

Les entreprises de production audiovisuelles
se groupent en association

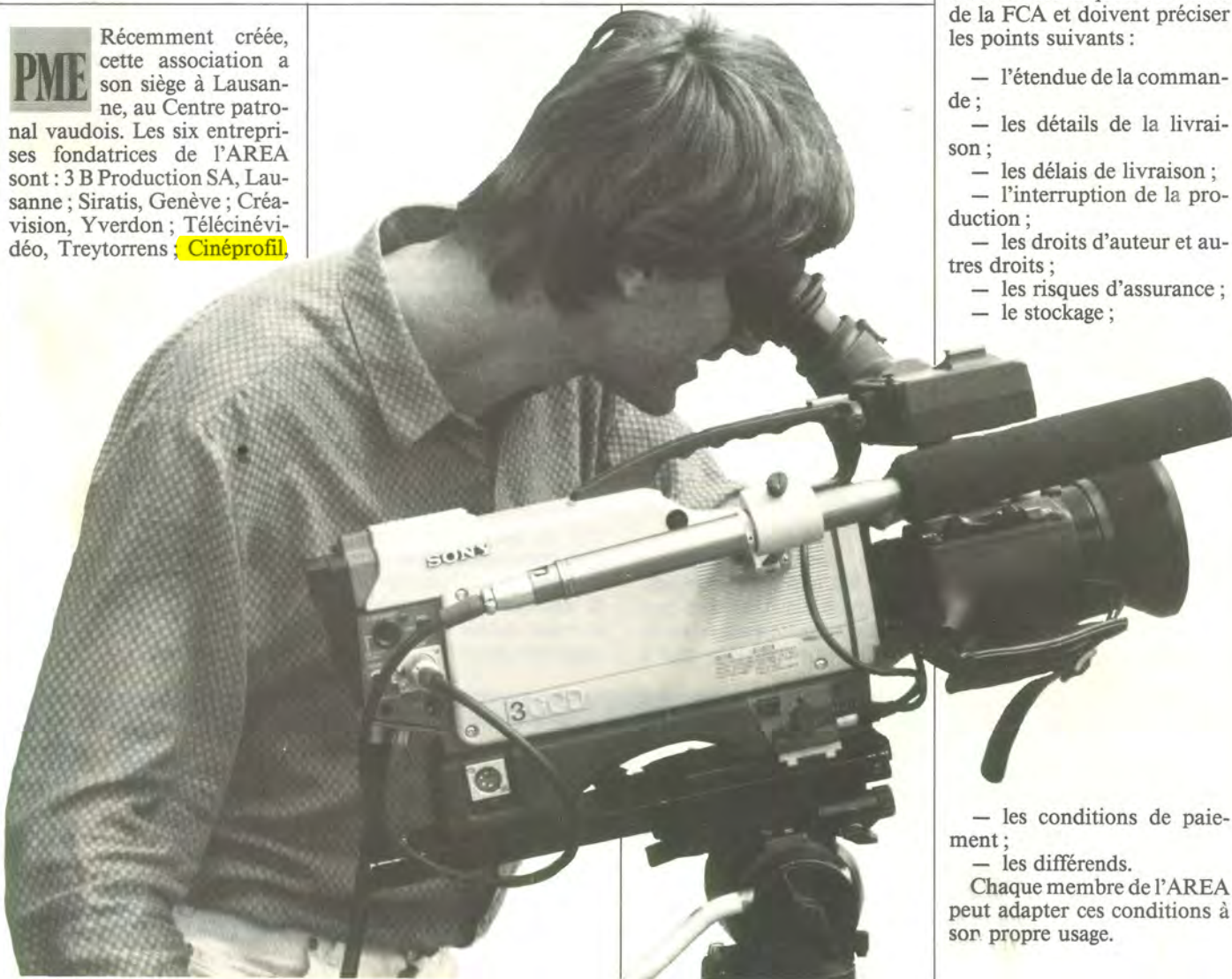
Pour un label de qualité

Six entreprises de production audiovisuelles ont décidé de se regrouper en constituant l'AREA (Association romande des entreprises de l'audiovisuel). Leur but est de développer et de renforcer l'image de la profession et de protéger leur clientèle en créant un label de qualité en matière de production.

La forte expansion du marché de la production de films d'entreprise, de formation, de publicité, de reportage, etc., a incité ceux qui en font profession à s'unir. Il est devenu nécessaire de coordonner les activités des entreprises audiovisuelles et de donner à la profession une crédibilité en établissant une déontologie professionnelle.

Peut être admise dans l'association toute entreprise qui assure à titre professionnel des prestations dans le domaine de l'audiovisuel, qui existe depuis au moins deux ans et qui correspond à la déontologie établie par l'AREA.

PME Récemment créée, cette association a son siège à Lausanne, au Centre patronal vaudois. Les six entreprises fondatrices de l'AREA sont : 3 B Production SA, Lausanne ; Siratis, Genève ; Créavision, Yverdon ; Télécinévidéo, Treytorrens ; **Cinéprofil**.



Vevey ; Studio Bellevue, Lausanne.

L'AREA a ressenti, dès sa création, le besoin d'élaborer un code de déontologie qui lie ses membres afin de donner, de la profession, une image de marque limpide. Ce code de déontologie délimite les rapports d'un membre de l'AREA avec sa clientèle, avec ses concurrents/partenaires et avec le public. Il se base évidemment sur le Code des obligations et la loi suisse.

Les rapports avec la clientèle sont définis dans les conditions générales de commande et de livraison de productions audiovisuelles que chaque membre de l'AREA doit remettre à sa clientèle. Ces conditions sont calquées sur celles de la FCA et doivent préciser les points suivants :

- l'étendue de la commande ;
- les détails de la livraison ;
- les délais de livraison ;
- l'interruption de la production ;
- les droits d'auteur et autres droits ;
- les risques d'assurance ;
- le stockage ;

- les conditions de paiement ;
- les différends.

Chaque membre de l'AREA peut adapter ces conditions à son propre usage.



La production audiovisuelle... une affaire de spécialistes.

(Photos Cinéprofil)

Les rapports avec les concurrents doivent respecter le Code des obligations relativement à la concurrence déloyale notamment. Chaque membre de l'AREA tient compte de l'intérêt de la branche audiovisuelle et de l'éthique qu'elle doit répandre. Il ne dénigrera pas ses partenaires et s'abstiendra de publicité comparative à leur égard. Il ne donnera pas d'indications inexactes sur des tiers et ne fera pas naître la confusion, notamment dans l'utilisation des standards de production et de diffusion.

Chaque membre de l'AREA communiquera les informa-

tions qui semblent être utiles à l'intérêt de la branche, notamment les concurrents qui ne respectent pas la déontologie fixée ou les clients qui représentent un danger commercial pour les tiers.

Les rapports avec le public sont primordiaux en ce sens que l'entreprise audiovisuelle doit le respecter et le considérer comme intervenant à part entière dans le processus de réalisation.

« La conception audiovisuelle fait partie de notre univers quotidien. Par son travail, l'entreprise audiovisuelle participe pour une large part à

ce que nous sommes amenés à percevoir. Dès lors, il est permis de mesurer la part importante de responsabilités qu'elle détient envers la collectivité. Et, en conséquence, le caractère déterminant de son influence au niveau de la restitution des valeurs culturelles de la société. Ainsi l'entreprise audiovisuelle, consciente de sa vocation et de ses responsabilités, ne peut se contenter d'un travail superficiel. A partir des éléments d'un mandat, elle va se livrer à un travail d'analyse approfondi des données en présence, données qu'elle devra apprécier et ordonner en fonction de

leur transcription en signes de Sa recherche communication.

va trouver son aboutissement dans la formulation audiovisuelle exprimant avec le maximum d'impact un concept, un objet, une idée. Son activité implique la collaboration avec les autres disciplines professionnelles de la communication, à savoir notamment les directeurs de marketing, les conseils en publicité et relations publiques, les producteurs, les graphistes, les compositeurs dont tous ont une part égale de responsabilités au niveau de la communication audiovisuelle. »

TIMBREX
SA

1211 Genève 1
14, rue de Bâle. Tél. 022/31 29 80
4, place Neuve. Tél. 022/28 51 95

1003 Lausanne
1, rue Mauborget. Tél. 021/22 35 01



Numéroteurs et dateurs
caoutchouc et métal



Timbres caoutchouc
Timbres préencrés



Presses à
timbrer à sec



Imprimantes
électriques

Tout pour le marquage sur bois, métal, verre, etc.