

**ENQUÊTE**

# PRATIQUES RENCONTRÉES LORS DES APPELS D'OFFRES PUBLICS

**Cette enquête a été menée dans le cadre d'une action commune, initiée par l'APACOM, AzurProCom, le Club de la Com, le LEADS, Place de la Communication, l'UCC Grand Est et l'UCC Grand Sud.**

**Elle a pour objectif de dresser une « photographie » des conditions rencontrées par les professionnels de la communication aux appels d'offres publics\*, afin d'en améliorer les pratiques.**

---

*L'enquête, administrée auprès des agences de communication de chaque partie prenante, entre le 03/05/2021 et le 12/05/2021, a récolté 166 réponses.*

*\*Nous appelons « appels d'offres » tous types de passations de marchés publics, privés ou de compétitions.*

# LE MARCHÉ DE LA COMMUNICATION EN FRANCE

- **700 000**  
emplois directs et indirects<sup>1</sup>
- **2 salariés sur 5**  
travaillent en Île de France<sup>2</sup>
- **103 000**  
dans le secteur de la publicité<sup>2</sup>  
Dont **57%** dans les agences de communication, soit 58 000 emplois<sup>2</sup>

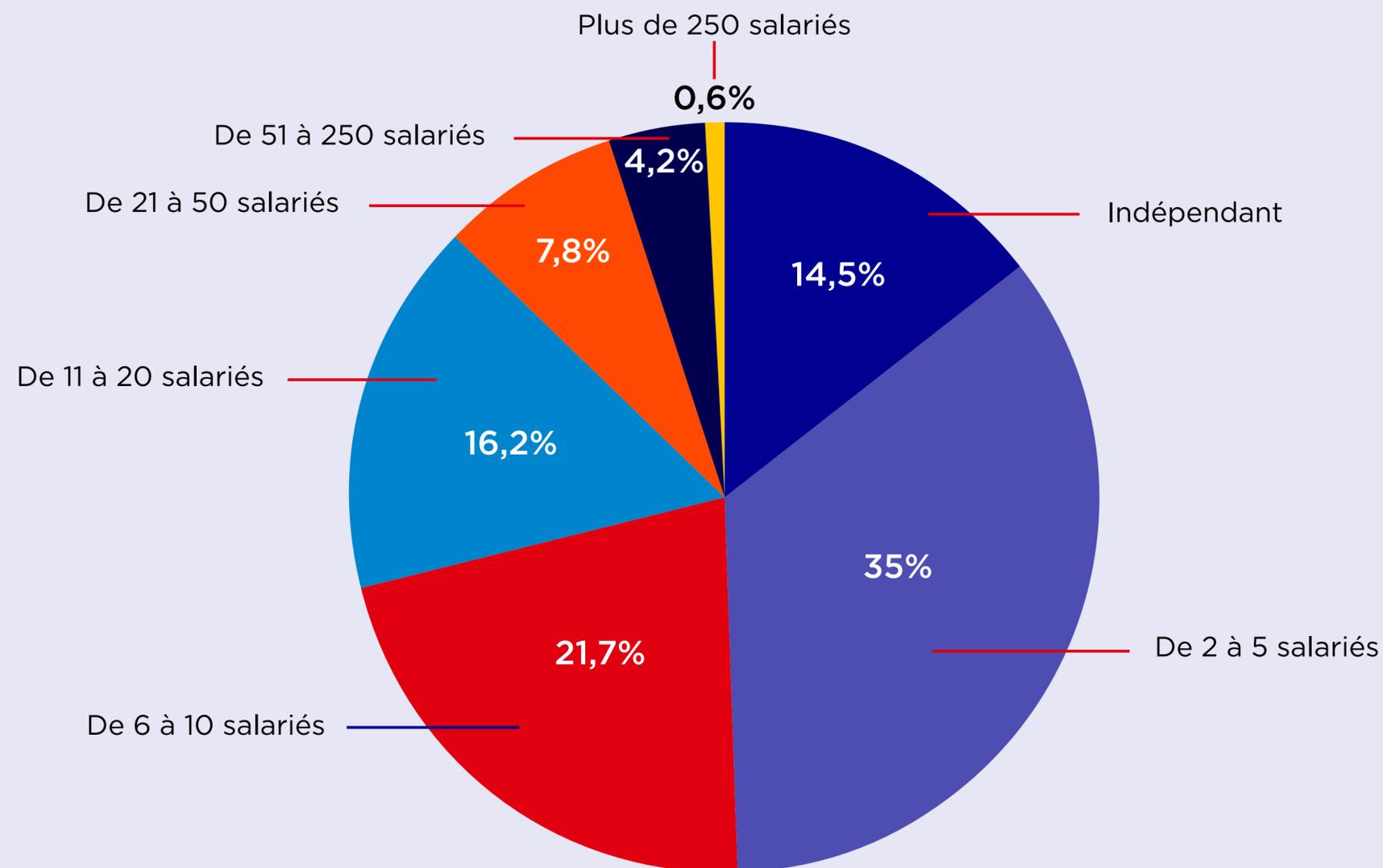


Sources : 1 - Étude EY pour l'UDA et l'UDECAM (2017) • 2 - Observatoire des métiers de la publicité (2017) : <https://www.metiers-publicite.fr/etudes/les-donnees-sur-l-emploi/>

# PROFIL DES ENTREPRISES RÉPONDANTES

Près de **90% des agences** conseil en communication interrogées comptent **moins de 20 salariés**.

Ce chiffre est cohérent avec la moyenne nationale<sup>1</sup>.



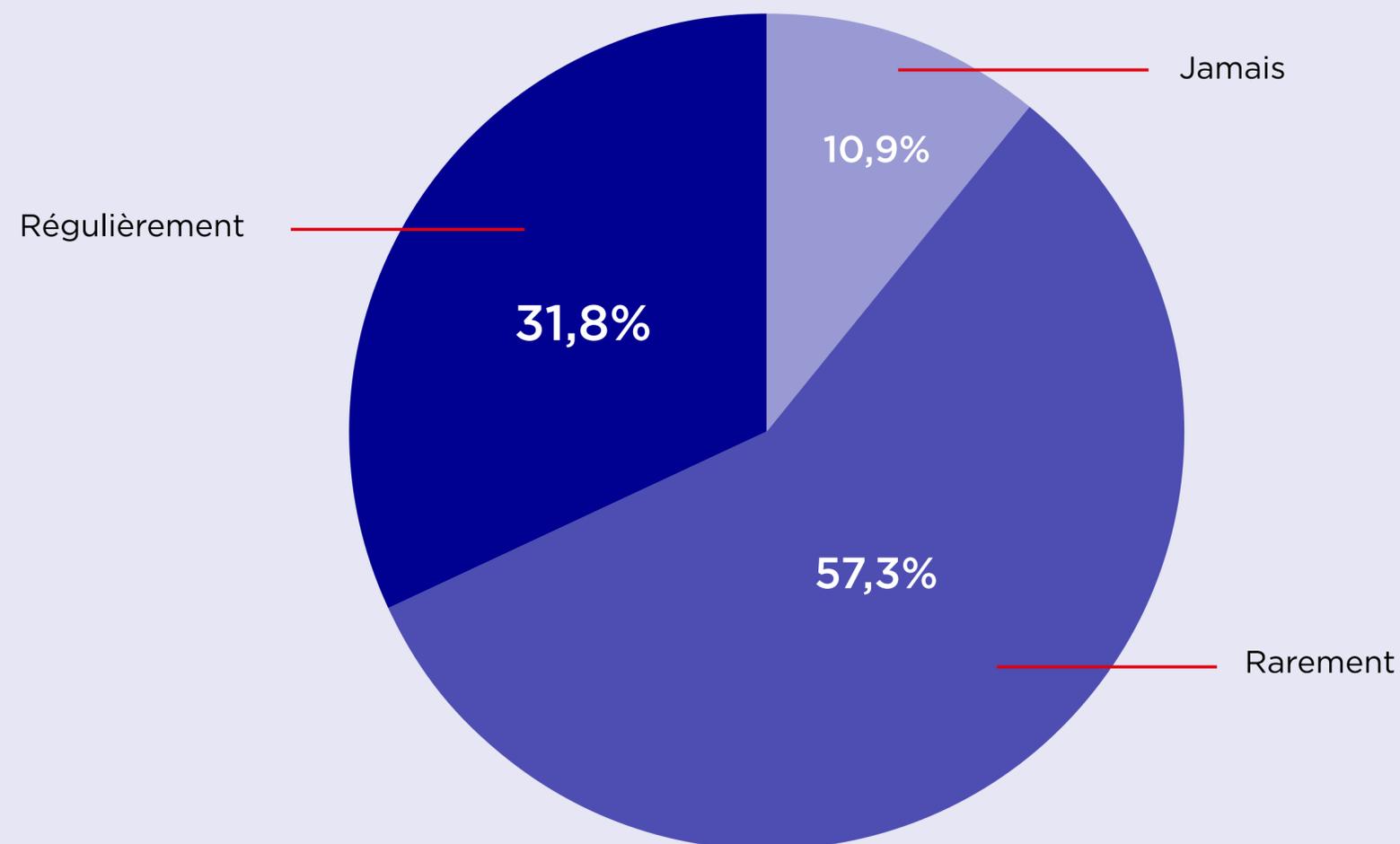
Source : 2 - Observatoire des métiers de la publicité (2017) : <https://www.metiers-publicite.fr/etudes/les-donnees-sur-l-emploi/>

# RÉPONDEZ-VOUS AUX APPELS D'OFFRES PUBLICS ?

Les réponses données par le panel d'agences et d'indépendants sont représentatives car nous constatons que seules 11% ne participent pas à des appels d'offres publics.

La très large majorité a donc été confrontée aux pratiques des procédures de passation de marchés.

Nous noterons cependant que 57% des agences ne participent que rarement aux appels d'offres publics.



# LORSQUE VOUS RÉPONDEZ AUX APPELS D'OFFRES PUBLICS

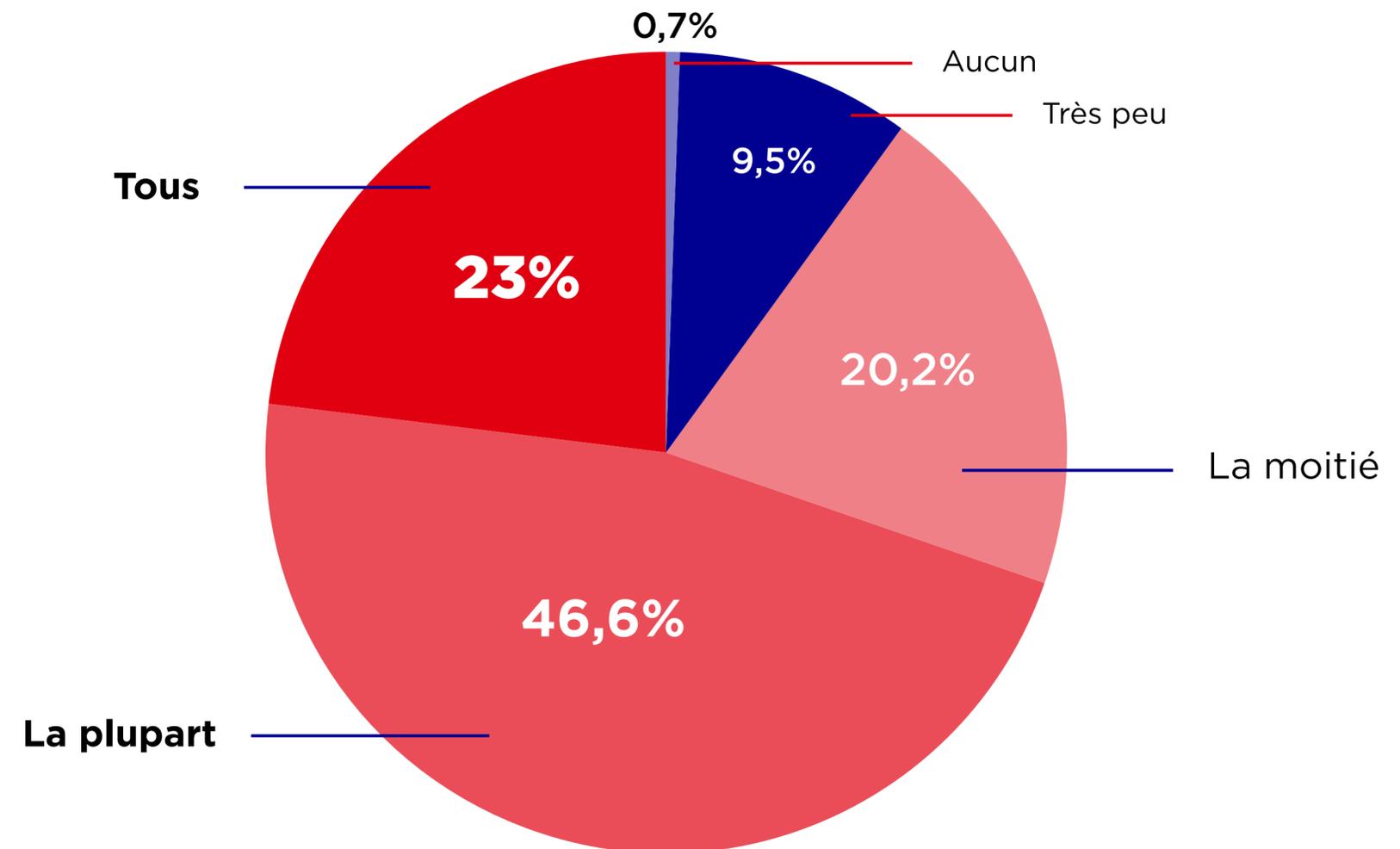
## COMBIEN DEMANDENT, AU STADE DE LA CONSULTATION, LA RÉALISATION DE TRAVAUX SPÉCIFIQUES\* LIÉS À LEUR PROBLÉMATIQUE ?

\*Stratégie et/ou créations/maquettes ou tout autre livrable engageant du travail concret pour votre agence

L'enquête révèle qu'il est demandé **presque systématiquement** aux agences candidates des livrables qui nécessitent un **investissement significatif**.

En effet, 65% déclarent que des stratégies et/ou des créations sont demandées au stade de la consultation, dans tous ou la plupart des cas. Et 20% le constatent la moitié du temps.

**Au total, près de 90% déclarent qu'il leur est demandé de produire un travail spécifique dans la moitié des cas ou plus.**

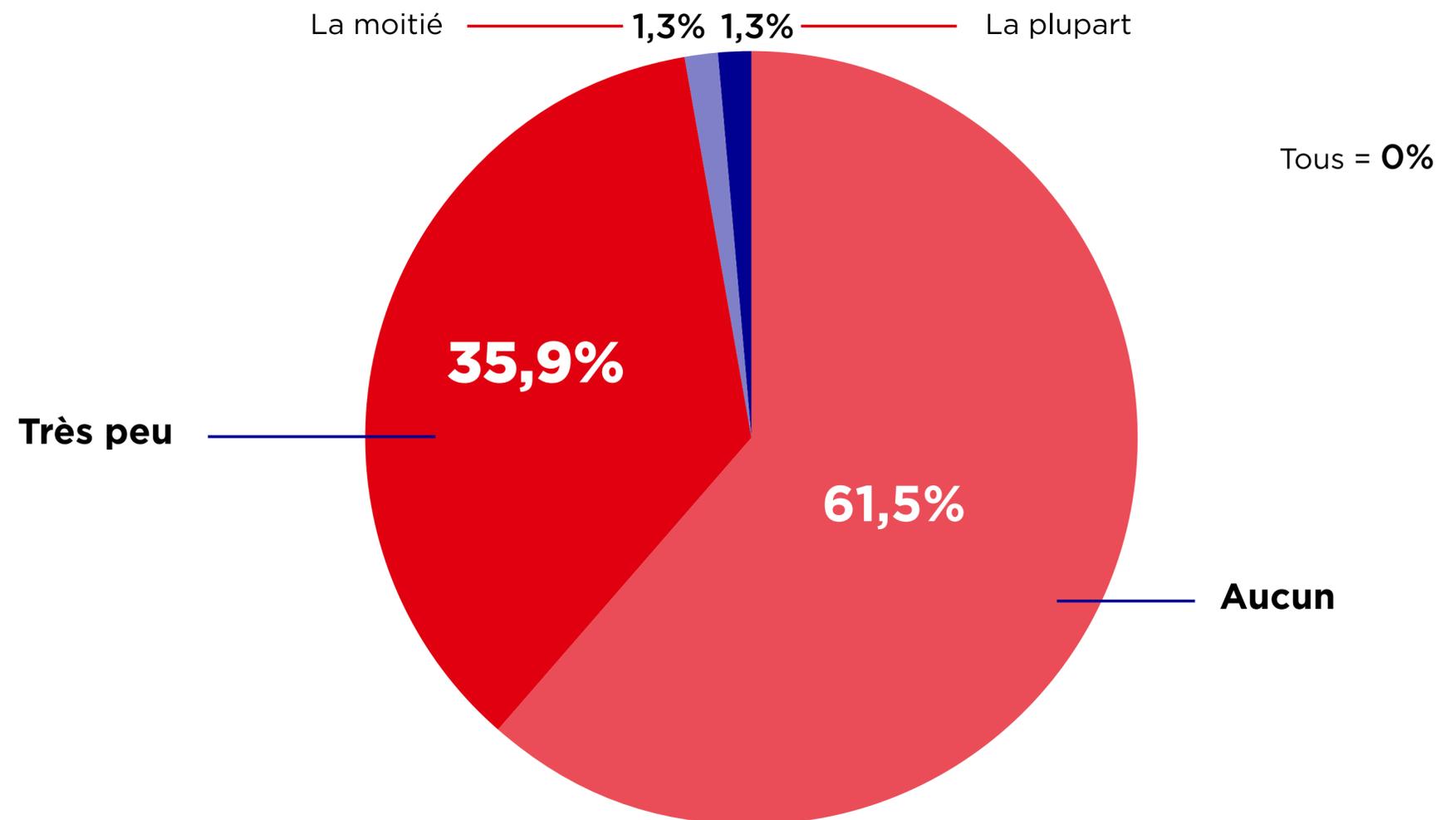


## PARMI EUX, COMBIEN PROPOSENT UNE PRIME D'INDEMNISATION CORRECTE ?

(qui permette de limiter le coût du temps passé investi, pour répondre à la consultation)

**Une indemnisation correcte n'est proposée que dans moins de 3% des appels d'offres.**

Plus de 60% des agences déclarent qu'aucun appel d'offres ne propose de juste indemnisation.

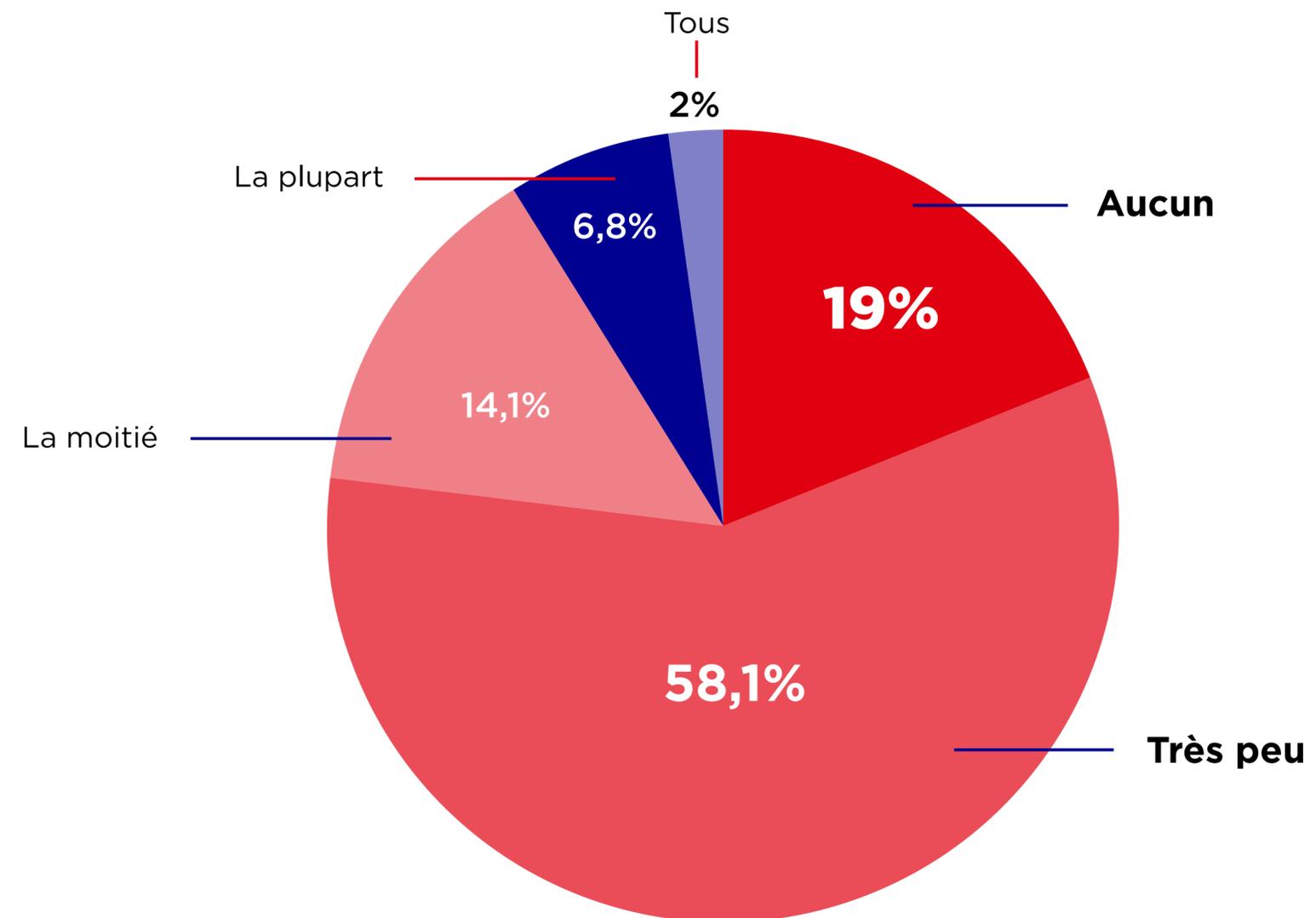


## COMBIEN PRÉVOIENT UN PREMIER TOUR DE SÉLECTION DES CANDIDATS UNIQUEMENT SUR LA BASE DE CANDIDATURES ?

(références similaires, méthodologie, capacité technique et financière)

On constate également que très peu d'appels d'offres proposent une première étape de sélection sur la base de candidatures.

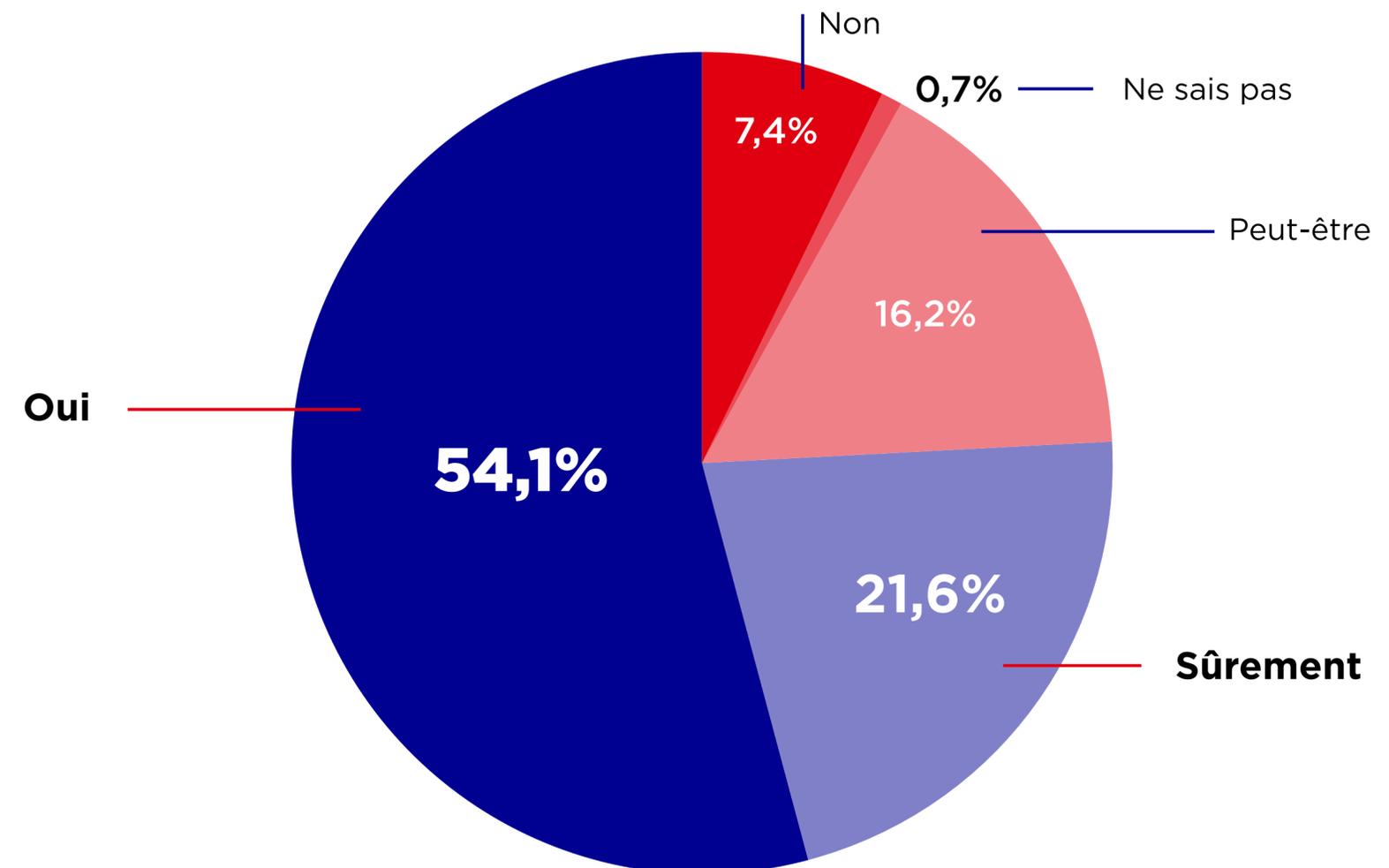
**77% déclarent que très peu, voire aucun, ne prévoient de phase de candidature.**



## SERIEZ-VOUS PLUS MOTIVÉ À REMETTRE UN MEILLEUR DOSSIER SI LES PRINCIPES D'UN NOMBRE RESTREINT DE CANDIDATS ET LA PROPOSITION D'UNE INDEMNISATION ÉTAIENT APPLIQUÉS ?

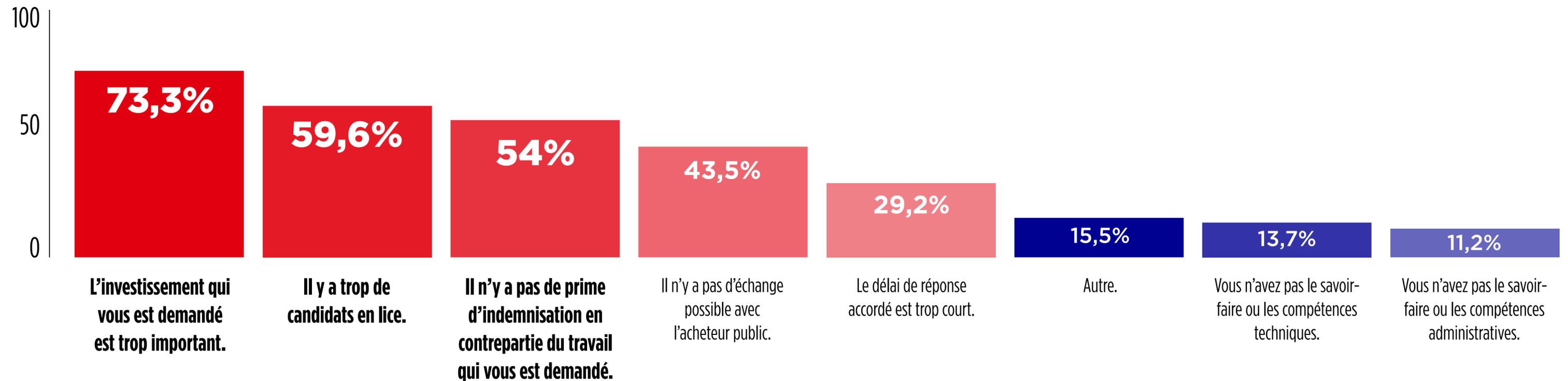
**75% des agences se disent plus motivées** à remettre un travail de meilleure qualité si le nombre de candidats était réduit par une phase de candidature et qu'une indemnisation était proposée en contrepartie du travail demandé.

C'est une opportunité pour les acheteurs publics.



**LORSQUE VOUS CHOISISSEZ  
DE NE PAS RÉPONDRE  
AUX APPELS D'OFFRES PUBLICS**

## QUELLES SONT LES 3 PRINCIPALES RAISONS QUI EXPLIQUENT VOS NON-PARTICIPATIONS AUX APPELS D'OFFRES PUBLICS ?

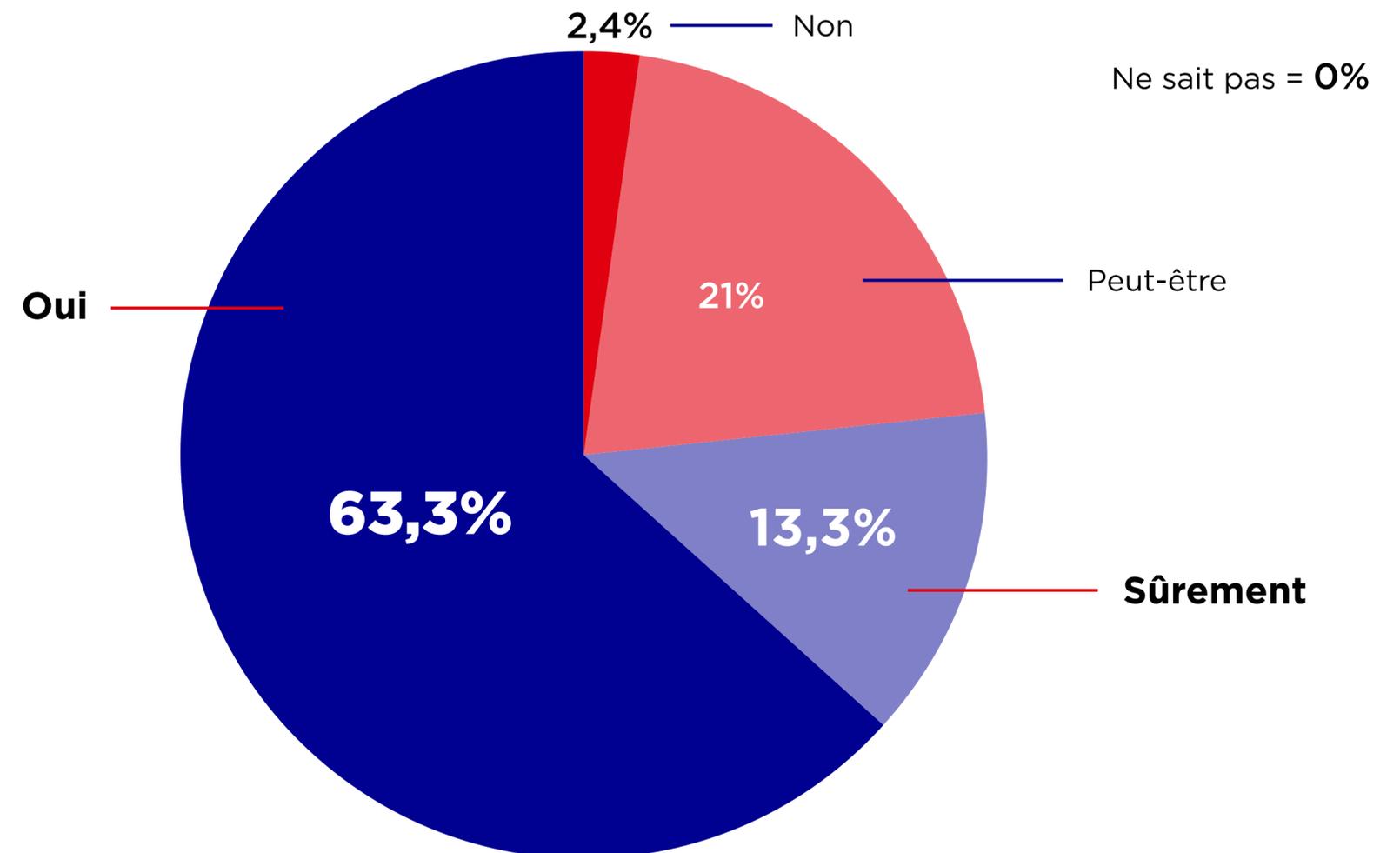


Un investissement à fournir jugé trop important et non indemnisé, ainsi qu'un trop grand nombre de candidats en lice sont les principales raisons qui poussent les agences à ne pas participer à des appels d'offres publics.

## CHANGERIEZ-VOUS D'AVIS ET RÉPONDRIEZ-VOUS À UN APPEL D'OFFRES PUBLIC AYANT UN NOMBRE RESTREINT DE CANDIDATS ET SI UNE INDEMNISATION ÉTAIT APPLIQUÉE ?

Plus de 75% des agences interrogées se disent prêtes à changer d'avis et à répondre à des appels d'offres publics qui limitent le nombre de candidats et proposent une indemnisation.

Ces résultats montrent que ces critères sont donc dissuasifs pour de nombreux candidats.



# SYNTHÈSE

- **Il est systématique (90%) que des appels d'offres publics demandent**, au stade de la consultation, la réalisation de travaux spécifiques nécessitant **un investissement significatif, à savoir des stratégies ou des créations**.
- Pour autant, **une indemnisation correcte n'est que très rarement proposée (3%)**.
- On constate également que **très peu d'appels d'offres (23%) mettent en place un tour de sélection** sur la base de candidatures.
- La grande majorité des agences (75%) interrogées pourraient rendre un meilleur dossier si les appels d'offres publics appliquaient un tour de sélection pour limiter le nombre de candidats et qu'ils proposaient une indemnisation correcte, en contrepartie du travail demandé.
- Les **trois principales raisons pour lesquelles les agences décident de ne pas répondre** à un appel d'offres sont :
  - **L'investissement demandé qui est jugé trop important (73,3%)**
  - **Le trop grand nombre de candidats en lice (59,6%)**
  - **L'absence de prime d'indemnisation** en contrepartie du travail demandé (54%)
- La grande majorité des agences interrogées se disent prêtes à changer d'avis et à répondre à des appels d'offres publics qui limitent le nombre de candidats et proposent une indemnisation.

**La très large majorité des pratiques rencontrées lors des appels d'offres ne sont pas conformes aux textes en vigueur et remettent en cause le libre accès à la commande publique. Ces comportements ont pour conséquences de dissuader de nombreux candidats et de fragiliser économiquement ceux qui participent aux appels d'offres.**

