

# Code d'engagement des Cabinets-conseils en choix d'agences

*Le partenariat entre les annonceurs et leurs agences-conseils en communication doit être efficace et durable.*

*A travers notre mission d'accompagnement de nos clients annonceurs tout au long du processus de sélection de l'agence qui répondra le mieux à leurs besoins, nous ne devons jamais perdre de vue cet objectif.*

*Nous, cabinets signataires de cette charte, avons souhaité, par ce document, confirmer nos engagements en faveur des principes déontologiques que nous estimons aujourd'hui indispensables à la conduite de notre activité, pour en garantir qualité et objectivité, au service de nos clients annonceurs, et dans le respect des agences-conseils en communication.*

*Notre démarche a reçu le soutien de l'Union des Annonceurs (UDA) et de l'Association des Agences-Conseils en Communication (AACC).*

---

## Qu'est ce qu'un cabinet-conseil en choix d'agences ?

*« Inventé » à Londres au début des années 70 et lancé en France voici plus de 30 ans, le métier de cabinet conseil en choix d'agences, existe désormais dans la plupart des pays développés.*

*Ce consultant spécialisé, par son immersion permanente dans le monde « changeant » des agences, apporte à l'annonceur sa très fine connaissance du marché, de ses acteurs et de ses pratiques, afin de l'accompagner en toute sérénité et professionnalisme dans toutes les étapes d'un process de sélection construit en fonction de ses besoins, des caractéristiques structurelles professionnelles et culturelles des agences envisagées, pour aboutir au choix des meilleurs partenaires possibles.*

---

# 7 valeurs essentielles guident notre action au quotidien, tout au long du processus de sélection d'agences

---

## ① Intégrité

Nous nous engageons à assurer à nos clients annonceurs une recommandation indépendante et objective, avec le meilleur niveau de service possible.

Nous nous engageons à ne pas menacer la neutralité de notre conseil en entretenant par exemple avec une agence une relation privilégiée de nature à biaiser nos recommandations.

Le cas échéant, nous nous engageons à informer les représentants des agences et des annonceurs de toute évolution de notre périmètre d'activité.

## ② Respect

Nous nous engageons à tout mettre en œuvre pour que les intérêts à la fois de nos clients annonceurs et ceux des agences consultées soient respectés. A ce titre, nous nous engageons à respecter les recommandations élaborées par l'AACC et l'UDA en matière de sélection d'agences.

## ③ Equité

Nous nous engageons à garantir un traitement équitable à l'ensemble des agences consultées, plus particulièrement en ce qui concerne :

- la transmission des informations
- les délais pour diffuser les informations et le travail à fournir
- les modalités de l'indemnisation quand elle est prévue
- la présence des décisionnaires annonceurs et agences dans les procédures de consultations.

## ④ Absence de conflits d'intérêts

Au cas où nos éventuelles activités de conseil spécifique ponctuel envers une agence (travail sur positionnement, conduite du changement, formation, etc.) pourraient faire naître un conflit d'intérêt, nous nous engageons à en alerter les parties-prenantes en toute transparence, et à prendre, si besoin, toute mesure de nature à faire cesser cette situation.

Nous nous engageons à tenir informés nos clients annonceurs de tout conflit d'intérêt qui pourrait naître de missions concurrentes avec d'autres annonceurs.

## ⑤ Confidentialité

Nous nous engageons à maintenir la plus stricte confidentialité :

- des informations confiées par nos clients annonceurs, qu'un accord en ce sens ait été ou non formalisé.
- des informations et propositions obtenues des agences lors d'appels d'offres perdus comme gagnés, sauf si cette information a un impact direct sur la consultation de l'annonceur en cours.

Nous encourageons la mise en place d'accords de confidentialité couvrant des contenus et périodes clairement identifiés.

## ⑥ Excellence professionnelle

Nous nous engageons à mettre au service de nos clients annonceurs des collaborateurs au professionnalisme reconnu et à nous appuyer sur des méthodes de travail objectives et fiables. Sur simple demande, de la part de nos clients ou des agences consultées, nous fournirons le CV de nos collaborateurs et un descriptif complet de nos méthodes de travail.

## ⑦ Transparence

Nous reconnaissons la nécessité de rendre nos modes de rémunération transparents. Ils doivent être connus aussi bien de nos clients annonceurs que des agences en compétition.

Dans la pratique du conseil dans le choix d'une agence pour le compte d'un annonceur, notre rémunération provient de l'annonceur et couvre le temps passé par les consultants et le personnel d'appui pour la conduite de la mission.

Les « success-fees », montant versé par l'agence gagnante au cabinet à l'issue de la compétition, font partie des systèmes de rémunération pratiqués sur le marché. Les cabinets-conseils s'engagent à en informer les annonceurs et les agences au début de chaque nouvelle mission de cette pratique s'ils l'appliquent.

Ce double financement correspond à la philosophie d'équilibre des forces en présence tout au long de la mission de sélection. Il a aussi pour but de couvrir le temps passé par le cabinet conseil à connaître le marché, les savoir-faire de chacun des acteurs, et les conseils ad hoc délivrés aux agences impliquées tout au long de la consultation pour optimiser leur performance.

Nous nous engageons à ne pas pratiquer le « référencement payant » des agences. En aucun cas nos consultations ne peuvent être limitées à des agences qui se seraient acquittées d'un « droit d'entrée » dans nos bases.

Nous nous engageons à ce que notre activité de conseil dans la relation annonceur/agences représente au moins 2/3 de la marge brute de nos cabinets. Le cas échéant, nous acceptons la validation de cet engagement par un audit externe commandé par l'un de nos clients annonceurs, par une agence, par l'AACC ou par l'UDA.

## Promotion du Code

---

Octobre 2010,

Nous nous engageons à promouvoir le présent code auprès de tous les professionnels de la communication et à assurer sa notoriété.



conseils&annonceursassociés

Bruno Paillet  
Laurence Delporte  
[bpaillet@coana.fr](mailto:bpaillet@coana.fr)



Marie-Charlotte Longueville  
Stéphanie Pitet  
[s.pitet@pitchville.fr](mailto:s.pitet@pitchville.fr)



Bernard Petit  
Fabrice Valmier  
[fvalmier@vtscan.fr](mailto:fvalmier@vtscan.fr)