

Secrétariat
Kappelergasse 14
8001 Zurich

T +41 44 211 40 11
F +41 44 211 80 18
info@ks-cs.ch

ks/cs
Kommunikation Schweiz
Communication Suisse
Comunicazione Svizzera
Communication Switzerland



Règlement

concernant

l'examen professionnel de spécialiste en communication

du 19.06.2018





Pour faciliter la lecture du document, le masculin est utilisé pour désigner les deux sexes.

Vu l'art. 28, al. 2, de la loi fédérale du 13 décembre 2002¹ sur la formation professionnelle, l'organe responsable au sens du ch.1.3 arrête le règlement d'examen suivant:

DISPOSITIONS GÉNÉRALES

1.1 But de l'examen

L'examen professionnel fédéral a pour but de contrôler de manière probante si les candidates et les candidats disposent des compétences qui sont nécessaires pour pouvoir exercer une activité professionnelle exigeante impliquant d'importantes responsabilités.

1.2 Profil de la profession

1.21 Domaine d'activité

Les spécialistes en communication exercent leurs activités dans des entreprises de toute taille en tant que collaborateurs de la direction du marketing, de la communication ou de la publicité, ou dans des agences de publicité et de communication de toute taille en tant que personnes chargées de soutenir les responsables de projet en matière de conseil à la clientèle externe. Ils participent et à la conception et au développement de stratégies et concepts de communication. Ils planifient, accompagnent et surveillent la mise en œuvre de ces stratégies et concepts et réalisent ces projets sur les plans administratif, technique et financier.

1.22 Principales compétences opérationnelles

- Participer au suivi des clients et des mandants
- (Co-)développer des stratégies et des concepts de communication
- Réaliser et produire des prestations de communication de marketing
- (Co-)planifier et réaliser d'autres instruments de communication
- Réaliser des interventions dans des médias numériques
- Planifier et mettre en œuvre l'utilisation des médias
- S'acquitter de tâches administratives (commerciales)
- Exécuter des tâches spécifiques (tâches d'ordre juridique, présentations, études de marché, etc.)
- Veiller au respect des délais et des coûts

1.23 Exercice de la profession

Outre leur participation à l'élaboration de la stratégie et du concept de communication, les spécialistes en communication planifient, en collaboration avec leurs supérieurs hiérarchiques et en équipe, les instruments de communication axés sur les objectifs comme la publicité médias, les mesures de relations publiques et de sponsoring, la communication événementielle et la participation à des foires, les projets de marketing de dialogue, les projets de promotion des ventes, ainsi que l'utilisation des médias numériques comme l'Internet et les médias sociaux, et les mettent également en œuvre.

¹ RS 412.10 Loi fédérale sur la formation professionnelle (loi sur la formation professionnelle, LFP) du 13 décembre 2002 (Etat le 1^{er} janvier 2016)





Les spécialistes en communication travaillent en équipe et sont les personnes de contact ou coordinateurs dans le cadre de projets d'études de marché, entre la conception et la réalisation, ainsi qu'entre la production des divers moyens publicitaires et leur utilisation dans les médias. Ils sont les interlocuteurs des clients externes ou des mandants internes et les conseillent du point de vue technique. Cela nécessite d'être prêt à faire face à des situations inhabituelles et à exercer ses activités selon des horaires de travail non conventionnels.

Les spécialistes en communication connaissent les différentes techniques à tous les niveaux de la création, de la réalisation, de la production et de la planification médias et savent les appliquer. Ils connaissent les possibilités et les limites du droit de la publicité et savent présenter et défendre les projets planifiés devant des clients ou des mandants internes, qu'il s'agisse de réunions internes ou externes.

Pendant la phase de réalisation et de production, les spécialistes en communication se procurent des offres auprès de partenaires internes et externes, auprès de spécialistes ainsi que de fournisseurs, et attribuent ensuite les mandats correspondants. En outre, les spécialistes en communication contrôlent l'utilisation des moyens de communication dans les médias et veillent à ce que les budgets et les délais soient respectés. Ils se procurent les autorisations requises auprès des clients ou des mandants aux différents niveaux d'exécution correspondants.

1.24 **Apport de la profession à la société, à l'économie, à la nature et à la culture**

Par leur travail, les spécialistes en communication soutiennent la communication de marketing, que ce soit directement au sein de l'entreprise ou indirectement au sein de l'agence conseil, et sont ainsi en mesure d'aider les différentes entreprises à réussir sur le plan économique.

1.3 **Organe responsable**

1.31 L'organisation du monde du travail suivante constitue l'organe responsable:

Kommunikation Schweiz / Communication Suisse / Comunicazione Svizzera / Communication Switzerland

1.32 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 brevet sont confiées à une commission d'examen. Celle-ci est composée d'une présidente ou d'un président ainsi que de huit membres nommés par le comité de KS/CS Communication Suisse pour une période 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. La présidente ou le président 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 d'examen et le met à jour périodiquement;
- b) fixe la taxe d'examen;
- 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 experts, 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 brevet;
- 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 au Secrétariat d'Etat à la formation, à la recherche et à l'innovation (SEFRI);
- 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 à un secrétariat.

2.3 Publicité / surveillance

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

- 2.32 Le SEFRI est invité suffisamment tôt à assister à l'examen et reçoit les dossiers de l'examen.

3. PUBLICATION, INSCRIPTIONS, ADMISSIONS, FRAIS D'EXAMEN

3.1 Publication

- 3.11 L'examen est annoncé publiquement dans les trois langues officielles cinq mois au moins avant le début des épreuves.

- 3.12 La publication informe au moins sur:

- a) les dates des épreuves;
- b) la taxe d'examen;
- c) l'adresse d'inscription;
- d) le délai d'inscription;
- e) 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 mention du numéro d'assurance sociale (n° AVS)¹.

3.3 Admission

3.31 Sont admis à l'examen les candidats qui peuvent justifier:

- a) d'une expérience professionnelle attestée d'au moins 2 ans dans les domaines de la communication, de la publicité, des relations publiques, du marketing, de la vente, du marketing direct ou du marketing de dialogue et qui peuvent apporter la preuve qu'ils ont suivi l'une des formations mentionnées ci-après:
 - certificat fédéral de capacité d'employé/e de commerce
 - certificat fédéral de capacité sanctionnant une formation de base d'au moins trois ans dans un métier graphique
 - certificat fédéral de capacité sanctionnant une formation de base d'au moins trois ans dans un métier de vente
 - diplôme d'une école de commerce reconnue par le SEFRI
 - diplôme d'une école de culture générale sanctionnant une formation d'au moins trois ans reconnue à l'échelle cantonale
 - maturité (tous types)
 - diplôme d'un examen professionnel supérieur dans une profession commerciale
 - diplôme d'une université ou d'une haute école spécialisée dans le domaine commercial
 - brevet fédéral de spécialiste en relations publiques, brevet fédéral de spécialiste en marketing, brevet fédéral de spécialiste de vente

ou

- b) un autre certificat fédéral de capacité, diplôme ou titre d'une haute école spécialisée ou d'une université et une expérience professionnelle attestée d'au moins 3 ans dans les domaines de la communication, de la publicité, des relations publiques, du marketing, de la vente, du marketing direct ou du marketing de dialogue.

Conformément au ch. 2.21 let. k), la commission d'examen est habilitée à décider de la reconnaissance ou de la prise en compte d'autres diplômes et prestations. La date-repère pour le calcul de la durée de l'expérience professionnelle est celle du début de l'examen. Les candidats sont admis sous réserve qu'ils se sont acquittés dans les délais impartis de la taxe d'examen selon le ch. 3.41.

3.32 Les décisions concernant l'admission à l'examen sont communiquées par écrit aux candidats au moins trois mois avant le début de l'examen. Les décisions négatives indiquent les motifs et les voies de droit.

¹ La base juridique de ce relevé est l'ordonnance sur les relevés statistiques (RS 431.012.1; n° 70 de l'annexe). La commission d'examen ou le SEFRI relève, sur mandat de l'Office fédéral de la statistique, les numéros AVS utiles à des fins purement statistiques.





3.4. Frais

- 3.41 Après avoir reçu confirmation de son admission, le candidat acquitte la taxe d'examen. Les taxes pour l'établissement du brevet et pour l'inscription de son titulaire dans le registre officiel des titulaires de brevets, ainsi qu'une éventuelle contribution pour frais de matériel sont perçues séparément. Ces frais sont à la charge du candidat.
- 3.42 Les candidats qui, conformément au ch. 4.2, se retirent dans le délai autorisé ou 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, la taxe d'examen est fixée dans chaque 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 candidats.

4. ORGANISATION DE L'EXAMEN

4.1 Convocation

- 4.11 L'examen a lieu si, après sa publication, le nombre minimum suivant de candidats remplissent les conditions d'admission:
- en langue allemande: 25 candidats;
 - en langue française: 8 candidats;
 - en langue italienne: 3 candidats;
- ou au moins tous les deux ans.
- 4.12 Les candidats peuvent choisir de passer l'examen dans l'une des trois langues officielles: le français, l'allemand ou l'italien.
- 4.13 Les candidats sont convoqués 30 jours au moins avant le début de l'examen écrit et 20 jours au moins avant l'examen oral. La convocation comprend:
- a) le programme d'examen, avec l'indication du lieu, de la date, de l'heure des épreuves et des moyens auxiliaires dont les candidats sont autorisés ou invités à se munir;
 - b) la liste des experts.
- 4.14 Toute demande de récusation d'un expert doit être motivée et adressée à la commission d'examen sept jours au moins avant le début de l'examen. La commission prend les mesures qui s'imposent.





4.2 Retrait

- 4.21 Les candidats ont la possibilité d'annuler leur inscription jusqu'à quatre semaines avant le début de l'examen.
- 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, assorti de pièces justificatives.

4.3 Non-admission et exclusion

- 4.31 Les candidats 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 du matériel ou des documents non autorisés;
 - b) enfreint gravement la discipline de l'examen;
 - c) tente de tromper les experts.
- 4.33 La décision d'exclure un candidat de l'examen incombe 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 experts

- 4.41 Au moins une personne compétente surveille l'exécution des travaux d'examen écrits et pratiques. Elle consigne ses observations par écrit.
- 4.42 Deux experts au moins évaluent les travaux écrits et les travaux pratiques. Ils s'entendent sur la note à attribuer.
- 4.43 Deux experts au moins procèdent aux examens oraux, prennent des notes sur l'entretien d'examen et sur le déroulement de l'examen, apprécient les prestations fournies et fixent en commun la note.
- 4.44 Les enseignants aux cours préparatoires, les personnes ayant des liens de parenté avec le candidat ainsi que les supérieurs hiérarchiques présents ou passés du candidat ou ses collaborateurs se refusent en tant qu'experts.





4.5 Séance d'attribution des notes

- 4.51 La commission d'examen décide de la réussite ou de l'échec des candidats lors d'une séance mise sur pied après l'examen. La personne représentant le SEFRI est invitée suffisamment tôt à cette séance.
- 4.52 Les enseignants aux cours préparatoires, les personnes ayant des liens de parenté avec le candidat ainsi que les supérieurs hiérarchiques présents ou passés du candidat ou ses collaborateurs se refusent lors de la prise de décision sur l'octroi du brevet.

5. EXAMEN

5.1 Épreuves d'examen

- 5.11 L'examen est organisé selon les épreuves et durées suivantes:

<i>Épreuve</i>		<i>Contenus</i>	<i>Durée</i>		
			<i>Oral</i>	<i>Écrit</i>	<i>Total</i>
1	Bases	- Économie politique - Économie d'entreprise - Droit de la publicité - Économie de la publicité		60 min	60 min
2	Marketing	- Bases du marketing - Études de marché - Vente/distribution		90 min	90 min
3	Communication	- Stratégie et concept de communication - Instruments de communication - Création	25 min	240 min	265 min
4	Réalisation / production	- Offline - Online - Délais, procédures, coûts	25 min	240 min	265 min
5	Médias	- Étude de médias - Stratégie/planification médias - Calcul et contrôle des coûts (médias offline/online)	25 min	240 min	265 min
Total			75 min	870 min	945 min

Épreuve 1: Bases

En ce qui concerne les bases de l'économie politique, de l'économie d'entreprise et de la conduite d'entreprise, les candidats sont tenus de comprendre des interactions simples et de les expliquer par écrit sur la base d'exemples pratiques d'actualité. Pour ce qui a trait à l'économie de la publicité, il s'agit de connaître les principales pratiques commerciales de sa propre branche et de les expliquer en les replaçant dans le contexte correct et en répondant





par écrit sur la base de questions ou d'exemples présentés. S'agissant du droit de la publicité, les candidats sont tenus de connaître les principales prescriptions et lois pertinentes du droit publicitaire et doivent être en mesure de décrire par écrit, sur la base de questions et exemples pratiques présentés, les éventuelles conséquences ou les procédures à suivre.

Épreuve 2: Marketing

La planification et l'application du marketing et de ses instruments constituent la base de la communication commerciale. Outre ces connaissances de base, il faut être en mesure, sur la base des exemples présentés, d'appliquer et de juger par écrit les possibilités d'utilisation et les évaluations provenant des études de marché ainsi que de la vente et de la distribution.

Épreuve 3: Communication

L'élaboration de l'orientation stratégique et conceptuelle constitue la base de l'application de la communication commerciale. Parmi les tâches qui en font partie figurent également la détermination et la planification du recours aux différents instruments de communication ainsi que leur mise œuvre. Les candidats doivent les expliquer par écrit à partir d'études de cas, et oralement sur la base de petits «business cases» ou d'exemples pratiques présentés.

Épreuve 4: Réalisation//production

Sur la base de directives simples ou complexes, il y a lieu de proposer des solutions de mise en œuvre des utilisations offline et online axées sur des compétences. Et ce, en recourant aussi bien au système de gestion des offres et des mandats, à la gestion des coûts et à une planification du calendrier correspondant. Par écrit à partir d'études de cas et, oralement sur la base d'exemples pratiques présentés.

Épreuve 5: Médias

Sur la base de directives simples ou complexes, il y a lieu de présenter des solutions axées sur les compétences pour la planification et le recours aux médias offline et online. Par écrit à partir d'études de cas, et oralement sur la base d'exemples pratiques présentés.

- 5.12 Chaque épreuve peut être subdivisée en points d'appréciation. La commission d'examen fixe cette subdivision et la pondération des points d'appréciation dans les directives relatives au présent règlement.

5.2 Exigences

- 5.21 La commission d'examen arrête les dispositions détaillées concernant l'examen final figurant dans les directives relatives au règlement d'examen (au sens du ch. 2.21, let. a.).
- 5.22 La commission d'examen décide de l'équivalence des épreuves ou des modules effectués dans le cadre d'autres examens du degré tertiaire ainsi que de la dispense éventuelle des épreuves correspondantes du présent règlement d'examen. Les candidats ne peuvent être dispensés des épreuves qui portent, conformément au profil de la profession, sur les compétences principales.





6. ÉVALUATION ET ATTRIBUTION DES NOTES

6.1 Généralités

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 correspondants. Elle est arrondie à la première décimale. Si le mode d'appréciation permet de déterminer directement la note de l'épreuve sans faire usage de points d'appréciation, la note de l'épreuve est attribuée conformément au ch. 6.3.
- 6.23 La note globale de l'examen correspond à la moyenne des notes des épreuves. Elle est arrondie à la première décimale.

6.3 Notation

Les prestations des candidats sont évaluées au moyen de notes échelonnées de 6 à 1. Les notes supérieures ou égales à 4,0 désignent des prestations suffisantes. Seules les demi-notes sont admises comme notes intermédiaires.

6.4 Conditions de réussite de l'examen et de l'octroi du brevet

- 6.41 L'examen est réussi si
- la note globale obtenue est au moins de 4,0 et que
 - la note n'est inférieure à 4,0 dans aucune des trois épreuves suivantes: communication, réalisation/production et médias;
 - la note obtenue dans l'épreuve relative aux bases et au marketing n'est pas inférieure à 3,0.
- 6.42 L'examen est considéré comme non réussi si le candidat
- ne se désiste pas à temps;
 - ne se présente pas à l'examen ou à une épreuve, et ne donne pas de raison valable;
 - se retire après le début de l'examen sans raison valable;
 - est exclu 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 candidat. Le brevet fédéral est décerné aux candidats qui ont réussi l'examen.
- 6.44 La commission d'examen établit un certificat d'examen pour chaque candidat. Le certificat doit contenir au moins les données suivantes:
- les notes des différentes épreuves et la note globale de l'examen;
 - la mention de réussite ou d'échec à l'examen;
 - les voies de droit, si le brevet est refusé.





6.5 Répétition

- 6.51 Le candidat qui échoue à l'examen est autorisé à le repasser à deux reprises.
- 6.52 Les examens répétés ne portent que sur les épreuves où la note minimale de 5,0 n'a pas été obtenue.
- 6.53 Les conditions d'inscription et d'admission au premier examen s'appliquent également aux examens répétés.

7. BREVET, TITRE ET PROCÉDURE

7.1 Titre et publication

- 7.11 Le brevet fédéral est délivré par le SEFRI à la demande de la commission d'examen et porte la signature de la direction du SEFRI et du président de la commission d'examen.
- 7.12 Les titulaires du brevet fédéral sont autorisés à porter le titre protégé de :
- **Spécialiste en communication avec brevet fédéral**
 - **Kommunikationsfachfrau/Kommunikationsfachmann mit eidgenössischem Fachausweis**
 - **Specialista della comunicazione con attestato professionale federale**

Traduction du titre en anglais:

- **Executive in communications, Federal Diploma of Higher Education**

- 7.13 Les noms des titulaires de brevets sont inscrits dans un registre tenu par le SEFRI.
- 7.14 Les personnes ayant acquis le brevet de technicien/ne en publicité ou de planificateur/trice en communication de marketing avant l'entrée en vigueur du présent règlement sont habilitées à porter le titre selon l'art. 7.12; il n'est pas établi de nouveau brevet.

7.2 Retrait du brevet

- 7.21 Le SEFRI peut retirer tout brevet obtenu de manière illicite. La poursuite pénale est réservée.
- 7.22 La décision du SEFRI peut être déférée dans les 30 jours suivant sa notification au Tribunal administratif fédéral.

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 brevet peuvent faire l'objet d'un recours auprès du SEFRI dans les 30 jours suivant leur notification. Le recours doit mentionner les conclusions et les motifs du recourant.
- 7.32 Le SEFRI statue en première instance sur les recours. Sa décision peut être déférée dans les 30 jours suivant la notification au Tribunal administratif fédéral.





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 experts.
- 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 relatives au présent règlement, la commission d'examen remet au SEFRI un compte de résultats détaillé au terme de l'examen. Sur cette base, le SEFRI définit 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 d'examen du 21 novembre 2008 concernant l'examen professionnel de planificateur/planificatrice en communication est abrogé.

9.2 Dispositions transitoires

Les candidats qui ont échoué à l'examen en vertu du règlement du 21 novembre 2008 ont la possibilité de le répéter une première fois et, le cas échéant, une deuxième fois jusqu'en 2021.

9.3 Entrée en vigueur

Le présent règlement d'examen entre en vigueur avec son approbation par le SEFRI.

10. ÉDICTION

Zurich, le 1^{er} janvier 2018

Kommunikation Schweiz / Communication Suisse / Comunicazione Svizzera / Communication Switzerland

Filippo Lombardi
Président

Ursula Gamper
Directrice

François Besençon
Vice-Président





Le présent règlement d'examen est approuvé.

Berne, le...19.06.2018

**Secrétariat d'Etat à la formation,
à la recherche et à l'innovation SEFRI**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'R. Hübschi', located below the official title.

Rémy Hübschi
Chef de la division Formation professionnelle et continue

