

L'AACC recommande le mode de la consultation comme règle et celui de la compétition comme exception.

Paris, le 29 mai 2024 | L'AACC (Association des Agences-Conseils en Communication) préconise de nouvelles recommandations de mise en concurrence et appelle à la responsabilité des parties-prenantes.

La relation agence/marque est primordiale dans un contexte économique et géopolitique complexe. Les agences, dans leur rôle de conseil et de création, accompagnent les marques dans leurs enjeux stratégiques et leur développement commercial local, national et international. Ces relations sont prioritaires pour l'AACC et l'Union des marques qui, ensemble, travaillent main dans la main sur leurs enjeux communs.

C'est également dans ce cadre que l'AACC est cosignataire des « Lignes de conduite pour des consultations plus responsables et attractives » dans les marchés publics de prestations de communication/ création mis en place par la Filière Communication et le Médiateur des entreprises.

Dans un monde en permacrise où les accélérations digitales générées par l'IA sont fulgurantes, la puissance de la construction d'une marque devient primordiale pour émerger. Elle s'appuie sur la création et les savoir-faire que les agences auront la capacité de mobiliser en collaboration avec leurs clients. Il est également primordial de cultiver la qualité de ce lien.

Afin d'évaluer et d'objectiver la situation en matière de compétitions en 2023, l'AACC a mandaté OpinionWay pour mener une étude, du 17 janvier au 7 mars 2024 auprès de ses membres. 40 agences y ont répondu.

Les principaux enseignements de l'enquête montrent que, si le nombre de compétitions menées reste stable, l'on observe une précarisation des relations marques-agences, un morcellement budgétaire.

Seules 33% des compétitions aboutissent à un contrat pluriannuel ;

Les compétitions à moins de 500 K€ représentent 60% du global ;

15% des compétitions sont sans suite ;

Tandis que la marge des agences consacrée aux compétitions augmente encore pour atteindre désormais 13%.

Ces indicateurs, cumulés à des chiffres encore fragiles concernant le respect des critères de compétitions (notamment l'identification des décisionnaires et la précision du budget), ont pour conséquence une destruction de valeur qui conduit les agences à refuser de participer aux compétitions. 97% d'entre elles ont refusé au moins une compétition et 40% plus de 10.

Cette dégradation n'impacte pas seulement les agences et leurs talents qui se trouvent face à un enjeu de rentabilité, elle est néfaste à l'ensemble du secteur. Le principe d'appel d'offres peut s'entendre pour des contrats pluri-annuels, mais devient délétère pour les contrats en mode projet. C'est pourquoi, l'AACC propose le format de la consultation pour les marchés ponctuels.

Ce principe, appliqué aux cabinets de conseil et largement répandu outre-Atlantique, doit devenir la norme si nous souhaitons maintenir la diversité et la richesse des propositions créatives en France.

Contact presse : Lorraine Roncin – lroncin@aacc.fr | 01 47 42 27 26

Méthodo : Échantillon de 40 agences-conseil en communication. Les interviews ont été réalisées du 17 janvier au 7 mars 2024.

AACC

ENQUÊTE COMPÉTITION

avec "opinionway"

DÉCOUVREZ LES RÉSULTATS DE L'ÉDITION 2024

L'AACC a mandaté OpinionWay pour mener un terrain auprès de ses membres afin d'évaluer le marché de la compétition en 2023. Le terrain s'est tenu auprès de 40 agences conseil et création du 17 janvier au 7 mars 2024.

CARTOGRAPHIE DES COMPÉTITIONS



1080 vs 1098 en 2021
En 2023, le nombre de compétitions à périmètre équivalent est stable



40% des compétitions à plus de 500k vs 17% en 2021.

Mais 98% des agences ont été sollicitées pour des compétitions à moins de 50k



67% des compétitions sont des contrats 'one-shot'



39% C'est le taux de succès vs **51%** en 2021

LE COÛT DES COMPÉTITIONS

Le coût moyen d'une participation à une compétition est de **32 K€**, il est de **21 550 euros** pour la tranche de moins de 100k.



13% de la part des coûts globaux des agences sont consacrés aux compétitions versus 10% en 2021



de la masse salariale est allouée aux compétitions vs 11% en 2021 et s'élève à **18%** pour les agences de -20 salariés



99 K€ c'est le coût moyen des frais et achats externes dédiés aux compétitions
Et **31K€** pour les agences de moins de 20 salariés



97% des agences ont refusé de participer au moins une fois à une compétition