

adcc

**Présentation
AACC.**

2024

À propos

L'AACC, Association des agences conseil et création est un syndicat professionnel créé en 1972. Elle représente et fédère les professionnels de la communication autour des enjeux majeurs que sont : la valeur de nos métiers, l'attractivité de nos agences et la responsabilité.

À travers un collectif mobilisé, solidaire et renforcé, l'AACC revendique son appartenance aux industries créatives et culturelles car le métier des agences, c'est la création. »

Nos missions

L'association accompagne les agences conseil et création dans leurs transformations pour faire de nos métiers une force de progrès. Porte-voix des entreprises de la communication au sein du Medef dont elle est adhérente, l'AACC siège à différentes assemblées et commissions de cette organisation.

En tant que première organisation patronale de la branche de la Publicité en termes d'entreprises, l'AACC a renforcé sa collaboration avec le Medef ces dernières années, pour conduire les grandes évolutions et négociations réglementaires et salariales à venir, qu'elles soient nationales ou européennes.

Elle assure une représentation active au service de la communication : participation à la Filière Communication et dans de nombreuses instances en France : AFDAS, ARPP, CESP, UFMD, CNS... et à l'échelon européen par le biais de l'EACA.

Tout au long de l'année, l'association organise de nombreux événements, études, publications et prises de parole pour contribuer à maintenir la reconnaissance des métiers de la communication. Elle organise notamment aux côtés l'Union des marques, le prix Effie qui a pour objectif de démontrer l'efficacité de la communication. Enfin, depuis 2009, l'AACC est le représentant officiel de festivals internationaux : Cannes Lions, Eurobest et Dubai Lynx. En ce sens, elle soumet à l'organisation une sélection de personnalités influentes et emblématiques de la créativité françaises pour juger les travaux.

Qui sommes-nous ?

L'AACC est notre maison commune.

Engagée dans la défense de la communication, elle démontre tous les jours son rôle dans la création de valeur durable, son efficacité et la conscience de sa responsabilité sociétale.

Une maison plurielle.

Elle abrite des agences différentes, par la taille comme par les métiers et les expertises, mais elle permet à tous d'échanger, de partager, de s'informer et d'imaginer l'avenir

Une maison efficace.

Elle apporte des services de qualité à tous depuis l'assistance juridique, le conseil en matière sociale jusqu'aux études qui permettent à chacun de se mesurer, de se défendre ou de se comparer.

Une maison vivante.

Elle organise ou participe aux grands temps forts de l'année, créatifs et institutionnels.

La maison de tous.

Elle parle à vos salariés et donne la parole aux jeunes.

Si vous êtes dans une agence conseil et création, l'AACC est votre maison.

Pour un dirigeant s'engager à l'AACC, c'est :

AMÉLIORER la connaissance de son univers concurrentiel,

COMPRENDRE son environnement (pairs) et ses clients (annonceurs),

ŒUVRER à la connaissance des métiers auprès des parties-prenantes,

ANTICIPER les évolutions du secteur,

MUTUALISER les idées et les moyens,

AMÉLIORER les conditions d'exercice du métier,

SE FAIRE ENTENDRE auprès des médias et instances gouvernementales,

SE METTRE EN CONFORMITÉ avec les lois et avec les exigences de la RSE.

Datas

13

Nouvelles agences

1€ = 12,5€

Investissement vs PIB

102

*Labelisées RSE Agences
Actives dont 54 membres*

+80

*Campagnes testées
Creativity is Business
Creativity for Change*

132

Agences membres

164

Personnes formées

Services permanents

INFO

*Panoramaacc
Documentation
Métiers & outils*

COM

*Visibilité/ RP
Partenariats
(jurys & tribunes)*

BUSINESS

*Conseils RSE
Alertes compétitions
La belle compétition
Études (salaires, compétitions,
branche, ...)*

JURIDIQUE

*Veilles juridiques et social
Consultations*

TALENT

*Formations
Expert Class
Relations écoles*

Nos ateliers & nos clubs

Produire et partager la réflexion sur les sujets prioritaires de nos métiers

Véritables think tanks au sein de l'association, animés par les CEO et experts de nos agences, les ateliers de l'AACC promeuvent les métiers des agences conseil et création et soulignent leur contribution économique et sociétale.

Dans une approche transversale des grandes thématiques qui animent les agences, les **ateliers** produisent des études, des événements et des outils pour valoriser le travail des agences et les doter d'outils pour les aider dans leur réflexion et leurs projets.

Il existe 6 ateliers prioritaires : Création & Valeur, Relation marque, IA & Innovation, Attractivité, RSE, Juridique.

Au sein des clubs de l'AACC, les dirigeants d'agences membres viennent pour se rencontrer, se former, s'inspirer et s'informer. Plateforme d'échange entre pairs ouverte sur l'extérieur avec des interventions d'invités experts, les clubs sont un lieu de discussion et d'inspiration autour spécificités de métier.

Les 8 clubs s'articulent autour des sujets : Création, Indépendants, Corporate & Influence, Design, Production, Santé, CX, Outre mer

Organisation de l'association

Produire

6 ateliers

Création & valeur
Relation marque
IA & innovation
Juridique
Attractivité
RSE

Échanger

*8 clubs
1 interclubs*

Création
Indépendants
Design
Production

Santé
CX
Outre-mer
Réputation & influence

2 prix majeurs organisés par l'AACC

L'AACC fait rayonner le travail des agences françaises en proposant à ses membres de participer en tant qu'experts à des événements du secteur, ou à prendre part aux jurys de compétitions prestigieuses (Cannes Lions, Effie, Eurobest, Dubai Lynx, etc).

Soutien de l'excellence créative des agences, l'AACC orchestre deux prix reconnus par le marché : EFFIE dont la 31^e édition se déroulera le 25 novembre 2024 et Empreintes, le prix de la Santé Créative dont la 27^e remise aura lieu le 17 octobre 2024.

63

*Jurés préemptés
par l'AACC*

2

*Prix organisés par
l'association :
EFFIE
EMPREINTES*

5

Chantiers prioritaires

3 chantiers prioritaires

Créativité

La création est partout dans les agences, elle impulse et irrigue leur mode de fonctionnement. Indissociable de l'efficacité de la communication, elle est synonyme de valeur et de succès pour les marques. L'AACC promeut la valeur économique et la performance business des créations et de la communication.

Attractivité

Nos agences sont ouvertes à tous les curieux et toutes les curieuses, sans prérequis car pour créer de nouveaux imaginaires, inventer la société de demain, nous devons en être le miroir. L'AACC valorise la diversité des talents et renforce l'attractivité des métiers de la communication.

Responsabilité

Consciente de la responsabilité sociale, sociétale et environnementale des agences qu'elle représente, l'AACC s'engage à les accompagner et, de facto leurs clients, dans la réduction de l'empreinte carbone, la consommation responsable, l'inclusion et la diversité.



VALEUR

Porter auprès de nos clients
et cibles BtoB l'impact business
de nos métiers.

02 Creativity is Business

Plus une campagne est créative, plus grande est son efficacité.

Plus de 80 campagnes testées, |

Un programme orchestré en partenariat avec Kantar et Media Figaro,

Une méthodologie qui évalue 3 dimensions de performance :

- **IMPACT MEDIA** : mémorisation de la campagne en lien avec la marque.
- **IMPACT COMMERCIAL** : capacité de la campagne à générer des achats de la marque dans le futur.
- **IMPACT MARQUE** : capacité de la campagne à renforcer le positionnement de la marque, sa différenciation et son sens pour les consommateurs.



02 Creativity for Change

La création permet aussi de transformer les comportements

Avec Kantar et le Figaro, l'AACC a créé Creativity for Change en adaptant la méthodologie aux campagnes à impact sociétal & environnemental

La méthodologie a été adaptée et démontre la surperformance en business aussi des campagnes à impact.

A large, bold, blue number '7' is centered within a light blue rounded square box with a dark blue border.

campagnes testées se classent parmi les meilleures campagnes pour les 4 formes d'impact (média, social, marque, commercial)

02 Procurement Day 2

La production, une révolution au cœur de la valeur.

**On mesure
une marque
à la valeur de
ses productions**

Objectif : entretenir une relation de confiance et responsable avec les marques

La 2ème matinée « Procurement Day » avec l'objectif d'expliquer nos métiers aux clients décideurs.

Dédiée aux enjeux de la production.

Plus de 40 annonceurs présents.

Thématique : la révolution de la production au travers de la multiplication des livrables et de la fulgurance de l'IA.



02 Relation agence/ annonceur

Relance du guide de la relation responsable et de la compétition responsable corédigés avec l'Union des marques.

Étude sur les compétitions avec OpinionWay pour objectiver les compétitions.

Réelle dégradation avec impact sur les talents et la rentabilité ; baisse considérable des contrats pluri-annuels.

C'est pourquoi, l'AACC propose le format de la consultation pour les marchés ponctuels.

7

*Alertes
compétitions*

15%

*Des compétitions sont
sans suite*

13%

*De la part des coûts globaux des agences sont
consacrés aux compétitions vs 10% en 2021.*

02 Relation avec les pouvoirs publics

- La Filière Communication et le ministère des Économies et des Finances
- Les Nymphéas
- La loi HATVP
- PPL recours aux cabinets conseils / PPL influenceurs
- La commission VSS
- À venir : la représentativité syndicale



Table ronde réunissant des associations du secteur de la mode : M. Pascal Morand, président exécutif de la fédération de la haute couture et de la mode (FHCM) et M. Frédéric Galinier directeur délégué, représentation professionnelle et institutionnelle ; M. Cyril Brulé, président du syndicat national des agences de



02 Et l'IA ?

L'IA poursuit son arrivée fulgurante et vient questionner les agences sur l'ensemble de leur chaîne de travail.

- Pour répondre et accompagner au mieux les agences, l'AACC a organisé une **matinale dédiée** à ce sujet dans les locaux du Monde.
- La délégation CM a mené une enquête avec OpinionWay : "**Les français et l'IA**" dont les résultats, partagés sur un LinkedIn Live qui a rassemblé 404 participants, montrent une méconnaissance et une défiance vis-à-vis de l'IA puisque 1 français sur 2 dit ne pas avoir une bonne compréhension de la manière dont l'IA fonctionne et 2 sur 3 ne lui font pas confiance pour améliorer leur expérience client.
- **3 workshops** (RH/business/juridique) qui donneront naissance à des livrables notamment juridiques et éthiques et recommandations/solutions en termes de formation et de valorisation commerciale.
- Lancement d'une ingénierie du financement avec l'AFDAS.



ATTRACTIVITÉ

Attirer les talents, améliorer l'inclusion
& la diversité au sein des agences



**Les étincelles
créatives viennent
de frictions entre
des profils très
différents**

Gilles Fichteberg Rosa Paris

02 Programme IIN

Né en 2021 avec l'association Les Déterminés et en partenariat avec l'AFDAS, le programme a pour objectif d'ouvrir les métiers de la publicité. Le programme 2023/2024 a été entièrement revu et amélioré.

En novembre 2023, la 2ème promo du programme IIN était composée de 15 jeunes. Les agences qui participent à l'édition 2024 : AUSTRALIEGAD, BETC, DDB Paris, Havas Paris, Hungry and Foolish, Madame Bovary, McCann, Ogilvy Paris, Publicis Conseil, Publicis Media, Prodigious, Rosa Paris, VML, ServicePlan.

Le dispositif a été distingué d'un Bronze aux EACA Best Practice Awards 2024.





Les métiers de communication sont partout



02 Semaine des métiers de la communication

1^{ère} édition lancée avec l'AFDAS et la Filière Communication partout en France.

Objectif : montrer la richesse des parcours possibles au sein de notre secteur.

L'AACC, l'Association nationale des communicants, l'Association Design Conseil (ADC), LÉVÈNEMENT, LEADS, Place de la Communication, le SCRIP, le SRI, l'UCC Grand Est, l'UCC Grand Sud et l'UDECAM se sont mobilisés.

240K

*Emplois directs
Et 400K indirects*

18

*Événements organisés
partout en France*

15000

*personnes touchées (étudiants, professionnels,
demandeurs d'emploi).*

La curiosité est un joli défaut

Campagne AUSTRALIEGAD

/imagine Une jolie maison dans une forêt de pains

Generate



Grâce à l'Intelligence artificielle, on peut créer des images avec des mots.

Encore faut-il avoir les bons.

Bescherelle

02 #JAO2024

Lancée en 2011, la Journée Agences Ouvertes a pour objectif d'ouvrir au plus grand nombre et inviter à la découverte des métiers des agences

En 2024 : ouverture aux agences médias et RP, de l'Udecam et du SCRP.

+80

*agences ouvertes,
partout en France*

1000

Offres de contrats aux jeunes talents



Responsabilité

Les agences, parce qu'elles sont conscientes de leur impact, sont engagées pour une communication responsable

02 Une commission mobilisée

Parce que les métiers de la communication sont des métiers d'impact, l'AACC propose, grâce à l'atelier RSE, de nombreux outils pour accompagner l'ensemble du secteur vers davantage de responsabilité environnementale et sociétale.

Cours de communication responsable

- *Téléchargé 2 269 fois.*
- *LinkedinLive en partenariat avec l'ADEME*
- *Un courrier a été adressé aux écoles*

Diversité et Inclusion

Un site dédié sorti en mars 2024

Stage pour les élèves en situation de handicap

28 élèves de 3e, 1^{er} et terminale en 2024.

Label RSE Agences actives

*102 agences-conseils en communication labélisées
dont 54 membres de l'AACC*

3 Apéros RSE :

- *20.11.23 : Les atouts du langage inclusif dans la communication*
- *30.01.24 : Contrat climat, bilan carbone*
- *10.06.24: Quels nouveaux récits inspirants pour accompagner la transition écologique*



02 Le pro bono en agence

Étude menée par l'AACC pour déterminer le niveau d'engagement des agences au travers du pro bono et du mécénat de compétences.

90%

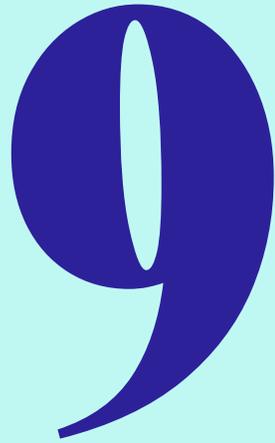
Réalisent du pro bono

10-50K

Le budget consacré à ces actions se situe majoritairement entre 10 et 50 K€ (52%)

35%

des agences pratiquent également le mécénat de compétences.



Clubs & Ateliers

Atelier Juridique

Elle offre une assistance juridique et sociale continue à ses membres (consultation RH & Juridiques, courriers compétition, ...).

Principaux textes suivis par la commission juridique ces derniers mois :

- Loi encadrant l'influence commerciale (qui va être modifiée par ordonnance)
- Proposition de loi relative à la prévention de l'exposition excessive des enfants aux écrans
- Projet de loi lutte contre l'obésité
- Projet de loi visant à sécuriser et réguler l'espace numérique (prise en compte du DMA/DSA)
- AI act

De nombreux textes sont encore attendus : décrets « loi Climat », décret « enfants influenceurs », transposition de la directive Damun...).

La commission juridique a également suivi l'actualité jurisprudentielle pertinente pour le secteur (veille trimestrielle).

Principaux travaux de la commission juridique ces derniers mois :

- Mode d'emploi de la relation contractuelle
- IA : risques juridiques et enjeux

Atelier « social »

- Télétravail & JO
- Négociations syndicales et paritaires
- Arrêt maladie et congés payés
- Revalorisation des minima sociaux
- Cartographie des métiers de la publicité
- Relations AFDAS et subventions

*Administrateurs &
Équipe permanente*

Les administrateurs



**Hélène
Berekbaum
de Prins**

McCann



**Mayada
Boulos**

Havas Paris



**Agathe
Bousquet**

Publicis Groupe France



**Fabrice
Conrad**

Havas Paris



**Odile
Finck**

Action d'Éclat



**Carole
Giroud**

Serviceplan Groupe France



**David
Leclabart**

AUSTRALIEGAD



**Gautier
Picquet**

Publicis Groupe France



**Mathieu
Plassard**

Ogilvy Paris



**Bertille
Toledano**

BETC

Les administrateurs - suite



**Hervé
Brasselet**

Parties Prenantes



**Lionel
Curt**

Mnstr



**Lionel
Damm**

OP1C



**Fabienne
Hennequin**

DDB Health



**Juliette
Mutel**

Babel



**Matthieu
Reinartz**

Hungry & Foolish



**Vincent
Reynaud-Lacroze**

We are social



**Christopher
Thiery**

Prodigious



**Olivier
Vigneaux**

BETC Fullsix



**Valérie
Vouligny**

Life AH

Les administrateurs - suite



**Philippe
Adenot**

Libre Mullenlowe



**Olivier
Altmann**

Altmann+Partners



**Gilles
Fichteberg**

Rosa Paris



**Denis
Gancel**

W Conran Design



**Frédéric
Maillard**

FMAD



**Ludovic
Tran**

Accenture Song



**Laurence
Vignon**

ici Barbès

mercececececi.