avec succès.

Tout indique que le secteur des agences continuera de progresser en 2022. Cela rend nos efforts d'autant plus importants, en particulier dans le domaine de la promotion de la relève! Je me réjouis particulièrement du Junior Agency Award qui, je l'espère, motivera les nombreux étudiantes et étudiants intéressés à entamer leur vie professionnelle dans une branche variée et passionnante. La cerise sur le gâteau serait que nous puissions à nouveau, cet automne et pour la première fois depuis une éternité, fêter ensemble l'Effie Award.

Beat Krebs, Président LSA

Association	9
	14
Communication	
71	
Bureau	
Faits et chiffres	

SOMMAIRE

4 Avant-propos

Rétrospective

67

Collaborations et partenariats

75

79

Finances

83





Association



LES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION 2021

En 2021, les neuf membres du conseil d'administration ont tenu six réunions ordinaires. Ils ont été confirmés lors de l'assemblée générale du 1er juin 2021.



Depuis la gauche: Catherine Purgly, Geschäftsführerin LSA, Walter Stulzer, Futureworks, Tobias Zehnder, Webrepublic, Beat Krebs, OMD, Präsident, Pam Hügli, Serviceplan, Matthias Koller, Publicis Zürich, Mark Burrow, Merkle, Petra Dreyfus, Wirz, Andreas Hugli, furrerhugi, Vizepräsident, David Schärer, Rod Kommunikation.

UN GRAND MERCI

à tous les membres des groupes de travail pour
leur implication, sans laquelle la plateforme
LSA ne pourrait fonctionner.

PROFIL

LEADING AGENCIES

Beat Krebs, OMD
Pam Hügli, Serviceplan Suisse
Irène Messerli, Bernet Consulting
Reto Wilhelm, Panta Rhei

VISIBILITÉ DE L'ASSOCIATION ET DE SES MEMBRES

Mark Burow, Merkle
David Schärer, Rod Kommunikation

FOCUS

RELÈVE

Petra Dreyfus, Wirz
Matthias Kiess, TBWA Switzerland
Raul Serrat, Serviceplan Suisse

SERVICES ET FORMATION CONTINUE

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

DIALOGUE

«THE PERFECT MATCH»

Andreas Hugli, furrerhugi
Simon Rehsche, Heimat
Bala Trachsel, Republica
Sandro Tschuor, Wunderman
Thompson

AFFAIRES PUBLIQUES

Andreas Hugli, furrerhugi
Tim Frey, Farner Consulting

MÉDIAS

Beat Krebs, OMD
Jonas Eliassen, Dentsu Switzerland
Monica Jäggi, Konnex
Benjamin Moser, Mediacom
Thorsten Schön, mmb media
Oliver Schönfeld, TW Media

DIGITAL

Mark Burow, Merkle
Tobias Zehnder, Webrepublic
Benjamin Adler, Merkle
Christoph Hess, Kuble
Wim Roelfs, Accenture Interactive
Gustavo Salami, Kuble

YOUNG LSA

Terence Fuchs, Serviceplan Suisse
Dominik Furrer, furrerhugi
Geraldine Neeser, CRK
Janine Paumann, Farner Consulting
Gvozden Milosevic, Publicis Zürich
Stefanie Probst, CRK
Nina Rafaniello, Panta Rhei PR

SUISSE ROMANDE

ACQUISITION

Diane De Vilморin, Gamned
François Huguenet, ftc

BUREAU LSA

Bureau Zurich
Catherine Purgly
Annette Truniger
Kathrin Leder
Ilan Olstein

Bureau romand
Charlène Guillaume

FORMATION

Guillaume DeGrave, Publicis Media
Lausanne
Carole Massanes, Publicis Lausanne
Greg Prager, IPG DXTRA Switzerland
Vincent Remlinger, Publicis Lausanne
Laura Scorza Wade, PRfact
Mélina Vigliotta, ftc
Jooske Welten, Publicis Lausanne

RÉTROSPECTIVE

AVRIL

OCTOBRE

2021

Journée découverte virtuelle

Série de séminaires «Les agences du futur», partie 1

MAI

LSA-Bootcamp 2021

LSA Lunch Time Episode 3

JUILLET

LSA Live-Talk «Brand Safety»

Nouveau membre
Mediaplus

Réunion d'information
CMS III

LSA Lunch Time Episode 4

LSA-Junior Agency Award
2021 – Projet pilote

LSA-Café Suisse romande

Young LSA Event #1

Assemblée générale 2021

Le meilleur de la Pub,
Lausanne

JUIN

AOÛT

Nouveau membre WNG

SEPTEMBRE

Célébration des
équipes gagnantes
de l'Ad School

Discussion entre leaders
«Collaboration & Leading»

Nouveau membre
Kuble

NOVEMBRE

FÉVRIER

MARS

LSA-Branded Content Format
«The Perfect Match»

LSA-Ranking 2021

Indice prix/performance des
médias LSA/ASA

LSA Lunch Time Episode 5

Série de séminaires «Les agences
du futur», partie 3

Young LSA Event #2

Young LSA – Événement
Neuland «Communication
environnementale»

Lancement
LSA-Junior Agency Award

Young LSA Academy –
Workshop #1

Série de séminaires «Les agences
du futur», partie 2

Look Book 2022 –
The Perfect Match

Forum SAWI Suisse romande

Nouveau membre
Accenture Interactive

DÉCEMBRE

LSA-Cafe Suisse romande

Fiche LSA Modèle de
temps de travail annuel

Congrès Allmédia, Genève

Indicateur de la
branche 2022 LSA/ASA

JANVIER

2022

AVRIL

2021

Journée découverte virtuelle

MAI

LSA Lunch Time Episode 3

LSA Live-Talk «Brand Safety»

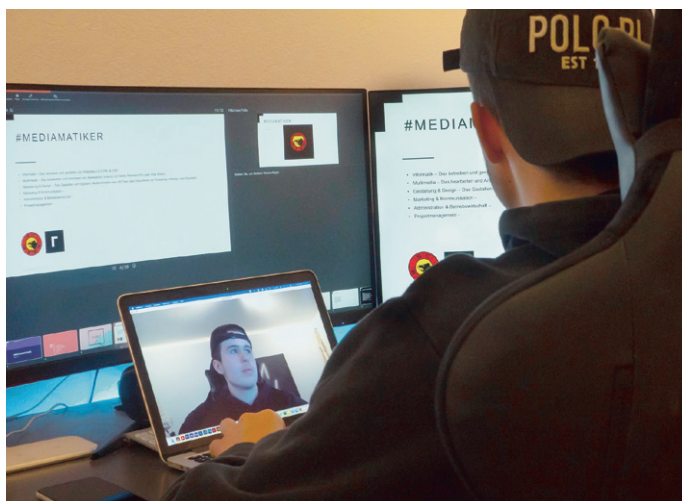
LSA-Junior Agency Award
2021 – Projet pilote

JOURNÉE DÉCOUVERTE VIRTUELLE AVEC DES APPRENTIS D'AGENCES LSA

20 AVRIL 2021

Les personnes à la recherche d'une place d'apprentissage ont particulièrement souffert durant la pandémie: nombre d'entre elles se sont trouvées face à des portes closes.

Les agences LSA ont dû passer au télétravail et refuser des demandes de potentiels apprentis. C'est pourquoi LEADING SWISS AGENCIES, en collaboration avec des membres, a permis à ces jeunes d'effectuer une journée d'essai virtuelle, au cours de laquelle plus de 60 personnes intéressées ont pu se faire une idée de différents métiers du monde de la communication. Les profils professionnels ont été présentés par des apprentis d'agences LSA, qui ont également répondu aux questions des participants.



LSA LUNCH TIME AVEC JONAS ELIASSEN ET WEI PHUNG

5 MAI 2021

Dans le troisième épisode de la série de podcasts LSA, lancée en 2020, Jonas Eliassen (CEO Dentsu Switzerland) discute avec Wei Phung (Managing Director Resolution / Omnicom Media Group Suisse) de la manière dont le marketing numérique se transforme après la fin des cookies tiers, et des alternatives qui permettent à la branche de réagir aux dispositions légales.

Comment le rôle des agences médias va-t-il évoluer à l'avenir, quelles sont les alternatives aux cookies tiers et comment le marché chinois aborde-t-il cet enjeu? C'est sur ces questions que Jonas Eliassen s'est penché dans le 3e épisode de la série de podcasts de LSA.

Retrouvez le Podcast LSA LUNCH TIME sur:
leadingswissagencies.ch/podcast



LSA LIVE-TALK «BRAND SAFETY»

12 MAI 2021

La consommation quotidienne de contenus en ligne augmente chaque année et les annonceurs numériques du monde entier investissent des sommes importantes pour atteindre leur public cible. Garantir un environnement transparent et de qualité pour l'achat de médias est donc essentiel pour obtenir des résultats efficaces.

Dans un Live-Talk d'une heure, Silvana Imperiali, CEO de Gamned, s'est entretenue sur le thème de la Brand Safety avec Jack Smith, Chief Product Officer chez DoubleVerify, New York.



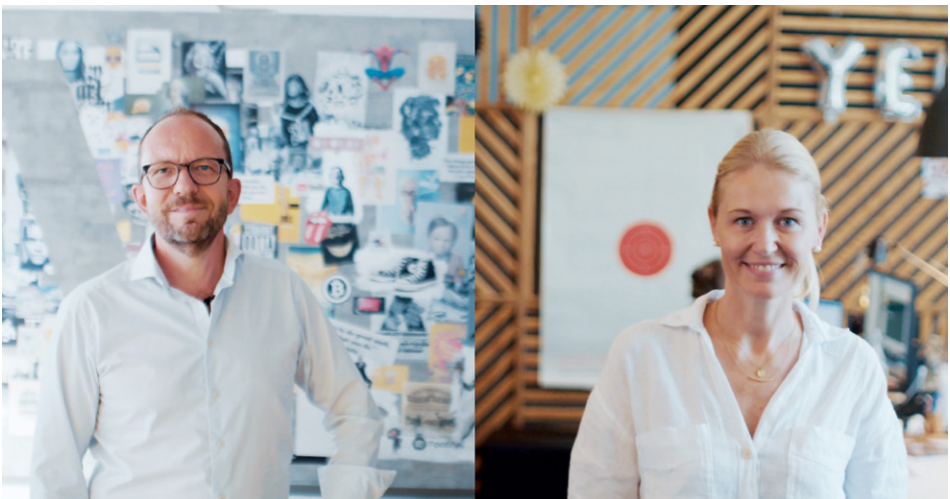
Jack Smith, Chief Product Officer chez DoubleVerify (New York)

LSA-JUNIOR AGENCY AWARD

19 MAI 2021

Projet pilote de concours universitaire avec la ZHAW

Le projet pilote de notre nouveau concours universitaire visant à promouvoir la relève dans la branche s'achève avec les présentations des deux équipes de la ZHAW. Les deux équipes présentent leurs campagnes pour Securitas Bern devant un jury composé du client, de représentants des hautes écoles, de LSA ainsi que des deux agences membres, TBWA Switzerland et WIRZ Communications, qui ont chacune encadré une équipe et l'ont accompagnée tout au long du processus.



Matthias Kiess, TBWA et Petra Dreyfus, Wirz

LSA – Rétrospective

Réunion d'information
CMS III

LSA-Café
Suisse romande

Assemblée
générale 2021

JUIN

Juin / Juillet / Août

AOÛT

Nouveau membre WNG

Young LSA Event #1

Nouveau membre
Mediaplus

JUILLET

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE LSA

KOSMOS, ZURICH
1^{ER} JUIN 2021

L'assemblée générale de l'année a eu lieu au KOSMOS à Zurich. En raison de la pandémie, elle s'est tenue sous une forme hybride. Étaient physiquement présents le comité et le président de LSA, le bureau LSA ainsi que Jürg Bachmann, président de KS/CS.

Principaux thèmes abordés:

LQA —le nouveau Leading Quality Audit de LSA

Sur un marché de la communication de plus en plus complexe, l'orientation, la crédibilité et des partenaires qualifiés sont des facteurs clés du succès. LSA veut apporter son aide avec le LQA. Être membre de LSA est un label de qualité qui garantit aux preneurs de décisions la qualité et la sécurité des investissements. C'est pourquoi, à partir de 2021, LSA contrôlera ses agences membres sur leurs Leading Qualities par le biais d'une procédure d'admission révisée en plusieurs étapes – avec l'ambition de créer une preuve de qualité pour le secteur.

Présence de LSA en Suisse romande

Suite à sa fusion avec le BPRA à l'été 2020, LSA a eu le plaisir d'accueillir de nombreuses agences de communication romandes en son sein. Afin de renforcer sa présence en Suisse romande et de développer des offres attractives pour ses membres francophones, LSA ouvre en avril 2021 un bureau en Suisse romande, qui sera dirigé par Charlène Guillaume. Nous lui souhaitons la bienvenue!

Promotion de la relève – toujours un thème majeur au sein de l'association

Avec la première plateforme de dialogue pour les jeunes collaborateurs et les collaborateurs restés jeunes des agences LSA (Young LSA), l'association met davantage l'accent sur les préoccupations de la relève et l'encourage à échanger et à participer activement à l'association.



Beat Krebs, OMD, Président de LEADING SWISS AGENCIES

LSA=CAFÉ SUISSE ROMANDE

15 JUIN 2021

«Passage du télétravail au bureau»

Afin de promouvoir l'échange et le dialogue entre ses membres, LSA Café a fait son entrée en Suisse romande. À travers cette réunion matinale, les membres ont l'occasion de discuter de sujets d'actualité et de découvrir les dernières activités de l'association. Lors de ce premier LSA Café, nous avons abordé le thème du passage du télétravail au bureau. Les membres ont pu échanger sur les processus et adresser leurs questions juridiques à l'avocate présente lors de ce webinaire en ligne.

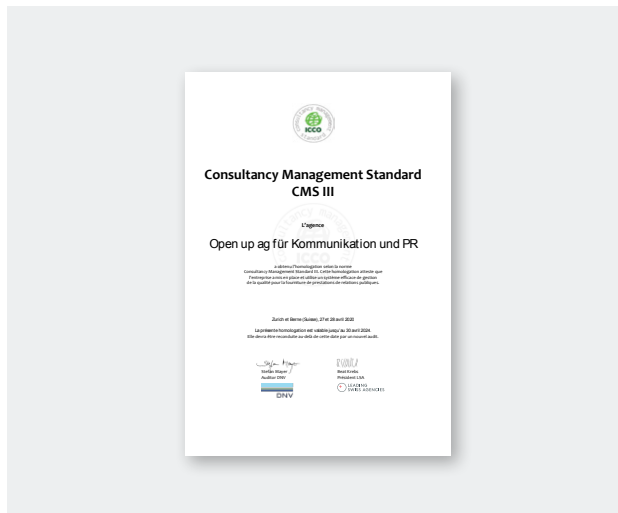
RÉUNION D'INFORMATION CMS III

18 JUIN 2021

Certification CMS III pour les membres de LSA

Depuis la fusion avec le BPRA en 2020, la certification Consultancy Management Standard (CMS), reconnue au niveau international, est ouverte aux agences LSA. Ce certificat atteste que les agences respectent les normes professionnelles, économiques et éthiques les plus élevées. Il est disponible exclusivement pour les associations membres de l'organisation faitière internationale ICCO. En Suisse, LEADING SWISS AGENCIES gère la certification.

Anita Mohl, directrice générale d'Agency Experts et auditrice pour la certification CMS III à Vienne, nous l'a présentée en détail lors d'un webinaire.



BIENVENUE AU NOUVEAU MEMBRE LSA

MEDIAPLUS

1^{ER} JUILLET 2021

Mediaplus rejoint LEADING SWISS AGENCIES

Mediaplus est une agence média full-service fondée en 2009 par Rolf Suter et Pascal Fröhli et dirigée par ses propriétaires. Aujourd'hui, l'agence compte 22 collaboratrices et collaborateurs. Mediaplus se considère comme une «agence média créative» et adopte une approche 360. Elle ne se contente pas de la planification média, mais réalise des campagnes de communication globales, création comprise.

L'agence, dont le siège est à Zurich, Heinrichstrasse 269, réunit des compétences clés dans les domaines de la planification média intégrée, du SEA, des performances digitales, des médias sociaux et de l'interactive media design.

mediaplus.ch



Les partenaires, depuis la gauche: Rolf Suter et Pascal Fröhli

YOUNG LSA EVENT #1

1^{ER} JUILLET 2021

Lorsque David Schärer (Rod Kommunikation) et Adrian Kammer (OFSP dévoilent les coulisses de la campagne la plus discutée et la plus remarquée du pays, que le beau temps est de la partie et que la relève des agences se voit enfin, sans écran interposé, autour d'une bière et de sushis, la soirée ne peut être que réussie! Plein succès pour le premier événement en direct de «Young LSA» – la plateforme de dialogue pour les jeunes collaborateurs et les collaborateurs restés jeunes des agences LSA.



BIENVENUE AU NOUVEAU MEMBRE LSA

WNG

1^{ER} AOÛT 2021

WNG rejoint LEADING SWISS AGENCIES

Pionnière du marketing numérique en Suisse romande, WNG s'est donné pour mission de guider et conseiller ses clients dans leur transformation digitale. Dirigée par Stéphane Grivat et Jérôme Curchod, l'agence a près de 20 ans d'expérience dans l'arc lémanique. Elle emploie 22 personnes et compte plus de 200 clients actifs, dont la Banque cantonale vaudoise, l'HES-SO, Hirslanden, QoQa Onlineshop et Vaudoise Assurances. Grâce à une gestion moderne des processus et une approche à 360°, WNG travaille en étroite collaboration avec sa clientèle et lui permet d'avancer efficacement et rapidement dans la numérisation grâce à son expertise et aux outils adéquats. Stéphane Grivat, le fondateur de WNG, souligne: «L'ADN de WNG repose sur la passion du digital et la volonté de placer l'humain au cœur de nos préoccupations ».

WNG.ch





SEPTEMBRE

Nouveau membre Kuble

Discussion entre leaders
«Collaboration & Leading»

Célébration des équipes
gagnantes de l'Ad School

Le meilleur de la Pub,
Lausanne

Série de séminaires
«Les agences du
futur», partie 1

LSA Lunch Time Episode 4

LSA-Bootcamp 2021

Septembre / Octobre

OCTOBRE

Young LSA Academy –
Workshop #1

Série de séminaires
«Les agences du
futur», partie 2

Look Book 2022 –
The Perfect Match

Nouveau membre
Accenture Interactive

Forum SAWI Suisse
romande

BIENVENUE AU NOUVEAU MEMBRE LSA

KUBLE

1^{ER} SEPTEMBRE 2021

Kuble rejoint LEADING SWISS AGENCIES

Kuble a été fondée en 2009 par Gustavo Salami et emploie aujourd'hui près de 20 personnes. L'agence digitale, dirigée par ses propriétaires et composée de quatre partenaires (Olivia Schiffmann, Gustavo Salami, Christoph Hess et Christian Aichhorn) se positionne comme innovante, créative, data-driven, efficace et orientée vers les processus. L'équipe s'occupe de clients nationaux et internationaux avec une approche B2B et B2C, qui rendent Kuble visible, crédible et performant en tant que sparring-partner.

Kuble est certifiée par Google et Facebook et dispose de nombreuses activités d'enseignement ainsi que d'un département de développement interne. Le conseil, la création et l'analyse de données pour les médias sociaux et le marketing digital font partie des compétences clés de l'agence. Le développement interne d'outils et de dashboards vient s'ajouter à leur portefeuille de services. Ceux-ci augmentent l'efficacité du client et lui garantissent un aperçu transparent des mesures mises en œuvre.

kuble.com



Les partenaires, depuis la gauche: Gustavo Salami, Christoph Hess, Olivia Schiffmann, Christian Aichhorn

DISCUSSION ENTRE LEADERS «COLLABORA- TION & LEADING»

1^{ER} SEPTEMBRE 2021

Après plusieurs mois de travail à distance, l'arrivée de nouveaux membres LSA et l'évolution constante du marché, il était important pour nos membres romands de pouvoir se retrouver afin de renforcer l'échange et partager leur savoir-faire. Pour cette première discussion entre leaders en Suisse romande, LSA a abordé le thème de la collaboration et du leadership sous différents angles.



CÉLÉBRATION DES ÉQUIPES GAGNANTES DE L'AD SCHOOL

4 SEPTEMBRE 2021

Lors du troisième cycle de formation à l'Ad School, 39 étudiants ont reçu leur diplôme. Ils obtiennent le certificat de l'Ad School et le «Certificate of Advanced Studies Strategic Planning and Creation» de la HWZ (Hochschule für Wirtschaft Zürich).

Le travail de fin d'études était sponsorisé par la compagnie d'assurance CSS. Dans le briefing, les étudiants ont été invités à développer une campagne pour «myCSS». Les équipes ont présenté leur travail de fin d'études au jury du conseil de l'Ad School ainsi qu'aux représentants de la compagnie d'assurance CSS. Les équipes gagnantes seront récompensées par les fameux cubes lors du gala ADC.

Pour plus d'informations et des témoignages sur la formation 2021:
adschool.ch



LE MEILLEUR DE LA PUB

LAUSANNE
8 SEPTEMBRE 2021

L'association «Le Meilleur de» organise depuis 2011 le prix «Le Meilleur de la Pub», qui récompense les meilleurs travaux des agences romandes. LSA s'engage, aux côtés de KS/CS et de l'ASA, à rendre visibles les agences de communication romandes en tant sponsor de l'événement. La remise des prix a eu lieu de manière virtuelle.

events.lemeilleurde.ch/LeMeilleurdelaPub2021



LANCEMENT DE LSA LUNCH TIME EN SUISSE ROMANDE

9 SEPTEMBRE 2021

Depuis septembre 2021, le podcast LSA LUNCH TIME fait son entrée dans la région romande. Au cours d'une conversation d'une demi-heure, deux spécialistes de la branche s'invitent pour discuter de ce qui fait bouger le monde de la communication et donner un aperçu de leur travail quotidien.

Pour le premier podcast LSA Lunch Time en Suisse romande, Michael Kamm (CEO de Trio) et Chris Fluckiger (CEO de mediatonic) ont tenté de répondre à ces questions en apportant leur expertise de longue date. Lors de cette rencontre, ils ont abordé les différents défis auxquels sont confrontées les agences de Suisse romande sur le marché national, la nécessité d'une relation étroite avec le marché alémanique et l'expertise d'une région qui a toute son importance sur le plan national.

Retrouvez le podcast LSA LUNCH TIME sur:
leadingswissagencies.ch/podcast



BOOTCAMP LSA 2021

20–24 SEPTEMBRE 2021

Les talents d'agence aident les CFF à se remettre sur les rails

Les participantes et participants du LSA Bootcamp de cette année ont été chargés d'un cas d'actualité brûlante: comment augmenter la fréquentation des transports publics, et notamment celle des CFF? Alors que le taux d'occupation des routes a retrouvé son niveau d'avant-covid, celui des transports publics tourne autour de 65 %. Comment peut-on y remédier? Comment augmenter la demande pour les offres des CFF? C'est à ces questions que se sont confrontés 26 jeunes d'agences LSA lors d'une semaine de formation continue intensive, dans le cadre d'un bootcamp plein à craquer.

Une fois encore, le Goldbach Group à Küsnacht a accueilli l'événement. Comme en 2017, les participants ont profité de locaux spacieux et d'une infrastructure moderne. Avec une nouveauté: le cuisinier de la maison les a gâtés chaque jour avec un délicieux repas fraîchement préparé. Ce service exceptionnel a motivé les participants à donner le meilleur d'eux-mêmes et contribué à faire de notre bootcamp une formation particulièrement appréciée par les jeunes talents des agences LSA.



SÉRIE DE SÉMINAIRES «LES AGENCES DU FUTUR»

20 SEPTEMBRE 2021

Discussion entre leaders «Sparring entre cadres supérieurs: apprendre du conseiller stratégique»

Comment le secteur parvient-il à assumer une fonction de conseil stratégique auprès des cadres supérieurs? Avec quels thèmes, processus et contenus les sociétés de conseil accompagnent-elles les cadres supérieurs des entreprises? Quels sont les outils qui fonctionnent? Comment mènent-ils des collaborations fructueuses afin d'élargir leur champ de compétences? Le conférencier invité, Benjamin Tück, CEO d'Accenture Interactive Suisse, explique comment il pénètre dans le «Relevant Set» de ses clients.



BIENVENUE AU NOUVEAU MEMBRE LSA

ACCENTURE INTERACTIVE

1^{ER} OCTOBRE 2021

Accenture Interactive rejoint LEADING SWISS AGENCIES

Entité d'Accenture, Accenture Interactive figure parmi les agences leaders du domaine de l'expérience client. Elle associe la créativité et le design de services numériques à une expertise approfondie en matière de conseil, transformation digitale, technologie, commerce, marketing et communication. En combinant sa connaissance approfondie des marchés et des consommateurs à son expertise technologique, l'agence conçoit, délivre et met en œuvre des expériences client à forte valeur ajoutée, à l'intersection des objectifs d'entreprise et de l'innovation, favorisant une croissance économique durable. En Suisse, Accenture Interactive a des bureaux à Bâle, Berne, Genève, Lugano et Zurich.

[accenture.com](https://www.accenture.com)



Depuis la gauche: Hartmund Heinrich (Fjord), Wim Roelfs (SinnerSchrader Swipe), Benjamin Tück (Accenture Interactive)

FORUM SAWI SUISSSE ROMANDE

5 OCTOBRE 2021

Leading Swiss Agencies a eu le plaisir de participer au Forum SAWI avec un stand virtuel dans lequel étaient présentés les différents métiers, les opportunités d'avenir et les profils des agences LSA. En plus d'aider les étudiants à se projeter dans leur avenir professionnel en découvrant les différents métiers du monde de la communication, cet événement a également été l'occasion de positionner les agences LSA comme des employeurs attractifs et de présenter les opportunités d'emploi au sein des agences membres.



LOOK BOOK LSA 2022 «THE PERFECT MATCH»

26 OCTOBRE 2021

Le dernier LOOK BOOK LSA fait la part belle au «Perfect Match». Des représentants d'agences et de clients y évoquent leurs relations et ce qui est important pour une collaboration réussie. Grâce au nouveau format de Branded Content «The Perfect Match», nous nous sommes fixé comme objectif de sensibiliser les clients au fait que les partenariats réussis ne se trouvent pas par le biais d'appels d'offres coûteux. Lors de la recherche d'une nouvelle agence, les clients peuvent s'orienter vers de meilleures procédures de sélection, mettant davantage l'accent sur l'adéquation culturelle, l'attitude et la méthode de travail d'une agence. Ce format se veut une source d'inspiration pour tous ceux qui souhaitent mettre davantage l'accent sur les relations interpersonnelles à l'avenir.



SÉRIE DE SÉMINAIRES «LES AGENCES DU FUTUR» PARTIE 2

27 OCTOBRE 2021

Séminaire «Se profiler sur les thèmes pertinents de demain : apprendre des futurologues»

Quels sont les futurs thèmes sur lesquels une agence peut capitaliser pour développer de nouveaux domaines d'activité? Dans notre atelier d'une demi-journée avec Lars Thomsen de Future Matters, nous nous sommes focalisés sur l'avenir du travail, de la communication et des relations avec les clients. Nous avons développé une série de thèses, saisis les changements et les bouleversements, cherché ensemble des réponses et fait des recommandations d'action sur la manière dont nous pourrions relever les défis du paysage des agences en 2030.



YOUNG LSA ACADEMY = WORKSHOP #1

29 OCTOBRE 2021

Les agences LSA regorgent d'expérience et de savoir-faire. Ceux-ci sont transmis aux jeunes collaborateurs dans la cadre de la Young LSA Academy, à travers des blocs de formation continue portant sur des thèmes concrets. L'apprentissage interagences est précieux pour l'ensemble de la branche, et particulièrement passionnant et instructif pour les jeunes collaborateurs. L'atelier de la première édition, riche en enseignements, était consacré aux thèmes de la rédaction, de l'écriture et du storytelling.



LSA – Rétrospective

Young LSA Event #2

LSA-Branded
Content Format «The
Perfect Match»

Série de séminaires «Les
agences du futur», partie 3

LSA Lunch Time Episode 5

Indice prix/performance
des médias LSA/ASA

LSA-Ranking 2021

NOVEMBRE

Fiche LSA Modèle
de temps de travail
annuel

LSA-Café Suisse romande

DÉCEMBRE

LSA FORMAT BRANDED CONTENT

THE PERFECT MATCH

2 NOVEMBRE 2022

Comment les clients et les agences découvrent leur «Perfect Match»

Avec «The Perfect Match», l'association lance un format de Branded Content divertissant qui montre comment une relation client-agence forte peut être gérée avec succès sur le long terme.

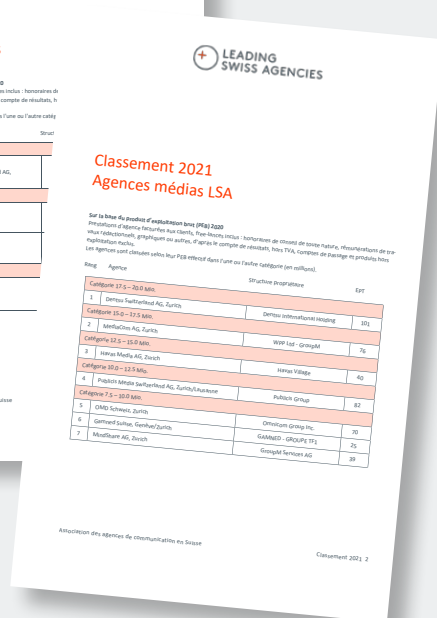
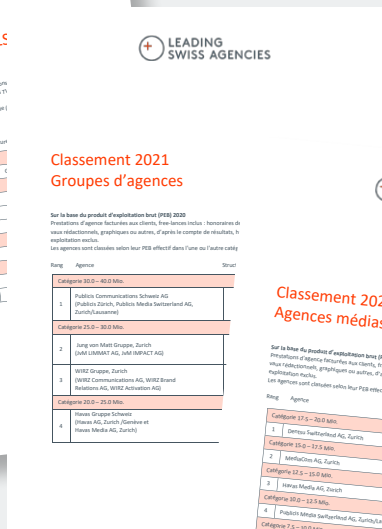
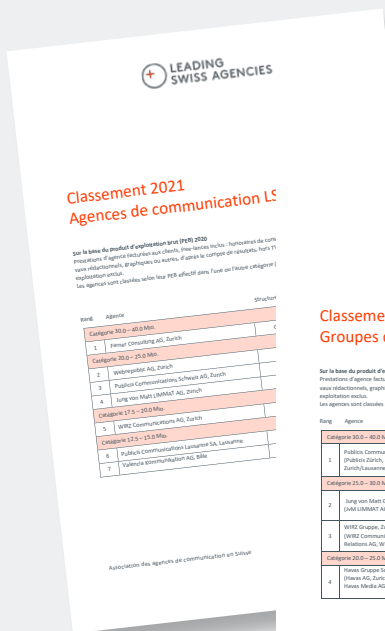
Trouver l'agence parfaite – un thème central qui préoccupe les clients aussi bien que les agences. Le marché évolue radicalement, mais les entreprises continuent de s'appuyer sur de vieux schémas pour choisir l'agence qui leur convient. Pourtant, tout le monde pourrait s'orienter vers des procédures de sélection alternatives qui mettent davantage l'accent sur l'adéquation culturelle, l'attitude et la méthode de travail. LSA propose désormais des pistes pour trouver le partenaire idéal et faire en sorte que la collaboration reste fructueuse dans son nouveau format de Branded Content «The Perfect Match». Des vidéos divertissantes, inspirées du format populaire de Glanz&Gloria «Du oder ich», dans lesquelles de vrais matchs montrent comment fonctionne une relation agence client forte et durable. Une chose ressort immédiatement: une telle collaboration est beaucoup plus agréable.

Ce format de Branded Content est proposé par Catherine Purgly (LSA) et Roland Ehrler (ASA). Tous deux sont attachés au thème de la sélection d'agences, qui ressort fréquemment au cours de leurs entretiens réguliers. Dans les épisodes suivants, les spectateurs auront droit à un aperçu de la collaboration entre Audi Suisse et Wunderman Thompson, Axa et Publicis Zurich ainsi que Futureworks et Zürich Assurance. D'autres épisodes sont d'ores et déjà prévus.

Tous les épisodes sont disponibles sur
leadingswissagencies.ch/the-perfect-match

THE PERFECT MATCH





RANKING LSA

6 NOVEMBRE 2021

Le secteur des agences fait preuve de stabilité en temps de crise

Le secteur des agences a traversé une année et demie de crise difficile. Les agences LSA parviennent toutefois à maintenir la stabilité de leurs revenus grâce à leur grande flexibilité et leur capacité d'adaptation. C'est ce que montre le classement des agences 2021 de LEADING SWISS AGENCIES.

L'année dernière, les agences LSA ont réalisé un revenu cumulé de 553 millions de francs suisses. La fusion des deux associations LSA et BPRA, à la suite de laquelle 16 agences ont rejoint les rangs de LEADING SWISS AGENCIES, a influé sur le montant total. Le classement se base sur une évaluation du produit brut d'exploitation (PBE) réalisé par chacune des agences LSA en 2020. Il donne une vue d'ensemble des agences de communication et médias en Suisse faisant partie de l'association. Les données sont compilées chaque année par LEADING SWISS AGENCIES auprès de ses 97 membres. Le classement permet de mieux appréhender le marché suisse des médias et de la publicité.

Deux nouveaux TOP 10 et un classement de groupes d'agences

En plus des classements existants, évaluant les agences de manière individuelle, trois nouveaux classements ont vu le jour cette année: deux TOP 10 et un classement des groupes d'agences. Les sujets des TOP 10 changent chaque année, se basant sur des thématiques actuelles qui font bouger les agences LSA plutôt que sur de simples éléments factuels. Cette année, les deux TOP 10 offrent de nouvelles perspectives quant à la parité des genres et la diversité des langues maternelles parlées au sein des agences LSA.

INDEX PRIX-PERFORMANCE DES MÉDIAS 2021

18 NOVEMBRE 2021

Inflation des paid medias? Les associations LSA et ASA se penchent sur la question.

Depuis 2017, l'Association Suisse des Annonceurs (ASA) et LEADING SWISS AGENCIES (LSA) collectent et publient l'indice prix/performance permettant de connaître dans les détails l'évolution des prix par contact pour chaque type de médias. En 2020, année affectée par la pandémie, de nombreux journaux et magazines ont vu leur nombre de lecteurs et lectrices chuter de manière significative. Les magazines ont été les plus touchés. Ceci peut s'expliquer, en partie, par une moindre fréquentation des lieux publics et notamment des salles d'attente.

En télévision, par rapport à l'année précédente, les prix par contact prévus en 2021 sont restés stables pour les 15-59 ans, mais ont augmenté de 6,2 % pour les 15-49 ans. L'indice pour l'affichage «analogique» (Out Of Home) montre une baisse d'environ 1 % du rapport prix/performance.

Cette année, une inflation est décelable sur la base des prix officiels pour de nombreux titres de la presse écrite ainsi que sur les valeurs prévisionnelles de certaines chaînes de télévision. L'évolution actuelle des prix de la télévision préoccupe tant l'ASA que LSA. De nombreuses chaînes télévisées prévoient d'augmenter sensiblement leurs prix pour 2022.

LSA LUNCH TIME AVEC LAURA SCORZA WADE ET PRISCILLA ROSSI

23 NOVEMBRE 2021

Pour ce deuxième podcast LSA Lunch Time en Suisse romande, Laura Scorza-Wade (directrice sustainability pour PRfact) et Priscilla Rossi (directrice stratégie chez Publicis Group) se sont penchées sur la thématique du purpose marketing. Qu'est-ce que le purpose marketing? Quel est le rôle des agences de communication? Comment les agences peuvent-elles accompagner les marques? Dans ce podcast, Laura Scorza-Wade et Priscilla Rossi ont apporté leur réflexion sur le rôle des agences et les aspects que le purpose marketing peut apporter au monde de la communication de demain.

Découvrez le Podcast LSA LUNCH TIME sur :
leadingswissagencies.ch/podcast



SÉRIE DE SÉMINAIRES «LES AGENCES DU FUTUR» PARTIE 3

25 NOVEMBRE 2021

Discussions entre leaders «Le succès en affaires avec de nouveaux clients: apprendre des experts»

Enchaîner les pitches n'a rien d'idéal. Comme l'ont constaté de nombreuses agences, la chasse aux clients est devenue compliquée. Comment, dès lors, acquérir de nouveaux clients et développer ses partenariats existants? L'orateur invité, Patrick Utz, expert en vente et conseiller d'entreprises, explique comment les agences trouvent leurs interlocuteurs sur le terrain technique tout en se frayant un chemin dans leurs processus de décisions internes. En tant que facilitateur, il sait pertinemment que transgresser les règles peut en valoir la peine.



YOUNG LSA EVENT #2

29 NOVEMBRE 2021

Avez-vous déjà cherché à comprendre ce qui distingue TikTok des autres réseaux sociaux? Contrairement à Instagram, Facebook et consorts, on ne «checke» pas TikTok, on le regarde. C'est ce que nous avons appris lors de l'événement Young LSA numéro 2, chez Webrepublic. Lea Nobs et Andrea Knoepfli (toutes deux issues de Webrepublic) ont offert une introduction passionnante, ainsi que quelques trucs et astuces concrets pour utiliser la plateforme au mieux. Pour conclure, le créateur Marco Andre Da Silva a révélé ce qui constitue, à ses yeux, l'attrait principal de TikTok.



LSA CAFÉ SUISSE ROMANDE

7 DÉCEMBRE 2021

L'annualisation du temps de travail

La discussion de ce deuxième LSA Café s'est concentrée sur le thème de «l'annualisation du temps de travail». Nous avons mis à disposition notre modèle de réglementation sur le temps de travail annuel. Ce guide, élaboré par notre avocate, a pour but de servir de guide lors de l'établissement d'un contrat de travail annualisé.

FICHE LSA «MODÈLE DE TEMPS DE TRAVAIL ANNUEL»

7 DÉCEMBRE 2021

Le présent règlement sur la flexibilisation du temps de travail dans le cadre de l'annualisation du temps de travail (ATT) a pour objectif:

- Une adaptation optimale du temps de travail au volume des commandes et du travail à effectuer, tout en prenant en compte les exigences de l'entreprise
- L'organisation autonome du temps de travail par les collaborateurs avec une marge de manœuvre aussi large que possible
- La meilleure mise en œuvre possible, basée sur la confiance mutuelle, une communication proactive et une bonne planification/organisation du travail

Indicateur de la
branche 2022 LSA/ASA

JANVIER

Congrès Allmédia,
Genève

Lancement LSA-Junior
Agency Award

Young LSA – Événement
Neuland «Communication
environnementale»

FÉVRIER

MARS

Campagne Employer
Branding Kampagne

INDICATEUR DE LA BRANCHE LSA 2022

5 JANVIER 2022

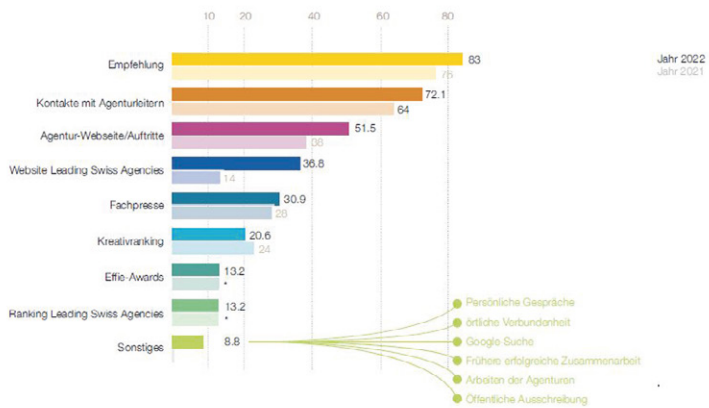
Indicateur de la branche 2022: les annonceurs sont confiants et investissent dans la communication client – Les méthodes d'évaluation alternatives gagnent en importance.

En collaboration avec l'Association Suisse des Annonceurs, nous avons une fois encore examiné les indicateurs les plus importants de la branche de la communication. À cette fin, les annonceurs ont été interrogés une nouvelle fois sur leurs estimations et perspectives du marché publicitaire helvétique. Malgré la persistance de la pandémie, 61,5 % s'attendent pour 2022 à une hausse des revenus et 31,2 % à des revenus stables. Du côté des entreprises publicitaires, la plupart d'entre elles prévoient également des recettes stables voire en hausse. Les perspectives sont bonnes en ces temps de crise sanitaire, qui a des conséquences se répercutant sur l'évolution des budgets communication et médias.

Les «Chemistry Meetings» se multiplient

Les principaux critères de choix d'une agence sont actuellement l'alchimie (94,2 %) et la définition d'un cahier des charges et des compétences (91,3 %). Par rapport à 2021, les concours d'agences coûteux ont fortement diminué. Les procédures d'évaluation alternatives – notamment les «Chemistry Meetings» – gagnent en importance.

Welche Informationsquellen nutzen Sie für die Auswahl von Agenturen?
Vergleich mit Angaben im Branchenindikator 2021



Nennung: 68

LSA/SWA Branchenindikator 2022

14

LEADING SWISS AGENCIES
Verband der führenden Kommunikationsagenturen der Schweiz

SWA ASA Schweizer Werbe-Auftraggeberverband
Utenti Svizzera Pubblicità
Association Suisse des Annonceurs
Association of Swiss Advertisers

CONGRÈS ALLMÉDIA

GENÈVE, 18 JANVIER 2022

En janvier, après deux ans d'absence, la conférence Allmédia, organisée par KS/CS, s'est enfin tenue à Lausanne. Elle a abordé les différents défis que doit affronter le secteur de la communication et des médias. LSA était, encore une fois, de la partie en tant que sponsor.

Au cœur du programme: la digitalisation, le futur des agences de communication et, plus généralement, de la branche. LSA, représentée par Charlène Guillaume, a participé à la table ronde sur les évolutions et les défis qui occuperont le secteur dans les années à venir.



YOUNG LSA = ÉVÉNEMENT NEULAND «COMMUNICATION ENVIRONNEMENTALE»

L'authenticité, la confiance et la transparence sont trois qualités indissociables d'une communication environnementale et durable réussie. Mais ce champ thématique complexe comporte évidemment bien d'autres aspects. Avec le directeur d'agence Juergen Gangoly, la journaliste Stephanie Hess et l'expert en communication d'entreprise Thorsten Sperlich, nous avons eu l'occasion de nous pencher en profondeur sur la question en compagnie de jeunes professionnels issus d'Allemagne et d'Autriche lors de la manifestation Neuland.

Mais qu'est-ce que Neuland? Cette série d'événements virtuels internationale est le produit d'une grande coopération. Les PRVA Newcomers d'Autriche l'ont lancée en 2020, en collaboration avec leurs homologues allemands des GPRA Young Professionals. Depuis un an, le Young LSA fait également partie de cet échange, qui rayonne bien au-delà des frontières.



LANCEMENT LSA-JUNIOR AGENCY AWARD

22 FÉVRIER 2022

Le premier concours universitaire de communication marketing est lancé dans toute la Suisse.

Le LSA-Junior Agency Award est un concours universitaire destiné aux jeunes talents les plus prometteurs dans le domaine de la communication et du marketing. Dans le cadre d'un module à option, les étudiants des hautes écoles suisses travaillent pendant un semestre sur une campagne destinée à un client réel. Le travail se fait en équipe, encadré par des agences LSA. À partir d'un exemple pratique, les étudiants apprennent ainsi à gérer les exigences des clients, la créativité, les contraintes budgétaires et peuvent se faire une idée du monde des agences.

Cinq hautes écoles suisses, soit 110 étudiants au total, participeront au LSA-Junior Agency Award 2022. Ils sont encadrés et accompagnés par 22 agences LSA. Le client (migrolino) vient de Publicis Zurich.



CAMPAGNE EMPLOYER BRANDING

MARS 2022

Le secteur de la communication, et en particulier son volet créatif, est encore trop mal connu des jeunes, des institutions de formation et du grand public.

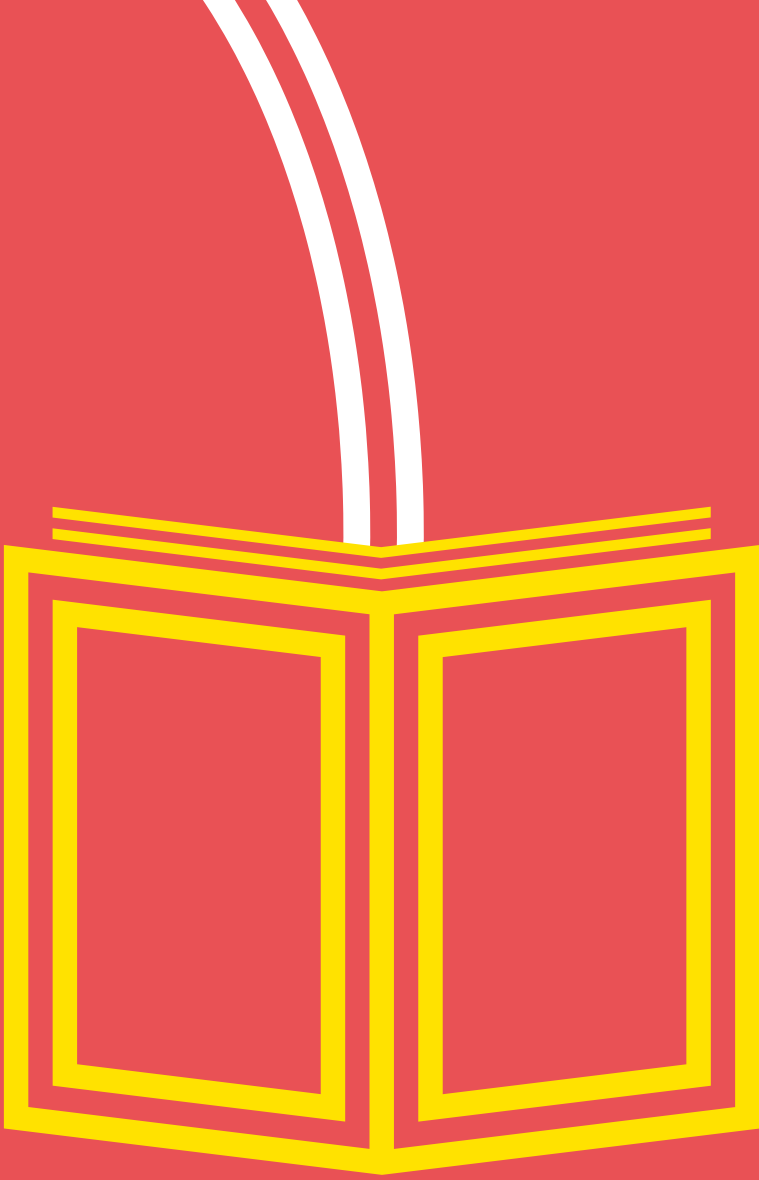
Afin d'attirer l'attention sur cette branche passionnante et les débouchés qu'elle offre, nous lançons un concept de communication global, destiné à vivre plusieurs années, dont les objectifs sont les suivants:

- Présenter un tour d'horizon global des possibilités de formation et de carrière dans la branche, destinées à des profils professionnels variés.
- Promouvoir et assurer la relève.
- Positionner les agences LSA comme des employeurs attractifs.

Une initiative LSA conçue et réalisée avec les jeunes talents d'Agence Trio, Maxomedia, OMD, Serviceplan, TBWA et Wirz et avec le soutien de APG, Clear Channel, Diction, furrerhugi, Mediabox, Meta, Neo Advertising, Setaprint.

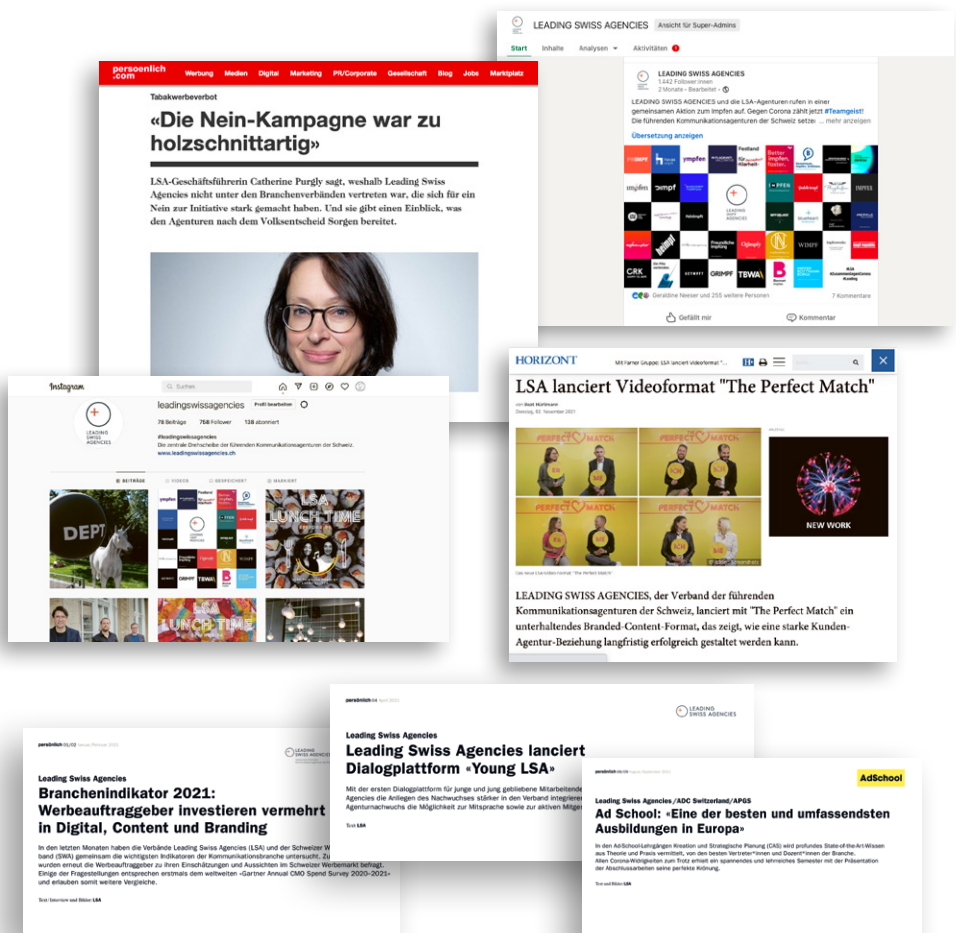




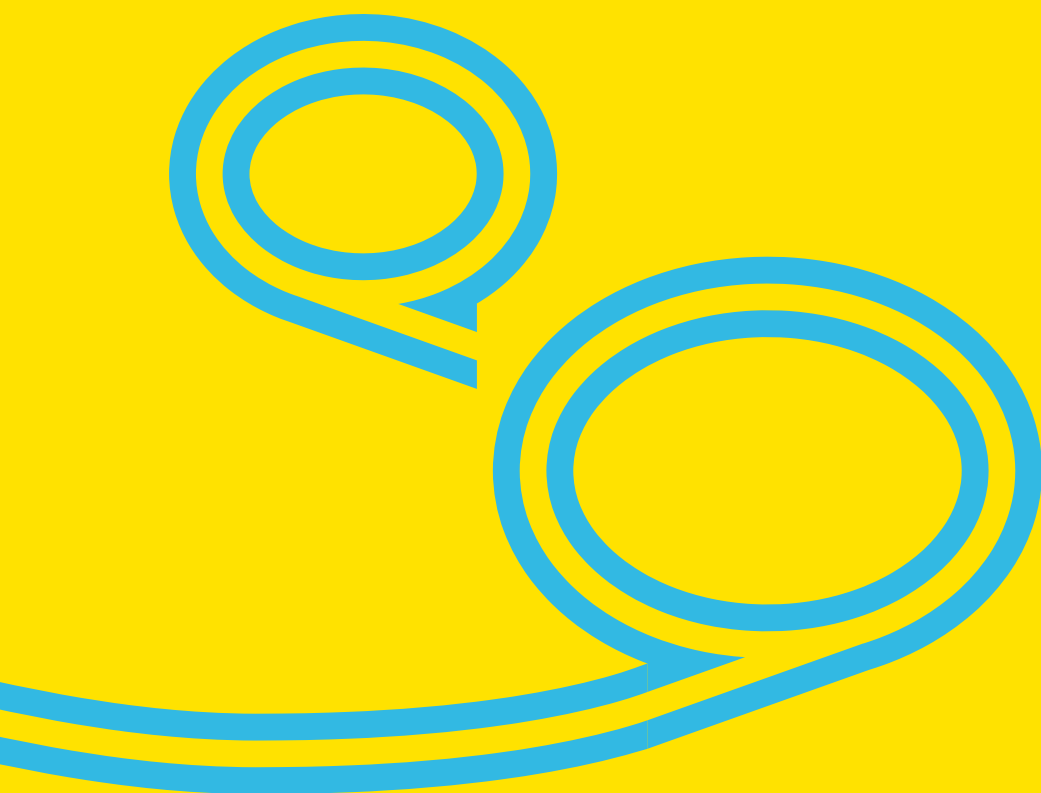


Communication

REVUE DE PRESSE

COMMUNICATION DANS
SON PROPRE DOMAINE:





Collaborations et partenariats

COLLABORATION AVEC DES ASSOCIATIONS PARTENAIRES

LSA et l'ASA

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

LSA/IAB/ASA

- Association «Digital Ad Trust Switzerland»

LSA, l'ADC Switzerland et l'APGS

- Ad School : collaboration entre l'ADC Switzerland, LEADING SWISS AGENCIES et l'Account Planning Group Switzerland (APGS)

LSA et IAB

- Soutien au cursus diplômant IAB/LSA «Marketing digital pour débutants»
- Soutien à l'étude IAB sur le marché publicitaire

LSA et la HWZ

- Soutien au cursus CAS «Marketing Communication»
- Soutien à l'association ComImpact

LSA et KS/CS

- Soutien à la conférence Allmédia à Lausanne et Genève

LSA et la Commission Suisse pour la Loyauté

- Participation aux séances plénières et aux séances de la Chambre





Bureau

LE BUREAU: UNE PLAQUE TOURNANTE

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

Nos 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
- Organisation et conduite des Swiss Effie Awards

Ombudsman et médiateur

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 «Ombudsman et Médiateur» est disponible auprès du bureau.



Catherine Purgly, Annette Truniger, Kathrin Leder, Charlene Guillaume, Ilan Olstein





Finances

RAPPORT FINANCIER

Les réviseurs confirment que le bilan et le compte de résultats avec une perte de CHF 1'960.42 et un capital de 428'469.33 ont été contrôlés par sondage et se sont avérés corrects.

La comptabilité est impeccable et ne donne lieu à aucun autre commentaire.

LEADING SWISS AGENCIES
Weinbergstrasse 148
8006 Zürich

Pour l'assemblée générale LSA 2022

Révision des comptes de l'exercice 2021

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

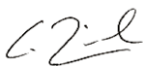
Ils attestent que le bilan ainsi que le compte de profits et pertes, avec une perte de CHF 1'960.42 et un capital de CHF 428'469.33 ont été contrôlés par pointages et reconnus exacts. La comptabilité est tenue de manière impeccable et ne suscite sinon aucune remarque.

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

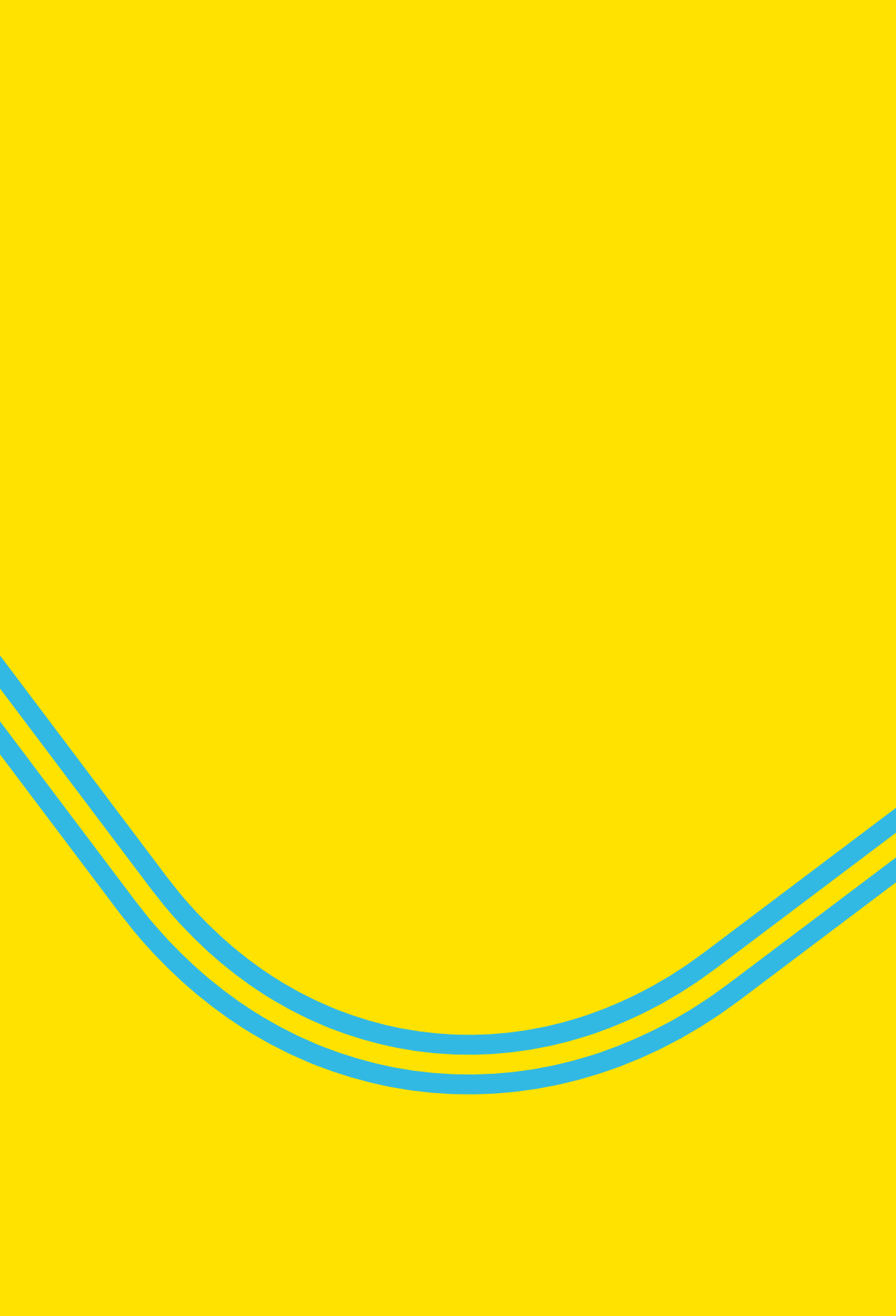
Les vérificateurs:

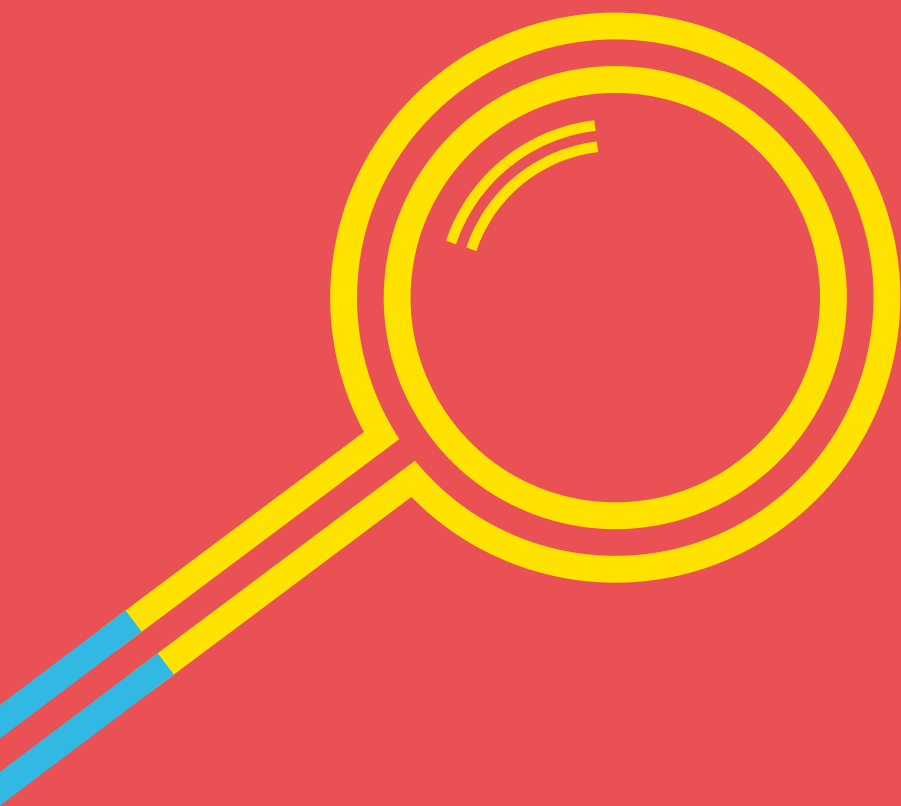
Claudio Zinsli

Roland Oberhauser



Zurich, 18 mars 2022





Faits et chiffres

TASKFORCES

Conseil de l'Ad School

Peter Brönnimann (Président du conseil scolaire)

Roger Baur (iab/Digital)

Gioia Bozzato (ADC)

Frank Bodin (ADC)

Livio Dainese (ADC)

Stefan Eggenberger (HWZ)

Michael Hinderling (ADC/Digital)

Kathrin Leder (LSA)

Gordon Nemitz (APGS/Strategie)

Catherine Purgly (LSA)

Michael Selz (APGS/Media)

Philipp Skrabal (Young ADC, PR)

Tobias Zehnder (LSA/Digital)

Auditeurs

Roland Oberhauser, Farner Consulting, Claudio Zinsli, Wirz

Auditeur remplaçant

Heimo Fuchs, Omnicom Media Group

Ombudsmann

Michael Hählen, in flagranti

REPRÉSENTANTS LSA

AUPRÈS D'ASSOCIATIONS ET DE COMMISSIONS

ADC Switzerland

Comité: Livio Dainese, WIRZ, Hania Heuss, Farner Consulting, Markus Gut, Farner Consulting, Philipp Skrabal, Farner Consulting, Remy Fabrikant, Team Cosmo

APGS (Account Planning Group Switzerland)

Comité: Romana Schmidtpeter, Jung von Matt LIMMAT, Michael Selz, Omnicom Media Group, Remy Fabrikant, Team Cosmo

BSK Berufsschulkommission

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

Association «Digital Ad Trust Switzerland»

Comité: Beat Krebs, OMD, Catherine Purgly, LSA

Xaver Award

Membre du jury: Mauro Testerini, Aroma

Fachkommission Grafik

Président: Daniel Peterer, Festland

GfM

Conseil de fondation: 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: Matthias Kiess, TBWA, Silvana Imperiali, Gamned

IGEM Interessengemeinschaft Elektronische Medien

Président: Stephan Küng, TWmedia The Whole Media

KS/CS

Comité: Silvana Imperiali, Gamned, Michael Hählen, in flagranti, Pam Hügli,
Serviceplan Suisse
Conseil de la communication: Michael Kamm, Agence Trio, Michael Hählen,
in flagranti, Urs Schneider, Mediaschneider
Section romande: Michael Kamm, Agence Trio

Mediapulse Stiftung für Medienforschung

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

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

Beat Krebs, OMD

SAWI Academy for Marketing and Communication SA

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

Beat Krebs, OMD

Fondation Statistique Suisse en Publicité

Catherine Purgly, LSA

WEMF/REMP

Comité: Beat Krebs, OMD

Commission de recherche (RC): Michael Selz, OMD

Commission REMP de certification des tirages et de la diffusion (CCTD):

Beat Krebs, OMD, Catherine Purgly, LSA

User Commission: Peter Döbeli, Konnex

ZHAW

Conseil consultatif: Petra Dreyfus, Wirz

ZHdK

Conseil consultatif, département Design: Markus Gut, Farner Consulting

HWZ

Conseil consultatif, Center for Communications: Tobias Zehnder, Webrepublic

MUTATIONS

Membres au 1^{er} janvier 2021

Membres actifs/agences	93
dont agences de communication	75
et agences médias	18

Adhésions 2021

1 ^{er} février 2021	GRIP
1 ^{er} juillet 2021	Mediaplus
1 ^{er} juillet 2021	WNG
1 ^{er} septembre 2021	Kuble
1 ^{er} octobre 2021	Accenture Interactive

Départs 2021

Au 31 décembre 2021	Cabinet Privé de Conseils cR Werbeagentur Basel Equipe AG SNDS Lugano Voxia Communication
---------------------	---

AGENCES PAR PEB*

Catégorie	Nombre d'agences (groupes inclus)
Agences de communication	
20 – 40 Mio. CHF	5
10 – 20 Mio. CHF	6
5 – 10 Mio. CHF	9
2 – 5 Mio. CHF	36
0 – 2 Mio. CHF	22
Agences médias	
10 – 20 Mio. CHF	4
5 – 10 Mio. CHF	8
3 – 5 Mio. CHF	2
0 – 3 Mio. CHF	5

* **PEB (Produit d'exploitation brut)**: prestations d'agence facturées aux clients, freelances inclus: honoraires de conseil de toute nature, rémunérations de travaux rédactionnels, graphiques ou autres, d'après le compte de résultats, hors TVA, comptes de passage et produits hors exploitation exclus.

Editeur
LEADING SWISS AGENCIES
Weinbergstrasse 148
8006 Zurich
leadingswissagencies.ch

Concept et design
Process, Zürich

Impression
Schellenberg Druck AG, Pfäffikon



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