Notation AACC des compétitions agences :
l'appel à un Grenelle des compétitions

L'Association des Agences Conseil en Communication publie les résultats de sa "Notation AACC des Compétitions" qui mesure pour la première fois l'importance des dysfonctionnements en matière de compétitions d'agences. L'occasion de lancer un appel à l'organisation d'un « Grenelle des compétitions.»

Paris, le 30 mai 2012 - **La Notation AACC des Compétitions couvre 200 compétitions* auxquelles 45 agences membres ont participé. Elle repose sur cinq éléments factuels :**

- *Le nombre d'agences consultées*
- *Le nombre d'agences en finale*
- *La divulgation de l'identité des agences participant à la compétition*
- *Le dédommagement des agences non retenues*
- *L'annonce préalable du montant du budget*

Les agences de l'AACC militent activement pour le respect de ces 5 prérequis depuis de nombreuses années. Ils sont nécessaires au bon déroulement d'une compétition, sans être suffisants.

Les notes obtenues sur un barème de 5 points (cf. détail page suivante) sont sans ambiguïté : la moitié des 200 compétitions n'obtient pas la moyenne. Seules sept compétitions atteignent la note maximale et quatorze compétitions ont… zéro ! Par ailleurs, seules 20% des agences non-retenues ont été dédommagées.

Premier levier de développement, **les budgets gagnés en compétition représentent chaque année 30% à 80% du volume d'affaires** des agences selon les métiers. **La dégradation des conditions des compétitions impacte dangereusement leur rentabilité et leur pérennité**. La Notation AACC des Compétitions permet enfin d'évaluer l'ampleur de ces dysfonctionnements.

Sur ces bases l'AACC propose d'amorcer une réflexion associant agences, annonceurs et parties prenantes du secteur de la communication, dans le cadre d'un « Grenelle des compétitions », afin de faire évoluer les pratiques sur ces 5 critères prioritaires.

L'objectif de l'AACC n'est pas de supprimer le système des compétitions mais d'appeler à son évolution tangible.

« La communication est l'un des seuls secteurs où le client reçoit une partie de la prestation avant de s'engager par contrat et de la payer. Vous imaginez des avocats qui rédigeraient et offriraient une partie de leur plaidoirie avant d'être engagés ? La méthode des compétitions qui consiste à commencer à travailler sur un sujet puis à donner cette production, parfois très aboutie, n'existe que dans ce secteur. Ce système si particulier exige d'être mieux cadré », explique Frédéric Winckler, Président de l'AACC et Co-président de JWT Paris.

** L'intégralité du classement est disponible sur le site de l'AACC ainsi que les classements par métiers.*

A propos de l'AACC

Créée en 1972, l'Association des Agences-Conseils en Communication (AACC), est un syndicat professionnel régi par la loi du 21 mars 1884. Représentant plus de 80 % de la profession, l'AACC regroupe 200 entreprises qui emploient aujourd'hui près de 10 000 salariés. L'AACC est aussi une fédération de métiers organisée en 9 délégations qui couvrent l'ensemble des disciplines de la profession : publicité, customer marketing, communication interactive, communication corporate, communication santé, production publicitaire, communication éditoriale, communication événementielle et Outre-Mer. L'adhésion à l'AACC astreint, entre autres obligations, au respect de règles professionnelles strictes qui font la valeur du label AACC.
www.aacc.fr

Contacts presse :
Charles Tauzi - ctauzi@aacc.fr - 01 47 42 27 26
Isabelle Mas - isabelle.mas@vae-solis.com - 01 53 92 80 10

…/…

1ers résultats de la Notation AACC-Compétition

La Notation AACC des Compétitions couvre 200 compétitions* auxquelles 45 agences membres ont participé. Elle repose sur cinq éléments factuels :

- *Le nombre d'agences consultées (*3 agences = 1 point / 4 ou 5 = 0,5 point / + de 5 = 0)
- *Le nombre d'agences en finale (plus de 2 = 0)*
- *La divulgation de l'identité des agences participant à la compétition (1 ou 0)*
- *Le dédommagement des agences non retenues (1 ou 0)*
- *L'annonce préalable du montant du budget (1 ou 0)*

Les TOPS :

Annonceur	Consultation	Délégation	NOTE SUR 5
ALCON	Lancement produit : Duotrav Bak free	Santé	5
BAXTER	Lancement produit : CLINOLEIC	Santé	5
LUNDBECK	Lancement produit : SYCREST	Santé	5
MATCH (supermarchés)	Charte graphique fidélité	Customer marketing	5
MEDA	Lancement produit : CEPLENE	Santé	5
MENARINI	Lancement produit : Bilaska	Santé	5
THERABEL	Lancement produit : OXORINOX (annulé)	Santé	5

Les FLOPS :

Annonceur	Consultation	Délégation	NOTE SUR 5
AMNESTY	Pré-presse	Production Publicitaire	0
CRÉDIT AGRICOLE	Référencement corporate	Corporate	0
CRÉDIT AGRICOLE PRIVATE BANKING	Lancement nouvelle marque CAPB	Publicité	0
DECATHLON	Délégation de production	Production Publicitaire	0
GOUVERNEMENT	Refonte du site france.fr	Digitale	0
INSTITUT NATIONAL DE L'AUDIOVISUEL (INA)	Conseil, création et exécution en communication corporate	Corporate	0
KILOUTOU	Délégation production	Production Publicitaire	0
LA POSTE	Veille d'opinion en ligne, dispositifs d'alertes et conseil associé	Corporate	0
LA POSTE	Référencement	Evénementielle	0
LEADER PRICE	Communication globale	Publicité	0
MINISTÈRE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION	Stratégie globale de communication	Corporate	0
NISSAN	Marketing relationnel	Customer marketing	0
SNCF	Suivi d'opinion sur le web et e-influence	Corporate	0
UNEDIC	Assistance en matière de conseil stratégique en affaires publiques	Corporate	0

Contacts presse :
Charles Tauzi - ctauzi@aacc.fr - 01 47 42 27 26
Isabelle Mas - isabelle.mas@vae-solis.com - 01 53 92 80 10