

BAROMETRE COMPETITIONS D'AGENCES

3^{ème} édition – SEPTEMBRE 2017

TABLEAU DE BORD

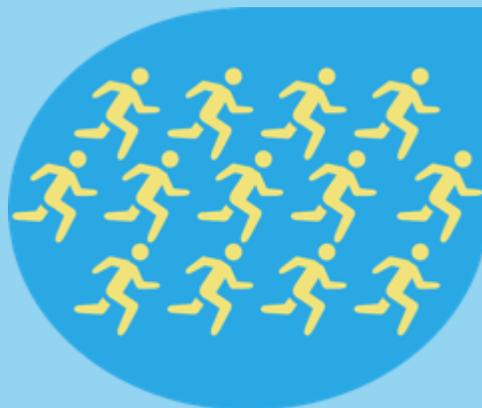
AACC

Nombre de compétitions en moyenne

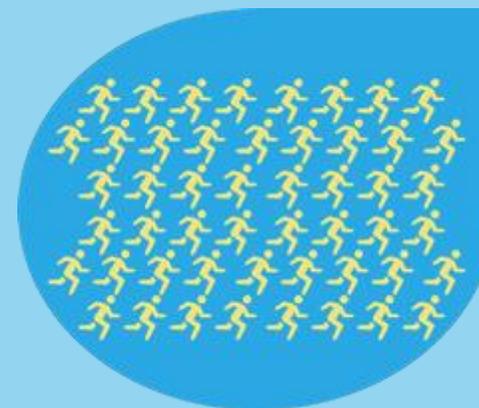
Menées par les annonceurs

Auxquelles les agences ont participé

2016
13 compétitions



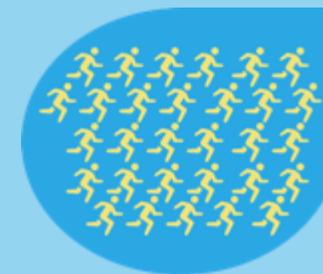
2016
52 compétitions



2010
5 compétitions



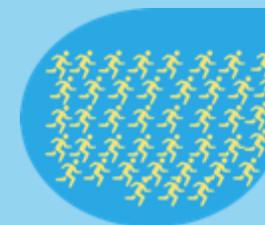
2010
30 compétitions



2008
4 compétitions



2008
43 compétitions



Nombre d'agences consultées

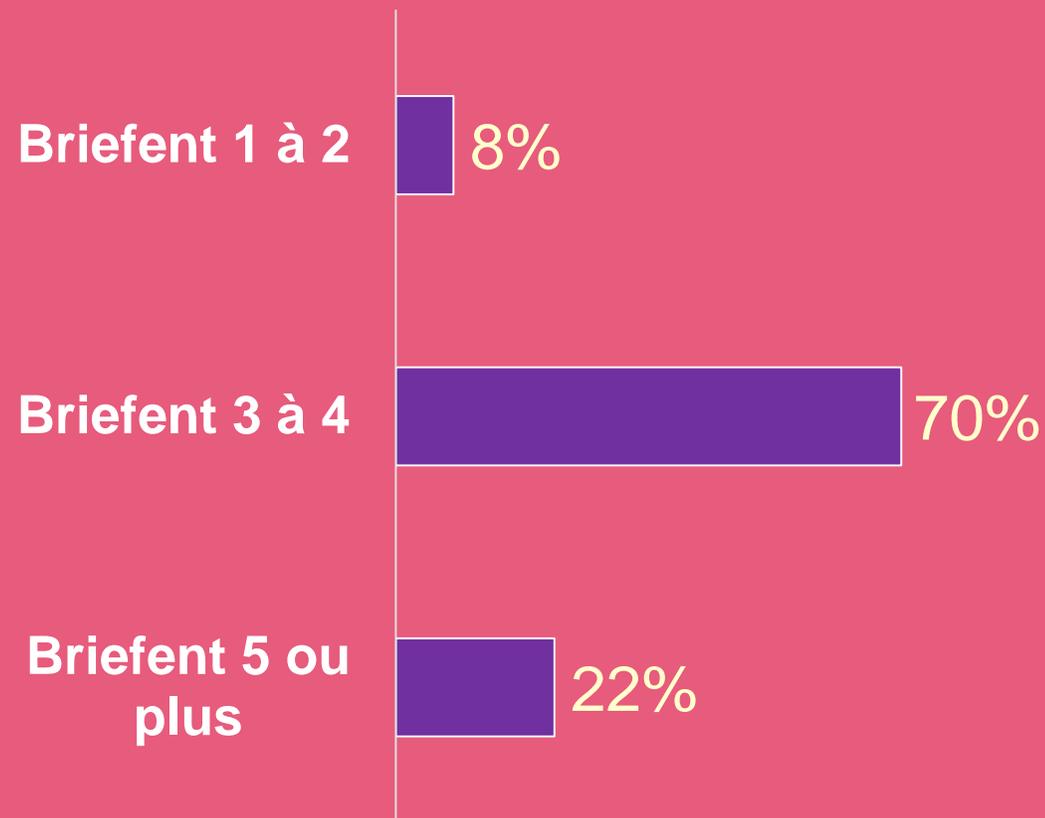
	Long list	Brief
2016	6,2	3,8
2010	6,1	4,2
2008	6,3	3,5

5 fois sur 10 l'agence sortante a participé à la compétition

(7/10 en 2010 et 2008)

2 fois sur 10 elle a gagné la compétition

(4/10 en 2010)



Agences briefées

Critères de sélection des agences par les annonceurs



Réputation (image, presse...): 32% / 2010 : 29% / 2008 : 23%

Déjà travaillé: 21% / 2010 : 27% / 2008 : 32%

Conseil en choix d'agence: 19% / 2010 : 4% / 2008 : 8%

Déjà consulté: 15% / 2010 : 29% / 2008 : 22%

Annuaire de la profession: 8% / 2010 : 8% /
2008 : 12%

**Préconisation services
achats : 4%**

**Associations
professionnelles: 1%** /
2010 et 2008: 4%

Délais de compétition

Vu par les annonceurs

Vu par les agences

Mois
1,4 2016

Mois
1,6

2,2 2010

2,4

2,8 2008

3,5

AACC

**Les compétitions multi métiers sont
devenues la norme :**

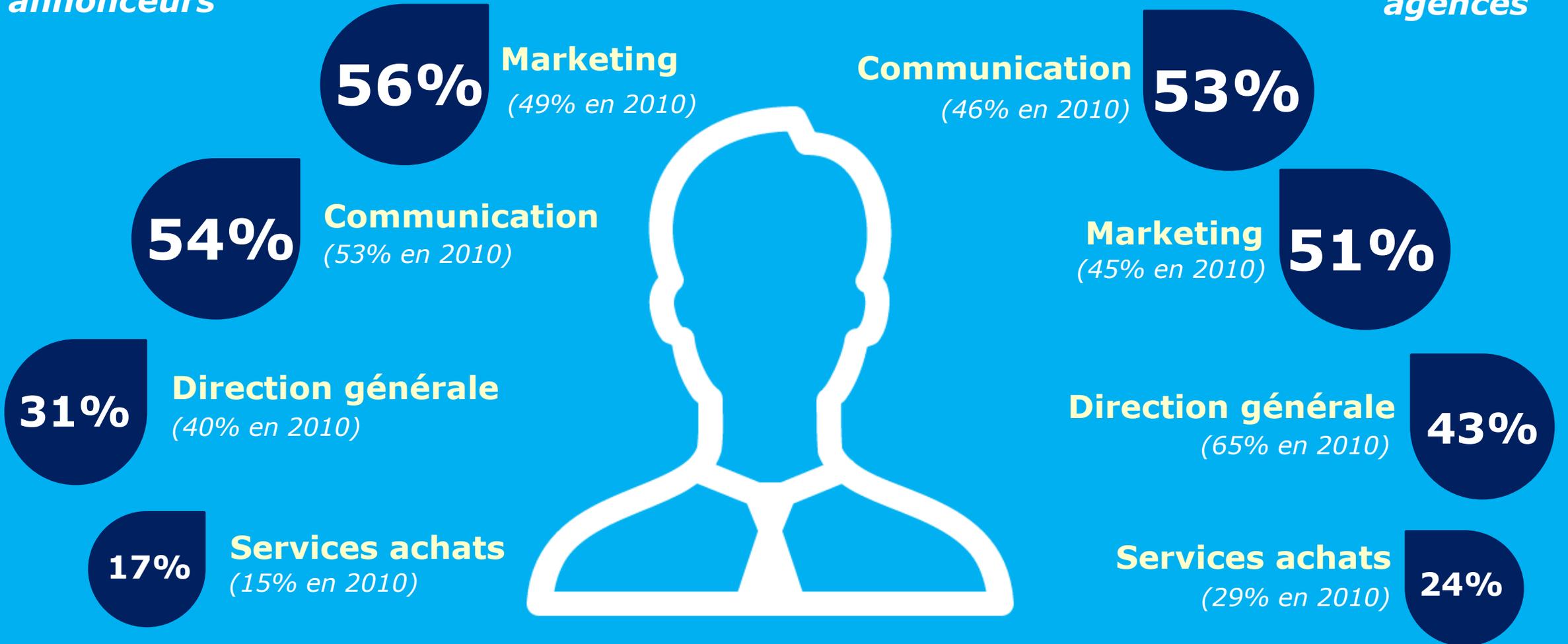
En moyenne **65%** des compétitions sont
multi-métiers

En moyenne ces compétitions font appel à **3** métiers

Qui décide du choix de l'agence

Vu par les annonceurs

Vu par les agences

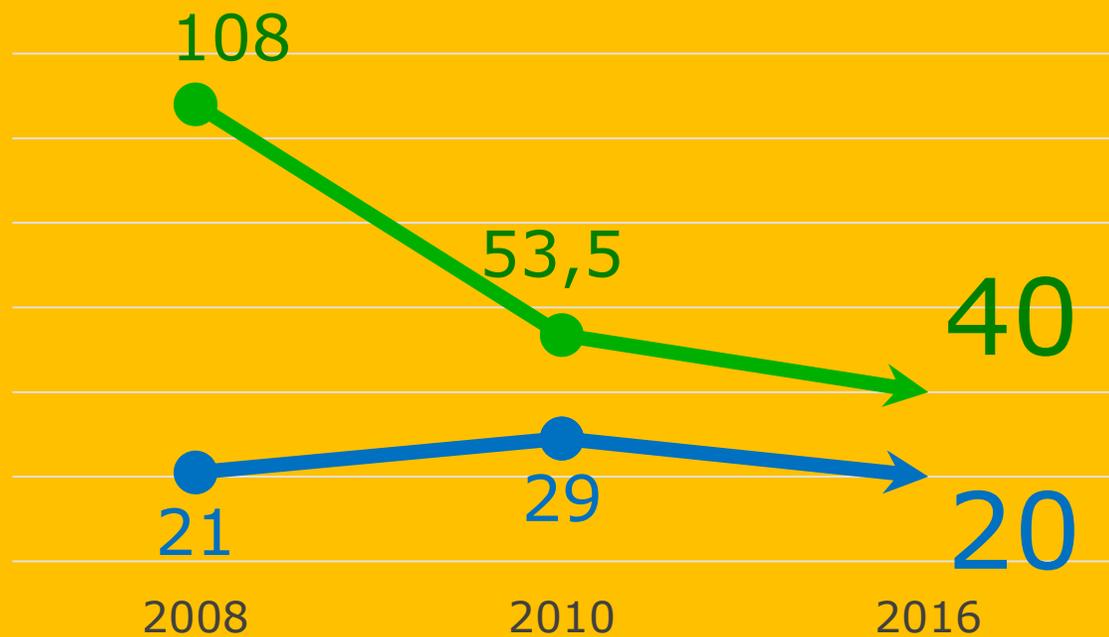


AACC

détail P. 54.

Investissements

Nombre de jours / Hommes



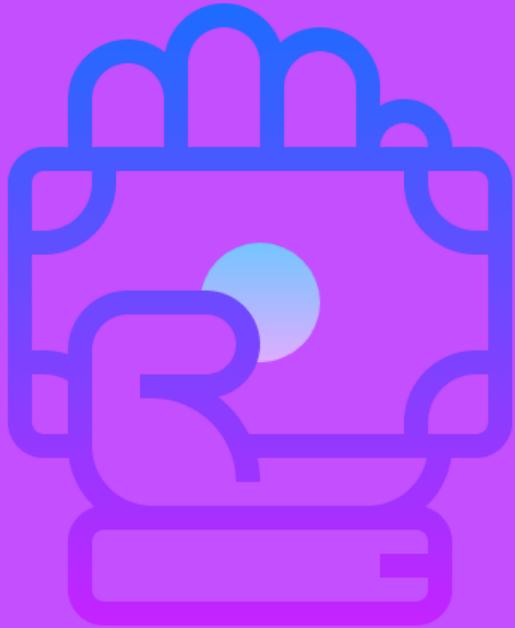
Frais extérieurs en K€



● Vu par les annonceurs

● Vu par les agences

Indemnisation



3 fois sur 10 les agences non retenues sont **indemnisées** *

Montant **moyen** d'indemnisation

6 K€ *

**15% des annonceurs et
des agences font
référence à La belle
compétition lors d'un
appel d'offres**

POUR UNE COMPÉTITION RÉUSSIE SIGNEZ



TRANSPARENCE

IDENTIFIER



le responsable de l'appel d'offres et la structure et l'équipe qui sera en charge du budget

INFORMER



actionnariat détaillé de l'agence appartenance à un groupe exhaustivité des clients «conflictuels» liens capitalistiques/commerciaux avec des supports/régies et/ou des prestataires

RESPONSABILITÉ

RESPECTER



les règles de compétition (délais, budget, périmètre...) le niveau de livrables demandés la confidentialité et la propreté de vos information/documents

NE PAS PRÉSENTER

de projets non retenus par des annonceurs concurrents



ÉVALUER



justement les conditions de réalisation des propositions (juridiquement/technique)

DONNER

des budgets réalistes, clairs et explicites



RESTITUER



les éléments que vous nous avez fournis.

SINCÉRITÉ

S'ENGAGER



de façon sincère et réelle dans la compétition

PARTICIPER

à l'intégralité du processus ou donner une justification motivée en cas de désistement



PRÉSENTER



des budgets sincères et cohérents avec le cahier des charges

RESPECTER

les circuits de décisions annoncés





REJOIGNEZ LES

+de **450**
MARQUES

+de **160**
AGENCES

QUI ONT CHOISI DE CO-CONSTRUIRE UNE RELATION DURABLE

AACC

In design
we trust. ASSOCIATION
DESIGN
CONSEIL

LEVÈNEMENT
ASSOCIATION DES AGENCES DE COMMUNICATION ADVERTISSEMENTALES


SYNTEC Conseil
en Relations Publics


UDECAM
UNION DES AGENCES DE COMMUNICATION ADVERTISSEMENTALES


ANNONCEURS EN MOUVEMENT