

FIDUCIAIRE|SUISSE

Concept de communication

Adopté lors de la séance de la direction du 07.11.2018

Par souci de simplification, l'usage du genre masculin a été adopté pour l'ensemble du texte.

1. Tâche de de la communication

La perception extérieure de FIDUCIAIRE|SUISSE en tant qu'association professionnelle représente plus que la somme de ses éléments de communication. L'image globale est essentielle pour la réputation de l'Union. Et ainsi de sa crédibilité en tant que principal représentant des fiduciaires PME, d'association professionnelle déterminante pour la formation dans le domaine de la fiducie, de partenaire reconnu des milieux politiques, économiques et de la société ; et également en tant que garant fiable de service de grande qualité. Une plus grande visibilité est requise. En clair : un travail de relation publique offensif, ciblé et étendu est nécessaire.

FIDUCIAIRE|SUISSE a le devoir d'informer en temps utile ses membres des développements techniques mais aussi des mesures de nature réglementaire et politique. Les nouvelles offres de formation doivent être communiquées de manière ciblée et la relève doit être encouragée. Pour ses membres et leurs clients, FIDUCIAIRE|SUISSE veut intervenir là où les décisions sont prises. L'Union s'engage pour des conditions cadres optimales dans le domaine économique et politique ainsi que pour un environnement économique favorable. Pour cela il s'avère nécessaire de soigner l'image de l'Union pour créer la confiance et pour obtenir un pouvoir de négociation fort. FIDUCIAIRE|SUISSE veut se faire remarquer de manière ferme mais pertinente, au bon moment, dans le bon temps avec les instruments adéquats.

Cela implique une étroite collaboration avec les sections. Car elles sont plus proches de l'action, disposent de spécialistes qualifiés et entretiennent des réseaux intéressants. L'avantage stratégique de la communication de FIDUCIAIRE|SUISSE réside dans sa structure d'organisation. D'une part, FIDUCIAIRE|SUISSE est étroitement liée aux sections cantonales et dispose ainsi d'une ligne de communication jusqu'à la base. D'autre part, les membres de FIDUCIAIRE|SUISSE sont actifs en tant que conseillers auprès de plus de 300'000 PME, ce qui permet d'utiliser la communication d'entrepreneur à entrepreneur dans toute la Suisse. L'échange interne entre et avec les sections est donc une tâche centrale de FIDUCIAIRE|SUISSE.

2. Mandat

Le présent concept de communication sert de ligne directrice pour toutes les sections et tous les instituts qui sont actifs dans le cadre de l'Union . Les mesures de communication doivent être coordonnées dans les limites du raisonnable, afin d'obtenir une large diffusion des messages. Par conséquent :

FIDUCIAIRE|SUISSE vise un leadership thématique dans ses domaines de compétences. Elle se positionne comme le « numéro 1 » des « conseillers des PME suisses ».

FIDUCIAIRE|SUISSE est l'instance déterminante pour le renforcement et le développement positif du profil professionnel. Grâce à un travail de relation publique offensif et permanent l'image des fiduciaires est renforcée. Le changement professionnel doit être accompagné à la lumière de la numérisation pour éveiller l'intérêt des personnes diplômées qualifiées pour un métier moderne avec perspectives. Dans le domaine fiduciaire, FIDUCIAIRE|SUISSE communique les possibilités de formation et de perfectionnement, s'engage pour la promotion de la relève et favorise un profil professionnel moderne et attractif. Dans le cadre de sa communication FIDUCIAIRE|SUISSE mise également sur la collaboration avec les institutions partenaires dans le secteur de l'éducation.

FIDUCIAIRE|SUISSE fournit à ses membres des informations sur les affaires politiques pertinentes pour l'Union, se fait entendre auprès des instances de décisions politiques et administratives, et représente ainsi ses membres activement envers la politique, l'économie et la société.

3. Analyse de l'environnement

3.1. Modifications du profil professionnel

Aucun défi ne modifie autant le visage du métier fiduciaire que la numérisation. Des volumes de données sont évalués promptement et les risques saisis plus rapidement, les contrôles aléatoires classiques des factures sont remplacés de plus en plus par l'analyse numérique des processus et des données. Dans le même temps, la situation concurrentielle se modifie car les entreprises ne dépendent plus des spécialistes de contrôle. D'autres branches comme les banques ou même les entreprises informatiques se bousculent sur le marché.

Les fiduciaires sont toujours recherchés pour interpréter les données obtenues. Mais ils doivent avoir plus de connaissance en informatique. Et ils doivent devenir anticonformiste et se transformer en fournisseur de solution. Cela requiert des fiduciaires plus de compétences sociales, une volonté de dialogue ainsi qu'une compréhension de l'entreprise. On désigne le fiduciaire de plus en plus comme un « coach ».

Le changement de l'image de la profession nécessite des explications vis-à-vis des tiers. Ils doivent être informés des tâches que les entreprises fiduciaires effectuent et quelles sont leurs compétences.

3.2. Pénurie de main d'œuvre qualifiée

La branche fiduciaire est particulièrement menacée par la pénurie de main-d'œuvre, et cela dans toutes les régions (cf. indice de pénurie de main-d'œuvre de l'Université de Zurich 2018). Les jeunes ne sont pas assez à choisir cette profession. Avec le changement du profil de la profession naissent des incertitudes sur les perspectives d'avenir mais également de nouvelles chances. Il s'agit d'amener l'image positive des fiduciaires suisses dans le futur numérique afin d'éveiller l'intérêt des personnes diplômées qualifiées pour un métier moderne et exigeant.

La qualité de la formation professionnelle est l'élément de réputation le plus important pour l'Union. Il faut constamment informer le public-cible des nouveaux projets pour promouvoir la formation initiale et continue. FIDUCIAIRE|SUISSE est l'instance de transmission déterminante en ce qui concerne le renforcement et le développement d'un profil professionnel positif.

3.3. Environnement politique / réglementation

Avec l'augmentation des réglementations dans la branche fiduciaire, les exigences posées à la profession s'accroissent. FIDUCIAIRE|SUISSE, l'association professionnelle la plus importante pour les fiduciaires PME, s'engage pour des conditions cadres pertinentes et équilibrées. Cela exige d'influer d'une manière ciblée sur les décideurs politiques et administratifs, de collaborer étroitement avec les membres et de sensibiliser le grand public à nos préoccupations. A cet effet, FIDUCIAIRE|SUISSE entretient les contacts avec les médias politiques et la collaboration avec ses partenaires d'alliance.

3.4. Paysage médiatique

Seul celui qui se présente aux médias avec le bon contenu et qui communique adroitement et activement avec ces derniers est perçu sérieusement et durablement par le grand public et les parties prenantes ciblées. Une perception de qualité contribue au respect à l'acceptation.

Le paysage médiatique suisse est actuellement soumis à un processus de concentration. La réduction des rédactions, la concentration des organes de publication (print, TV/radio, en ligne) entre les mains de quelques éditeurs et l'accélération de la coopération rédactionnelle laissent de moins en moins de place pour le travail médiatique classique. En même temps la demande d'un journalisme de qualité augmente à nouveau dans le grand public. Les exigences du travail médiatique se sont, pendant ce temps, modifiées à cause des médias sociaux. Les réseaux sociaux deviennent de plus en plus important dans le cadre de la communication interne et externe. Ils sont de plus en plus incontournables, ils gagnent même encore en importance. Pour rester dans la course il faut être présent sur les réseaux sociaux, chercher le dialogue et ne pas craindre le débat public.

4. Stratégie et principes de communication

4.1. Principes

Nous considérons un **Corporate Design unique** comme un élément important de l'image de FIDUCIAIRE|SUISSE vers l'extérieur.

Nous transmettons des **messages de personnalités d'une crédibilité élevée, càd. avec des compétences sociales et professionnelles** reconnues. Le Président de l'Union centrale s'exprime en premier lieu sur des questions stratégiques d'importances nationales. Il représente l'Union envers le public. Le Président, ou une personne désignée, s'exprime publiquement sur des questions opératives politiques. Les réponses aux questions techniques sont données publiquement par des personnes compétentes.

Nous communiquons vers l'extérieur en **permanence** et nous portons attention à la surcharge d'informations pour les parties prenantes. Le travail personnel à l'arrière-plan avec les médias clés et leurs représentants est entretenu. De plus nous mettons l'accent sur le plan quantitatif comme sur le plan qualitatif sur une orientation thématique de nos messages principaux.

Nous favorisons le **transfert des connaissances** dans notre branche grâce à des publications conçues pour notre public cible. Pour cela nous collaborons étroitement avec les instituts et veillons à l'échange avec les sections.

En interne, nous informons en permanence nos organes et nos sections de membres de manière objective et directe sur les évolutions importantes de FIDUCIAIRE|SUISSE. Nous rédigeons des documents de base et de positionnements sur les thèmes importants.

En cas de **crise** nous communiquons rapidement de manière objective, ouverte et honnête. Le but principal est d'éviter ou de limiter un dommage pour l'Union ou de ses membres et de maintenir ou rétablir la confiance.

4.2. Messages

L'accent est mis sur les messages suivants:

La profession de fiduciaire est métier moderne et créatif dans le monde numérisé. Les activités de conseil et de services sont au premier plan et demandent un haut niveau de compétences sociales, d'expertise, de flexibilité et une approche non conformiste. Le fiduciaire exerce de plus en plus une fonction de coach pour les PME.

Les fiduciaires sont des spécialistes indispensables pour les PME. Toutes les activités économiques, financières et sociales doivent être orientées sur la promotion et le maintien d'une place de service suisse concurrentielle. Les redevances, taxes et impôts doivent être revus à la baisse

Presque un demi-million de PME profitent des services des fiduciaires. La branche fiduciaire suisse assume dans une large mesure une responsabilité économiques et civique. Elle constitue un facteur essentiel dans le développement et le renforcement de la place financière et du centre de service.

La branche fiduciaire offre aux personnes diplômées qualifiées une perspective professionnelle attractive et un regard unique sur les différents secteurs et les entreprises. La branche fiduciaire offre des places de travail sûres et la possibilité de se développer jusqu'à l'expertise et l'accompagnement d'entreprises actives au niveau international.

5. Groupes de dialogue principaux

Pour sa communication FIDUCIAIRE|SUISSE identifie les groupes cibles essentiels suivants:

- Les membres des sections ou plus particulièrement des membres jusqu'à la base
- Les membres potentiels
- La politique: le Conseil fédéral, les parlementaires, les associations
- L'administration: les autorités fédérales et le cas échéant les autorités cantonales
- Le public ou plus particulièrement les votants
- L'économie : les associations professionnelles, les PME et les organisations partenaires
- Les médias: spécialisés, économiques, quotidiens, nationaux comme régionaux pertinents
- Les experts (dans le secteur fiduciaire et de l'audit) et les collaborateurs des membres.

Relève potentielle et leurs influenceurs (parents, enseignants, conseillers en orientation professionnelle etc.)

6. Instruments

6.1.1. Site internet

Le site internet de l'Union est la première source d'information pour les personnes intéressées, les membres potentiels, les clients et les médias. Il est d'autant plus important d'avoir une présence sur le web qui soit de qualité, attractif, homogène et axée sur les groupes cibles. La présence en ligne de FIDUCIAIRE|SUISSE est la carte de visite de l'Union. Elle doit atteindre divers groupes-cibles, informer et présenter les produits. Les sites de l'Union centrale, des sections et des Instituts doivent être coordonnés mais sont gérés de manière autonome. Une bibliothèque qui donne accès à des documents électroniques et des aides au travail doit être développée à long terme. Une étroite collaboration entre la présence online et les médias sociaux favorise la propagation des informations et doit générer plus de trafic sur le site.

6.1.2. Travail médiatique

Grâce à un travail médiatique ciblé FIDUCIAIRE|SUISSE doit pouvoir maximaliser son impact politique, sa capacité d'argumentation, sa force de conviction et sa marge de manœuvre.

Elle doit être considérée comme un interlocuteur compétent et de confiance par les médias

Pour l'Union, le travail médiatique est un point essentiel de la stratégie de la communication. C'est pourquoi FIDUCIAIRE|SUISSE accorde une grande importance au développement et à l'entretien du réseau médiatique.

Les articles spécialisés sont d'une grande importance. Ils servent au transfert du savoir entre les membres et au sein de la branche, au renforcement de l'image auprès des clients, du public ainsi qu'auprès de membres potentiels ainsi que de la transmission des compétences à l'intention des milieux politiques.

6.1.3. Médias sociaux

FIDUCIAIRE|SUISSE tient compte de la tendance de délocalisation partielle du comportement de communication des groupes cibles vers les plateformes électroniques, en particulier en remaniant sa présence internet, ainsi qu'en utilisant ses propres plateformes de réseaux sociaux.

Une stratégie et de la créativité sont nécessaires pour se distinguer des nombreux contenus diffusés à l'aide des médias sociaux. Par exemple le storytelling, mais aussi en prenant soin du réseau multimédia.

7. Moyens et canaux

Moyen de communication	Mode de parution	Membres	Membres potentiels	Politique	Administration	Public	Économie	médias	Experts	Relève potentielle
------------------------	------------------	---------	--------------------	-----------	----------------	--------	----------	--------	---------	--------------------

6.1. Manifestations

Assemblée des membres	1x par année	X								
Conférence d'hiver USAM, Klosters Groupe parlementaire Fiduciaire Groupe parlementaire USAM Coordination des réunions <ul style="list-style-type: none"> • EXPERTsuisse • Ecole et des organismes responsables • Allianz réflexion suisse 	1 à 2x par année			X			X			
Réunions spéciales FJS: organisation de réunions traitant de thème actuel pour les membres et les personnes extérieures intéressées	Si nécessaire	X	X	X	X	X	X	X	X	X

6.2. Site internet

Internet: site internet actuel et moderne pour toute l'organisation www.fiduciaresuisse.ch .	En permanence	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Extranet: accès exclusif des sections via l'extranet sous www.fiduciaresuisse.ch ; garantir les compétences informationnelles (archive)	En permanence	X								

6.3. Publications

Moyens de communication	Fréquence de parution	Membres	Membres potentiels	Politique	Administration	Public	Économie	médias	experts	Relève potentielle
TREX: organe spécialisé, garantit la transmission du savoir et créateur d'identité pour la branche fiduciaire suisse.	6x année	X	X				X		X	X
IN PUT: envoyé en annexe du TREX. Garanti la transmission des informations de l'Union, consiste à satisfaire les besoins en communication des instituts.	6x année	X	X							
NEWS FLASH Informations de l'Union centrale destinées aux membres des sections	12x année	X	X			X				X
UP DATE Informations que les membres de F S peuvent envoyer, en leur nom, à leurs clients	3x année	X		X						
POLIT FLASH Avant-papier sur les objets de la session et recommandations de votes de FIDUCIAIRE SUISSE	4-5x année	X		X	X		X	X		
FIDUCIAIRE SUISSE rapport annuel: en plus d'un rapport également utilisé comme d'une publication promotionnelle et un instrument de lobbying. Au premier plan se trouve des aspects innovants de la branche fiduciaire et des thèmes politiques importants de F S	1x année	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Documents de fond: définition de la position de FIDUCIAIRE SUISSE concernant des thèmes spécifiques à la branche.	En permanence	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Prise de position: définition de la position politique de F S	En permanence	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Moyens de communication	Fréquence de parution	Membres	Membres potentiels	Politique	Administration	Public	Économie	médias	experts	Relève potentielle
Procédures de consultation: prises de position sur la législation politique, qui obtiennent grâce à la diffusion médiatique un poids supplémentaire.	En permanence	X		X	X		X	X		
Publications: aides et informations pour les membres	Si nécessaire	X	X	X	X	X	X	X	X	X

6.4. Travail médiatiques

Communiqués de presse: en lien avec l'actualité et axé sur des thématiques précises	En permanence							X		
Discussions avec la presse : large éventail de thèmes politiques et économique, au besoin participation des sections membres (profit en faveur des membres et fidélisation)	Si nécessaire							X		
Contacts avec les médias: déclarations aux médias, discussion personnelle avec des représentants des médias et des discussions de fond	En permanence							X		
Articles techniques: utilisation d'articles techniques des sections et des instituts ainsi que du TREX dans d'autres médias, diffusion en Suisse et via les médias sociaux.	En permanence		X				X	X	X	X

6.5. Lobbying

Groupe parlementaire fiduciaire : séances d'informations et rencontre face à face avec les parlementaires.	En permanence, si nécessaire			X	X				X	
---	------------------------------	--	--	---	---	--	--	--	---	--

Moyens de communication	Fréquence de parution	Membres	Membres potentiels	Politique	Administration	Public	Économie	médias	experts	Relève potentielle
Services pour les parlementaires : Ghostwriting, formulation d'interventions parlementaires	En permanence, si nécessaire			X	X					
Rencontres institutionnalisées : conseillers fédéraux, conseillers d'Etat, offices fédéraux, association suisse des banquiers, partenaires sociaux etc.	Si nécessaire			X	X		X			
Exposés, participation à des discussions, des débats : en particulier concernant des thèmes fiduciaires actuels et dans le cadre de la formation de l'opinion publique / votation etc.	En permanence	X	X	X	X	X	X	X	X	X

6.6. Médias sociaux

Facebook Partager des contenus visuel (formation continue, events, etc.)	En permanence	X	X			X			X	X
Twitter Pour propager des prises de position, des communications aux médias des articles techniques, etc.	En permanence	X	X	X	X	X		X	X	X
LinkedIn Pour propager des informations intéressantes, pour les milieux spécialisés, pour les (futurs) collaborateurs des membres etc.	En permanence	X	X			X	X	X	X	X

Xing Pour propager des informations intéressantes, pour les milieux spécialisés, pour les (futurs) collaborateurs des membres etc.	En permanence	X	X			X	X	X	X	X
Moyens de communication	Fréquence de parution	Membres	Membres potentiels	Politique	Administration	Public	Économie	médias	experts	Relève potentielle
Blog Diversité: essayer diverses formes et auteurs. Des thèmes actuels, des opinions, des impressions	2-4x mois	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Wikipedia Informations concernant l'Union et ses sections et instituts (activités, organisation, contexte historique)	Si nécessaire	X	X			X		X		

7. Organisation de la communication

7.1. Communication interne

7.1.1. Responsables de la communication

« Groupe de travail communication » (CommComm)

- Tâches/projets
- Membres
- Flux d'information vers l'extérieur

Personnes responsables de l'Union centrale

- Tâches/projets
- Compétences

Personnes responsables des sections

- «Single Point of Contact» (SPOC)
- Chaque section désigne une personne
- Tâches/compétences

Personne responsable Instituts

- SPOC
- Désigner une personne
- Tâches/compétences

7.1.2 Collaboration Union centrale – sections – instituts

Lorsqu'elle est confrontée à des questions importantes, l'Union centrale attribue des mandats aux sections et aux instituts. L'Union centrale, les sections et les instituts échangent systématiquement des informations. Cela est garanti par la commission de la communication de l'Union centrale.

L'Union centrale coordonne les contenus pertinents au niveau national

L'Union centrale coordonne la procédure et veille à l'échange de matériel documentaire et prend en charge la traduction.

Médias sociaux

Les sections et les sections prennent soin de leurs propres comptes. Si nécessaire la coordination est effectuée par l'Union centrale. Les contenus sont conséquemment partagés, retweeter etc. (« réseau de réseaux »)

Utilisation des contacts dans les médias

Les sections et les sections prennent soin de leurs propres contacts médias et les développent. De plus les sections, les instituts et l'Union centrale mettent réciproquement à disposition leurs contacts médias.

7.2. Organisation de l'Union centrale

Flux de l'information vers l'extérieur

Le responsable de la communication de FIDUCIAIRE|SUISSE assure que tous les collaborateurs soient informés des affaires courantes, à l'aide de la communication interne et de l'information interne des collaborateurs. La cadence et les contenus sont définis par la direction et / ou une séance de coordination.

Le responsable de la communication de FIDUCIAIRE|SUISSE est responsable pour la mise en œuvre opérative du concept de la communication.

La conduite de la communication est assurée par le secrétaire général en collaboration avec les responsables des dossiers et le responsable de la communication du bureau exécutif. A cet effet, les opinions, les thèmes et les tendances sont reconnus précocement, communiqués à l'interne, respectivement des suggestions concrètes d'action sont élaborées. Sur cette base et au moyen de mesures de communication ciblées et proactives la suprématie thématique dans les questions fiduciaires est visée.

Pour planifier les mesures de communication l'Union centrale s'appuie sur les documents suivants :

- Le calendrier des publications
- Le masterplan évolutif des affaires politiques

Dans le cadre des séances de la commission de la communication, les intentions de communications des sections et des instituts sont coordonnées avec l'Union centrale.

7.3 Contrôle des mesures de communication

La présence de FIDUCIAIRE|SUISSE est surveillée en permanence par la direction avec l'aide du bureau exécutif tant en termes quantitatifs (nombre, clipping, visite dans l'internet et l'extranet) que qualitatifs (contenu). Les analyses donnent des indications sur les tendances éventuelles et les évolutions, aident à inclure des thèmes et à renforcer ses points de vue ou de les préciser et sont la base de la planification de toutes les activités de communication. Les résultats sont transmis par la commission de la communication aux sections et aux instituts.

Éditeur

Éditeur

FIDUCIAIRE | SUISSE

FIDUCIARE|SUISSE, Union Suisse des Fiduciaires
Monbijoustrasse 20, Postfach, 3001 Bern

Téléphone: 031 380 64 30, Fax: 031 380 64 31
info@fiduciairesuisse.ch, www.fiduciairesuisse.ch