

CHARTRE POUR LES APPELS D'OFFRES AGENCE - ENTREPRISE / ANNONCEUR

www.labellecompetition.fr une initiative :



AGENCES ET ENTREPRISES / ANNONCEURS INVITÉS À S'ENGAGER POUR DES COMPÉTITIONS DE PLUS EN PLUS BELLES

www.labellecompetition.fr une initiative :





LA BELLE
COMPÉTITION

7 GUIDES DE LA RELATION AGENCE/ANNONCEUR*

- UDA/AACC *"Bien choisir son agence" (1997)*
- UDA/UDECAM *"Bien choisir son agence médias" (1998)*
- UDA/Syntec RP *"Guide de la relation annonceur/agence de RP" (2000)*
- UDA/AACC *"Guide de la relation annonceur/agence-conseil en communication" (2005)*
- UDA/UDECAM *"Guide de la relation annonceur/agence médias" (2006)*
- UDA/AACC/ANAé *"Guide de la relation annonceur/agence événementiel" (2009)*
- UDA/AACC *"Guide des compétitions réussies" (2011)*
- * UDA/ADC *"Guide de la relation annonceur/agence de design" (en cours)*



LA CHARTE DES APPELS D'OFFRES

*Créer un cadre toujours plus vertueux pour les appels d'offres d'agences,
dans le prolongement des guides de bonnes pratiques par métier*

- Initier une **démarche de progrès** pour des appels d'offres respectant 3 grands principes : **transparence, responsabilité, sincérité.**
- **Agences et annonceurs** invités à souscrire au nom de leur entreprise pour **signifier publiquement leur engagement dans cette démarche.**
- **Document unique et applicable à tous les appels d'offres** (hors marchés publics), quels qu'en soient la taille, le métier, la méthode...
- **Outil de suivi des appels d'offres**, via le site sécurisé www.labellecompétition.fr et la **création d'un baromètre annuel** des appels d'offres



ADHÉRER À LA CHARTE

- **Toutes les agences et tous les annonceurs**, membres ou non des organisations professionnelles, **peuvent adhérer** à la Charte.
- Ils s'engagent à en **respecter les 3 grands principes** pour chacun des appels d'offres auxquels elles seront amenées à répondre ou qu'ils seront amenés à conduire.
- Adhésion sous forme d'une **lettre d'engagement, signée par la direction générale, et envoyée à leur organisation professionnelle référente** pour les agences et à l'UDA pour les entreprises/annonceurs (qu'ils en soient ou non membres).
- La démarche peut s'inscrire dans le cadre de la **politique RSE** du signataire.



DIFFUSER LA CHARTE

- Les signataires doivent assurer **une information large de leurs collaborateurs.**
- Ils sont incités à nommer un **responsable/correspondant interne du suivi** de la Charte.
- Des **sessions de formation** à la conduite des appels d'offres destinées à tous les collaborateurs des signataires, sont proposées par les organisations professionnelles.



MISE EN ŒUVRE PAR LES SIGNATAIRES

- ➔ L'agence/l'annonceur adhère aux 3 principes généraux, **transparence**, **responsabilité**, **sincérité**, en signant la lettre d'engagement.
- ➔ La **direction assure la sensibilisation/information** de tous les collaborateurs impliqués dans les appels d'offres (commercial, développement, achat, marketing, digital...).
- ➔ Elle nomme en interne un « référent charte »
- ➔ Lors d'un appel d'offres (*création, médias, événement, RP, digital...*), les collaborateurs agence-entreprise/annonceur responsables, partagent les critères d'application de la Charte retenus.



SUIVI DE LA CHARTE

- ➔ **Liste des signataires** de la charte accessible sur le site commun : www.labellecompetition.fr
- ➔ **Chaque organisation analyse annuellement les résultats la concernant :**
 - nombre d'entreprises signataires
 - nombre de critères qui ont été retenus
 - et tout autre indicateur permettant de suivre les démarches de progrès engagées.
- ➔ Une **présentation générale de ces analyses** ainsi que des **témoignages de signataires** sont communiqués chaque année.

Les entreprises ne sont pas nommées en dehors de la liste des signataires et de leur éventuel témoignage volontaire



LES OUTILS MIS À DISPOSITION

- ➔ **Liste de critères** destinée à accompagner les signataires dans la mise en œuvre des 3 principes
- ➔ **Kit pédagogique** de mise en place et d'utilisation de la Charte
- ➔ **Présentation** du dispositif de la Charte
- ➔ **Module de formation** à la conduite des AO pour les collaborateurs (*achats développement, donneurs d'ordre/ commerciaux*) disponible auprès des organisations professionnelles référentes.
- ➔ **Site dédié** sur lequel l'agence - l'entreprise / annonceur se déclare signataire de la Charte.



LES 3 ENGAGEMENTS DES SIGNATAIRES

1^{er} ENGAGEMENT : TRANSPARENCE

Les signataires s'engagent à créer les conditions de transparence nécessaires au bon déroulement de l'appel d'offres à chacune de ses étapes et à permettre une **parfaite accessibilité à l'information**, nécessaire à l'équité entre compétiteurs.

2^e ENGAGEMENT : RESPONSABILITÉ

Les signataires s'engagent dans l'appel d'offres de manière responsable **en prenant en compte les implications en termes de mobilisation des équipes et de coûts générés par ce processus de part et d'autre**.

L'engagement est fait dans le **respect des équilibres financiers des entreprises**, au regard de l'importance de l'investissement qu'il représente.

3^e ENGAGEMENT : SINCÉRITÉ

Les signataires s'engagent dans l'appel d'offres **de manière loyale, sincère et réelle**.



LES CRITÈRES D'APPLICATION « AGENCE » DE LA CHARTE

TRANSPARENCE

- informer de l'**actionnariat détaillé** de l'agence/appartenance à un groupe
- informer de l'**exhaustivité des clients** "conflictuels" cf. indications de l'annonceur
- Informer des liens capitalistiques/commerciaux avec des supports/régies et/ou des prestas
- **identifier la structure et l'équipe** qui sera en charge

RESPONSABILITÉ

- respect des **règles de compétition** (délais, budget, périmètre...)
- respect du **niveau de livrables** demandés
- pas de présentation de **projets non retenus** par des annonceurs concurrents
- conditions de réalisation des **propositions justement évaluées** (juridique/technique)
- **budgets réalistes** et explicites
- respect de la **confidentialité** et de la **propriété** des informations/documents
- **restitution des éléments** fournis par l'entreprise/annonceur.

SINCERITÉ

- engagement **sincère et réel** dans la compétition
- participation à l'**intégralité du processus**
- **budgets présentés sincères et cohérents** avec le cahier des charges
- respect des **circuits de décisions** annoncés



LES CRITÈRES D'APPLICATION « ANNONCEUR » DE LA CHARTE

TRANSPARENCE

- **brief écrit**, validé, documenté avec objet précis de l'AO, description des livrables
- **nombre d'agences** consultées
- **noms des agences** consultées
- périmètre de la prestation objet de l'appel d'offres
- **calendrier détaillé** de l'ensemble du processus (du brief au choix final)
- **budget/fourchette** de budget sur lequel porte l'appel d'offres
- **critères de sélection**, grille d'évaluation
- identification du **responsable de l'AO** et du/des décisionnaire(s)
- mention de l'intervention d'un **conseil extérieur** pour l'analyse des offres

RESPONSABILITÉ

- **conditions équitables** pour tous (briefs, mêmes délais, décisionnaires, ...)
- **pas d'intégration** d'une agence **en cours** de processus
- **débrief du/des perdant(s)** cf. critères de sélection/grille d'évaluation
- **limitation** du nombre d'agences en **finale**
- **indemnisation** définie en amont des finalistes non retenus
- **délais** cohérents avec le travail demandé et la période de l'année
- limitation du **degré de finalisation** et du nombre de livrables demandés



SINCERITÉ

- l'AO donnera lieu à une **collaboration effective** avec un budget réel,
- cahier des charges **réaliste/cohérent** avec le budget disponible
- **respect de la confidentialité/propriété des propositions** des agences non retenues
- signature préalable d'un accord de confidentialité
- **restitution des éléments fournis** par les agences non-retenues

