

La MarkCom lance FairProcess, un référentiel pour des pratiques plus équitables entre agences et annonceurs



Le 9 juillet 2026, à l'occasion de ses 30 ans, la MarkCom a officiellement lancé FairProcess, un mouvement volontaire et un référentiel de bonnes pratiques pour la communication et le marketing au Luxembourg. Dès son lancement, l'initiative rassemble déjà 23 soutiens.

FairProcess part d'un constat simple : la qualité de la relation entre annonceurs et agences est un facteur de compétitivité pour tout un secteur, et pour les PME qui le composent. L'initiative ne crée pas une nouvelle instance de contrôle. Elle propose un cadre de référence, construit et publié thème par thème, que chaque organisation reste libre d'adopter. FairProcess définit le cadre, il ne prescrit jamais l'exécution.

Deux grands axes, déclinés thème par thème

Le référentiel s'organise autour de deux grands axes : la relation agence-client et le cadre réglementaire. Chaque axe se décline en thèmes publiés séparément, que chacun adopte à son rythme.

Premier thème : les concours d'agences

Le premier thème mis en œuvre concerne les concours d'agences. L'enjeu est concret : selon une étude de la MarkCom, la valeur détruite par des appels d'offres mal cadrés est estimée à 76 260 € par agence et par an (chiffre indicatif). Par ailleurs, une large part du travail créatif produit lors de ces compétitions n'est jamais utilisée, jusqu'à 85 % selon PitchPoint Belgique. FairProcess propose des repères clairs pour des consultations plus justes, plus efficaces et moins coûteuses pour toutes les parties.

Sur l'axe de la relation agence-client suivront notamment la tarification et la rémunération, ainsi que les briefings. L'axe du cadre réglementaire abordera l'accessibilité, le RGPD, l'EU AI Act et les marchés publics. Chaque thème est adopté librement, sans contrôle ni contrainte.

Une dynamique appelée à s'étendre

Portée par une forte dynamique dès son lancement, l'initiative vise à court terme un cap de 50 soutiens et sera accompagnée d'une campagne nationale.

Les 23 premières organisations engagées sont : LCTO, Burger Bros (LëtzeBurger), Luxembourg Event Association, L'Essentiel, Valorlux, PaperJam SA, IP Luxembourg, Chambre de Commerce, Europa Donna, Les Thermes, Adada, Mediahuis, CK S.A., HBGF Sàrl, Film Academy, Up Luxembourg, Association Luxembourgeoise des Kinésithérapeutes, IMS Luxembourg, Stëmm Vun Der Strooss Asbl, Post Luxembourg, Taste of Africa Sàrl, École d'Hôtellerie et de Tourisme du Luxembourg et Reka.

« Avec FairProcess, nous lançons le projet le plus important et le plus ambitieux de la MarkCom. Notre souhait est simple : que des pratiques équitables deviennent, thème après thème, une évidence pour l'ensemble du secteur. » Tom Turping, président de la MarkCom

Les organisations qui souhaitent rejoindre le mouvement peuvent le faire sur fairprocess.lu.