



Schweizer Werbung SW  
Publicité Suisse PS

Publicità Svizzera PS  
Swiss Advertising SA

## Règlement

concernant

**l'examen professionnel supérieur de responsable de la communication**

du

Publié par l'organe responsable

Publicité Suisse PS et  
Fédération romande de publicité et de communication FRP

8 décembre 2009

Vu l'art. 28 al. 2 de la loi fédérale du 13 décembre 2002 sur la formation professionnelle, l'organe responsable au sens du chiffre 1.2 arrête le règlement d'examen suivant :

## **1. DISPOSITIONS GÉNÉRALES**

### **1.11 But de l'examen**

L'examen a pour but d'établir si la candidate ou le candidat dispose des compétences nécessaires, en qualité responsable de la communication, pour être responsable d'un service chargé d'élaborer et de mettre en œuvre la stratégie de communication ou, en qualité de conseil d'une agence de communication ou de publicité, de la stratégie et du suivi de mandats de clients.

Ce but implique en particulier

- a) la connaissance et l'interprétation correcte des relations de cause à effet tant macro- que microéconomiques ;
- b) des connaissances approfondies dans les domaines des études de marchés, de la stratégie de marketing, du marketing mix ainsi que de leur implémentation ;
- c) la capacité d'analyser correctement la situation en accord avec les buts de l'entreprise et les contraintes du marketing et de l'interpréter correctement en relation avec la communication;
- d) la capacité d'élaborer une stratégie de communication systématique, basée sur des analyses et des conclusions/déductions, comportant les groupes-cibles, les objectifs et le positionnement correspondants ;
- e) la capacité de mettre en œuvre les différents instruments de communication (comme par ex. la publicité classique dans les médias, les relations publiques, le marketing direct, la promotion des ventes, les foires et expositions, le sponsoring, le marketing événementiel, le multimédias etc.) de manière intégrée ou, par extension, de développer, à cet effet, des concepts et des mesures correspondantes ;
- f) une bonne connaissance des différents médias publicitaires et de leur mise en œuvre en fonction des groupes-cibles; la capacité d'évaluer et d'interpréter correctement les chiffres et les faits nécessaires à cet effet ;
- g) la capacité de superviser et de coordonner la mise en œuvre des mesures et des instruments de communication dans les domaines de la création, de la réalisation, de la production, des médias et d'autres domaines spéciaux et, par extension, d'établir des budgets à cet effet ;
- h) la capacité de se présenter comme interlocuteur compétent vis-à-vis de cadres de direction internes et externes des entreprises, comme par exemple la direction générale et la direction du marketing et, par extension, de communiquer ses objectifs et ses travaux de manière compétente ;

- 1.12 En outre, l'examen a pour but de créer un titre protégé au niveau de la formation avancée pour les spécialistes en communication de marketing qui occupent une fonction dirigeante et qui ont acquis les connaissances théoriques et les aptitudes pratiques requises.
- 1.13 Pour obtenir un diplôme fédéral, la candidate ou le candidat doit posséder les connaissances et les aptitudes professionnelles exigées et décrites de façon détaillée dans les directives relatives au règlement d'examen. Le contenu de l'examen tient compte des qualifications nécessaires à l'exercice de cette profession.

## **1.2 Organe responsable**

- 1.21 Les organisations suivantes du monde du travail suivantes constituent l'organe responsable :
- a) Publicité Suisse PS, organisation faîtière de la communication commerciale (appelée ci-après PS)
  - b) Fédération romande de publicité et de communication FRP (appelée ci-après FRP)
- 1.22 L'organe responsable est compétent pour toute la Suisse.

## **2. ORGANISATION**

### **2.1 Composition de la commission d'examen**

- 2.11 Toutes les tâches liées à l'octroi du diplôme sont confiées à une commission d'examen. Celle-ci est composée d'un/e président/e et de huit membres nommés par le comité de PS d'entente avec le comité de la FRP pour une durée administrative de trois ans.
- 2.12 La commission d'examen se constitue elle-même. Le quorum est atteint lorsque la majorité des membres sont présents. Les décisions se prennent à la majorité des membres présents. Le/la président/e tranche en cas d'égalité des voix.

### **2.2 Tâches de la commission d'examen**

- 2.21 La commission d'examen
- a) arrête les directives relatives au présent règlement et les met à jour périodiquement ;
  - b) fixe la taxe d'examen conformément à la réglementation des taxes d'examen de l'Office fédéral de la formation professionnelle et de la technologie (OFFT) du 31 décembre 1997;
  - c) fixe la date et le lieu de l'examen ;
  - d) définit le programme d'examen ;
  - e) donne l'ordre de préparer les énoncés de l'examen et organise l'examen ;
  - f) nomme et engage les expert/e/s, et les forme pour accomplir leurs tâches ;
  - g) décide de l'admission à l'examen ainsi que d'une éventuelle exclusion de l'examen ;
  - h) décide de l'octroi du diplôme ;
  - i) traite les requêtes et les recours ;
  - j) s'occupe de la comptabilité et de la correspondance ;
  - k) décide de la reconnaissance ou de la prise en compte d'autres diplômes et d'autres prestations ;
  - l) rend compte de ses activités aux instances supérieures et à l'OFFT.

m) veille au développement et à l'assurance de la qualité, et en particulier à l'actualisation régulière du profil de qualification en fonction des besoins du marché du travail ;

2.22 La commission d'examen peut déléguer des tâches administratives et la gestion à un secrétariat d'examen.

## **2.3 Publicité et surveillance**

2.31 L'examen est placé sous la surveillance de la Confédération. Il n'est pas public. Exceptionnellement, la commission d'examen peut autoriser des dérogations à cette règle.

2.32 L'OFFT est invité suffisamment tôt à assister à l'examen et reçoit les dossiers de l'examen.

## **3. PUBLICATION, INSCRIPTION, ADMISSION, TAXE D'EXAMEN**

### **3.1 Publication**

3.11 L'ouverture des inscriptions est publiée au moins 6 mois avant le début des examens dans les organes officiels des associations PS et FRP ainsi que sur leurs sites Internet ([www.sw-ps.ch](http://www.sw-ps.ch)/[www.frpub.ch](http://www.frpub.ch)).

3.12 La publication informe au minimum sur

- les dates des épreuves ;
- la taxe d'examen ;
- l'adresse d'inscription ;
- le délai d'inscription ;
- le déroulement de l'examen.

### **3.2 Inscription**

L'inscription doit comporter :

- a) un résumé de la formation et des activités professionnelles du candidat ;
- b) les copies des titres et des certificats de travail requis pour l'admission ;
- c) la mention de la langue d'examen ;
- d) la copie d'une pièce d'identité officielle munie d'une photo ;
- e) la quittance ou la confirmation du paiement de la taxe d'examen.

### **3.3 Admission**

3.31 Sont admis à l'examen les candidates et les candidat/e/s qui peuvent justifier

- a) d'un brevet fédéral de planificateur/trice en communication, de planificateur/trice en communication de ou, par extension, d'assistant/e en publicité ou de spécialiste en relations publiques ou d'assistant/e en relations publiques et qui, depuis l'obtention de ce brevet, ont été actifs comme chef de publicité ou chef de communication ou conseiller/ère en publicité depuis au moins 2 ans dans une fonction dirigeante ;  
*ou*
- b) d'un diplôme délivré par une université ou une haute école spécialisée ou d'un diplôme reconnu sur le plan fédéral (examen professionnel supérieur, Haute Ecole

Spécialisée) dans le secteur commercial et qui disposent d'au moins 3 ans d'expérience professionnelle dans la communication d'entreprise et de marketing (notamment dans le secteur de la publicité) dont au moins 2 ans comme chef de publicité ou comme conseiller/ère en communication ou en publicité dans une fonction dirigeante ;  
*ou*

- c) d'au moins 5 ans d'expérience professionnelle dans la communication d'entreprise et de marketing (notamment dans le secteur de la publicité), dont au moins 2 ans comme chef de publicité ou comme conseiller/ère en communication ou en publicité dans une fonction dirigeante ;

*et*

- d) du paiement dans les délais de la taxe d'examen selon l'art. 3.41.

La date déterminante pour le calcul de la durée de l'expérience professionnelle est celle du début de l'examen. Les candidat/e/s sont admis/es sous réserve du dépôt, dans le délai imparti, d'un mini-mémoire de diplôme.

3.32 L'OFFT décide de l'équivalence des certificats et des diplômes étrangers.

3.33 La décision concernant l'admission à l'examen est communiquée par écrit aux candidat/e/s au moins 3 mois avant le début de l'examen. Les décisions négatives indiquent les motifs et les voies de droit.

### **3.4. Frais d'examen**

3.41 Les candidat/e/s s'acquittent de la taxe d'examen lors de leur inscription. Les taxes pour l'établissement du diplôme et l'inscription au registre officiel des titulaires du diplôme, ainsi qu'une éventuelle contribution aux frais de matériel sont perçues séparément. Ces frais sont à la charge des candidat/e/s.

3.42 Les candidat/e/s qui, conformément au ch. 4.2, se retirent dans le délai autorisé ou doivent se retirer de l'examen pour des raisons valables ont droit au remboursement du montant payé, déduction faite des frais occasionnés.

3.43 L'échec à l'examen ne donne droit à aucun remboursement.

3.44 Pour les candidats qui répètent l'examen, le montant de la taxe d'examen est fixé au cas par cas par la commission d'examen, compte tenu du nombre d'épreuves répétées.

3.45 Les frais de déplacement, de logement, de subsistance et d'assurance pendant la durée de l'examen sont à la charge des candidat/e/s.

## **4. ORGANISATION DE L'EXAMEN**

### **4.1 Convocation**

4.11 L'examen a lieu si, après sa publication, le nombre minimum suivant de candidat/e/s remplissent les conditions d'admission :  
- en langue allemande: 25 candidat/e/s ;

- en langue française : 8 candidat/e/s ;
- en langue italienne : 3 candidat/e/s ;

- 4.12 Les candidat/e/s sont convoqués 30 jours au moins avant le début de l'examen écrit et 15 jours au moins avant l'examen oral. La convocation comprend :
- a) le programme d'examen, avec indication du lieu, de la date, de l'heure des épreuves, ainsi que des moyens auxiliaires autorisés dont les candidat/e/s sont invités à se munir ;
  - b) la liste des expert/e/s à l'examen
- 4.13 Toute demande de récusation d'un/e expert/e doit être motivée et adressée à la commission d'examen 7 jours au moins avant le début de l'examen. La commission prend les mesures qui s'imposent.

## **4.2 Retrait**

- 4.21 Les candidat/e/s peuvent annuler leur inscription jusqu'à 4 semaines avant le début de l'examen. Les directives renseignent sur les remboursements éventuels.
- 4.22 Passé ce délai, le retrait n'est possible que si une raison valable le justifie. Sont notamment réputées raisons valables :
- a) la maternité ;
  - b) la maladie et l'accident ;
  - c) le décès d'un proche ;
  - d) le service militaire, le service de protection civile ou le service civil imprévu ;
- 4.23 Le retrait doit être communiqué sans délai et par écrit à la commission d'examen, avec pièces justificatives.

## **4.3 Non-admission et exclusion**

- 4.31 Les candidat/e/s qui, en rapport avec les conditions d'admission, donnent sciemment de fausses informations ou tentent de tromper la commission d'examen de toute autre manière ne sont pas admis à l'examen.
- 4.32 Est exclu de l'examen quiconque
- a) utilise des moyens auxiliaires non autorisés ;
  - b) enfreint gravement la discipline de l'examen ;
  - c) tente de tromper les expert/e/s ;
  - d) ne rend pas le mini-mémoire de diplôme dans le délai imparti.
- 4.33 La décision d'exclure un candidat de l'examen appartient à la commission d'examen. Le candidat a le droit de passer l'examen sous réserve jusqu'à ce que la commission d'examen ait arrêté une décision formelle.

## **4.4 Surveillance de l'examen et expert/e/s**

- 4.41 Au moins une personne compétente surveille l'exécution des travaux d'examen écrits. Elle consigne ses observations par écrit.
- 4.42 Deux expert/e/s au moins évaluent les travaux d'examen écrits; ils s'entendent sur la note à attribuer.
- 4.43 Deux expert/e/s au moins procèdent aux examens oraux, prennent des notes sur

l'entretien d'examen et sur le déroulement de celui-ci, apprécient les prestations fournies et s'entendent sur la note à attribuer.

- 4.44 Les expert/e/s se refusent s'ils ont des liens de parenté avec le/la candidat/e ou s'ils sont ou ont été ses supérieurs hiérarchiques ou ses collaborateurs.
- 4.45 Les membres du corps enseignant qui donnent des cours de préparation, des cours de répétition ou des cours intensifs en vue de l'examen ne sont pas admis comme expert/e/s dans ces épreuves.

#### 4.5 Clôture et séance d'attribution des notes

- 4.51 La commission d'examen décide de la réussite ou de l'échec des candidat/e/s lors d'une séance subséquente à l'examen. La personne représentant l'OFFT est invitée suffisamment tôt à cette séance.
- 4.52 Les expert/e/s se refusent lors de la prise de décision sur l'octroi du diplôme s'ils sont enseignants aux cours préparatoires, s'ils ont les liens de parenté avec le/la candidat/e ou s'ils sont ou ont été supérieurs hiérarchiques ou collaborateurs de celui-ci/celle-ci.

### 5. EXAMEN

#### 5.1 Epreuves d'examen

- 5.11 L'examen comporte les épreuves suivantes d'égale pondération et sa durée se répartit comme suit :

Epreuve d'examen	Durée		
	Oral	Écrit	Total
1. Économie politique	25 min.	-	25 min.
2. Économie d'entreprise/ Calcul des coûts/ Établissement du budget	-	60 min.	60 min.
3. Statistique de marketing/ Études de marchés/ Contrôle de l'impact publicitaire	-	90 min.	90 min.
4. Marketing	-	240 min.	240 min.
5. Communication intégrée / Communication de marketing	-	240 min.	240 min.
6. Mini-mémoire de diplôme  Présentation du mini-mémoire de diplôme  Questions et discussion sur le mini-mémoire de diplôme  Entretien professionnel sur la communication intégrée, la communication de marketing, le marketing direct, la promotion des	15 min.  20 min.  10 min.	*(3 ½ mois)	45 min.

	ventes, le marketing événementiel etc.			
7.	Médias		120 min.	120 min.
8.	Promotion des ventes/ Marketing direct Marketing événementiel / Sponsoring / Multimédias		120 min.	120 min.
9.	Relations publiques / Relations avec les investisseurs		90 min.	90 min.
10.	Droit	25 min.	-	25 min.
	<b>Total</b> <i>*(temps d'examen effectif, sans le mini-mémoire de diplôme)</i>	95 min. = 1.5 h.*	960 min. = 16 h.*	1055 min. = 17.5 h.*

5.12 Chaque épreuve peut être subdivisée en points d'appréciation. La commission d'examen définit ces subdivisions.

## 5.2 Exigences posées à l'examen

Les dispositions détaillées concernant l'examen final figurent dans les directives relatives au règlement d'examen au sens du ch. 2.21 let. a.

## 6. ÉVALUATION ET ATTRIBUTION DES NOTES

### 6.1 Dispositions générales

L'évaluation de l'examen et des épreuves d'examen est basée sur des notes. Les dispositions des ch. 6.2 et 6.3 du présent règlement d'examen sont applicables.

### 6.2 Évaluation

6.21 Une note entière ou une demi-note est attribuée pour les points d'appréciation conformément au ch. 6.3.

6.22 La note d'une épreuve est la moyenne des notes des points d'appréciation. Elle est arrondie à la première décimale. Si le mode d'appréciation permet de déterminer directement la note d'une épreuve sans passer par les points d'appréciation, la note de l'épreuve est attribuée conformément au ch. 6.3.

6.23 La moyenne (pondérée) des notes des épreuves d'examen donne la note globale. Elle est arrondie à la première décimale.

### 6.3 Notation

Les prestations des candidat/e/s sont évaluées par des notes échelonnées de 6 à 1. Une note supérieure ou égale à 4 désigne une prestation suffisante. Hormis les demi-notes, les notes intermédiaires ne sont pas admises.



## **6.4 Conditions de réussite de l'examen et de l'octroi du diplôme**

6.41 L'examen est réussi si

- a) la note globale obtenue est au moins de 4,0 et que
- b) dans au maximum une des 4 épreuves principales, à savoir marketing, communication intégrée / communication de marketing, mini-mémoire de diplôme et médias, la note n'est inférieure à 4,0 ;
- c) la note obtenue n'est inférieure à 4,0 que dans deux autres épreuves ;
- c) dans aucune des épreuves la note n'est inférieure à 2,5.

6.42 L'examen est considéré comme non réussi si le candidat ou la candidate

- a) ne s'est pas désisté/e à temps ;
- b) ne s'est pas présenté/e et ne donne pas de raison valable ;
- c) s'est retiré/e après le début de l'examen sans raison valable ;
- d) a été exclu/e de l'examen.

6.43 La commission d'examen décide de la réussite de l'examen uniquement sur la base des prestations fournies par le/la candidate. Le diplôme fédéral est décerné aux candidat/e/s qui ont réussi l'examen.

6.44 La commission d'examen délivre à chaque candidat/e un certificat d'examen qui contient au moins les indications suivantes :

- a) les notes des différentes épreuves d'examen et la note globale de l'examen ;
- b) la mention de réussite ou d'échec ;
- c) les voies de droit, si le diplôme est refusé.

## **6.5 Répétition**

6.51 Le/La candidat/e qui échoue à l'examen est autorisé/e à le repasser à deux reprises.

6.52 Les examens répétés ne portent que sur les épreuves dans lesquelles le/la candidat/e n'a pas obtenu au moins la note 5,0 lors du premier examen.

6.53 Les conditions d'inscription et d'admission sont les mêmes que pour le premier examen.

## **7. DIPLÔME, TITRE ET PROCÉDURE**

### **7.1 Titre et publication**

7.11 Le diplôme fédéral est délivré par l'OFFT à la demande de la commission d'examen et porte la signature de la direction de l'OFFT et du/de la président/e de la commission d'examen.

7.12 Les titulaires du diplôme fédéral sont autorisés à porter le titre protégé de:  
Responsable de la communication diplômée / Responsable de la communication diplômé  
Responsabile della comunicazione diplomata / Responsabile della comunicazione diplomato  
Diplomierte Kommunikationsleiterin / Diplomierter Kommunikationsleiter

- 7.13 La traduction anglaise recommandée est « Head of communications with Advanced Federal Diploma of Professional Education and Training » (with Advanced Federal PET Diploma).
- 7.14 Les noms des titulaires de diplômes sont inscrits dans un registre tenu par l'OFFT.
- 7.15 Quiconque a obtenu dans le passé le diplôme de chef de publicité ou de Conseil en communication est habilité à porter ce titre selon l'art. 7.12. Il ne sera pas établi de nouveau diplôme.

## **7.2 Retrait du diplôme**

- 7.21 L'OFFT peut retirer tout diplôme obtenu de manière illicite. La poursuite pénale est réservée.
- 7.22 La décision de l'OFFT peut être déférée au Tribunal administratif fédéral, dans les 30 jours suivant sa notification.

## **7.3 Voies de droit**

- 7.31 Les décisions de la commission d'examen concernant la non-admission à l'examen ou le refus du diplôme peuvent faire l'objet d'un recours auprès de l'OFFT dans les 30 jours suivant leur notification. Le recours doit comporter les conclusions et les motifs du recourant.
- 7.32 L'OFFT statue en première instance sur le recours. Sa décision peut être déférée au Tribunal administratif fédéral dans les 30 jours suivant la notification.

## **8. COUVERTURE DES FRAIS D'EXAMEN**

- 8.1 Sur proposition de la commission d'examen, l'organe responsable fixe le montant des indemnités versées aux membres de la commission d'examen et aux expert/e/s.
- 8.2 L'organe responsable assume les frais d'examen dans la mesure où ceux-ci ne sont pas couverts par la taxe d'examen, la subvention fédérale ou d'autres ressources.
- 8.3 Conformément aux directives, la commission d'examen remet, après la tenue de l'examen, un compte de résultats détaillé à l'OFFT qui déterminera, sur cette base, le montant de la subvention fédérale accordée pour l'organisation de l'examen.

## **9. DISPOSITIONS FINALES**

### **9.1 Abrogation du droit en vigueur**

Le règlement du 26 avril 2001 concernant l'examen professionnel de conseil en communication est abrogé.

### **9.2 Dispositions transitoires**

Les candidat/e/s qui ont échoué à l'examen en vertu du règlement du 26 avril 2001 ont la

possibilité de le répéter une première fois et, le cas échéant, une seconde fois jusqu'en 2010.

### **9.3. Entrée en vigueur**

Le présent règlement d'examen entre en vigueur avec effet rétroactif au 01.09.2009.

## **10. ADOPTION DU RÈGLEMENT**

Zurich, le .....

Lausanne, le .....

**Publicité Suisse PS**

**Fédération romande de publicité  
et de communication - FRP**

**Le Président:**

Carlo Schmid-Sutter

**Le Président:**

F. Besençon

**La Directrice:**

Ursula Gamper

**Le Secrétaire général:**

Alfred Haas

Le présent règlement d'examen est approuvé.

Berne, le.....

**Office fédéral de la formation professionnelle et de la technologie**

La Directrice :

Ursula Renold