

De ACC – UBA gedragscode inzake bureaucompetities.

December 2007

Gezamenlijke aanbevelingen voor adverteerders
en communicatiebureaus.
Goede praktijken bij de organisatie van bureaucompetities.

IS EEN COMPETITIE DE JUISTE KEUZE?

1 De sleutelrol van het communicatiebureau is het ontwerpen en uitvoeren van succesvolle communicatieplannen voor de merken en de verkoopsstrategieën van ondernemingen. Een langdurige relatie tussen adverteerder en bureau blijft de beste manier om tot uitstekende campagnes te komen. Werken aan de bestaande relatie is dus vaak een betere oplossing dan een nieuwe relatie aan te gaan. U kunt het evaluatiedocument, om samenwerking tussen adverteerder en bureau te evalueren, hiervoor gebruiken dat u door de UBA en ACC ter beschikking wordt gesteld.

2 U hoeft niet altijd een competitie te organiseren om een bureau te selecteren of een nieuwe campagne voor te bereiden. U kunt bijvoorbeeld een bureau selecteren op basis van ervaring en van het werk voor andere adverteerders.

3 Overweegt u toch een competitie, vraag dan bij voorkeur enkel een strategische aanbeveling.

ZEVEN BASISREGELS BIJ EEN BUREAUCOMPETITIE.

1 HET AANTAL.

Het aantal weerhouden bureaus moet beperkt blijven tot een maximum van 4 bureaus (3 indien het huidige bureau niet wordt uitgenodigd).

De deelnemende bureaus moeten worden ingelicht over het aantal deelnemers en over hun identiteit.

2 DE BRIEFING.

Een schriftelijke briefing moet aangeven of er alleen strategische aanbevelingen worden verwacht of ook creatieve voorstellen.

De briefing moet ook aangeven wie beslist bij de adverteerder en er moet een reëel engagement bestaan ten aanzien van het te besteden communicatiebudget.

Gefundeerd strategisch advies en uitmuntend creatief werk is steeds gestoeld op relevante markt- en onderzoeksgegevens. De kwaliteit van de verstrekte informatie bepaalt de kwaliteit van de geleverde voorstellen. De bij de ACC aangesloten bureaus behandelen deze informatie met de grootst mogelijke discretie.

Het conceptuele ontwikkelingswerk dient te worden uitgevoerd door interne medewerkers van het bureau. Indien dit niet het geval zou zijn, moet het bureau de adverteerder hierover, vóór de aanvaarding van de competitie inlichten en confidentialiteit garanderen.

3 DE TIMING.

Tussen briefing en presentatie moet voldoende tijd voorzien worden.

ACC-bureaus verlangen minimum 4 weken voor een strategische aanbeveling plus minimum 4 weken om een creatief voorstel uit te werken.

4 DE KOSTEN VERGOEDING.

De bureaus investeren veel tijd en geld in een competitie. Daarom is de aanbeveling een bijdrage in de kosten te vragen, per verliezend bureau : 5.000 € voor kosten verbonden aan strategiebepaling plus 5.000 € voor kosten verbonden aan creatie, Dit is 10.000 € voor de kosten verbonden aan strategie en creatie. Dit getuigt van uw ernst en engagement en werkt uiteindelijk in uw eigen voordeel. Deze betaling dekt geenszins alle kosten van de competitie.

5 DE BEOORDELING.

De deelnemende bureaus moeten vooraf geïnformeerd worden over de wijze waarop beoordeeld zal worden en over de diensten die u verwacht.

U kiest een partner, niet een campagne.

Een “debriefing” aan de verliezende bureaus is niet alleen een kwestie van beleefdheid, maar is ook leerzaam voor beide partijen.

6 DE COPYRIGHTS.

Alle materiaal, geproduceerd voor de competitie, is confidentieel en blijft eigendom van het deelnemende bureau. De ACC-bureaus deponeren hun voorstellen bij een advocaat.

Na de competitie zullen de copyrights contractueel worden vastgelegd tussen u en het geselecteerde bureau.

Alle wederzijdse verstrekte informatie zal strikt confidentieel blijven voor alle materiaal, strategisch en creatief, zowel tijdens als na de competitie.

7 DE RELATIE.

Een bureaucompetitie moet de start betekenen van een lange en vruchtbare relatie tussen u en het winnende bureau. Dit is de sleutel om samen tot uitstekende campagnes voor uw merk te komen.

Opmerking : Deze gedragscode inzake bureaucompetities is niet van toepassing voor de overheidsbedrijven wegens de wet op de openbare aanbestedingen.

ACC, Brand Whitlocklaan 152, 1200 Brussel
Tel : 02 / 740 07 18 - Fax : 02 / 740 07 19

UBA, Louizalaan 120 - Bus 2, 1050 Brussel
Tel : 02 / 502 42 20 - Fax : 02 / 502 42 69

Unie der Belgische Adverteerders
Union Belge des Annonceurs

