

# RAPPORT D'ACTIVITÉS 2016-2017

## UN AN D' ACTIONS AU SERVICE DES PR

#PRMAKESENSE



@syntec\_rp



Syntec Conseil en  
Relations Publics

En s'attachant à donner du sens et de la valeur à vos messages, les PR contribuent directement à vos enjeux business et corporate. Dans un monde devenu digital et face à un public toujours plus exigeant envers les entreprises et les institutions, les PR permettent de piloter au mieux votre réputation et vos performances.



**SYNTEC Conseil  
en Relations Publics**

## CHIFFRES CLÉS



**48** AGENCES  
MEMBRES



**1500**

COLLABORATEURS

SOIT

**65%** DU MARCHÉ DES  
RELATIONS PUBLICS

**2325**

TÉLÉCHARGEMENTS  
DU RÉFÉRENTIEL  
DE LA MESURE



**38** ÉVÉNEMENTS  
ORGANISÉS

POUR

**1363**  
PARTICIPANTS

MESURE, PR, LAB/TROPHÉES  
DE LA RÉPUTATION, AGORA,  
ATELIERS PARTENAIRES,  
FORMATIONS CONTINUES,  
MEILLEURS ESPOIRS RP,  
CARRÉFOUR DES RP, BUSINESS  
CAFÉ ET AUTRES WORKSHOP...



**2 096 761**  
PERSONNES TOUCHÉES

# SOMMAIRE

<b>ÉDITO</b>	<b>P.4</b>
<b>1. SYNTEC CONSEIL EN RELATIONS PUBLICS 2016/2019</b>	
3 ANS POUR RAYONNER ENCORE PLUS FORT	P.6
1.1. UNE NOUVELLE GOUVERNANCE TRÈS PROUD	P.6
1.2. LES COMMISSIONS DE TRAVAIL : BRAS ARMÉS POUR PORTER LES PROJETS	P.7
1.3. SYNTEC RP ET SON ÉCOSYSTÈME	P.9
<b>2. VALORISER LES MÉTIERS DES PR</b>	
LA PRIORITÉ POUR 2016/2017	P.13
2.1. PARLER D'UNE SEULE VOIX   #PRMAKESENSE	P.13
2.2. DÉMONTRER LA CRÉATION DE VALEUR ET LE FAIRE SAVOIR	P.14
2.3. ATTIRER & DÉVELOPPER LES TALENTS	P.18
2.4. AUGMENTER EN VISIBILITÉ ET NOURRIR LA MARQUE SYNTEC RP DANS LES MÉDIAS ET RÉSEAUX SOCIAUX	P.23
<b>3. DEFENDRE LES INTÉRÊTS DE LA PROFESSION</b>	<b>P.26</b>
3.1 S'UNIR POUR RENFORCER NOTRE POSITION D'ACTEUR DE PLACE	P.26
3.2 SIGNATURE DU CONTRAT DE LA FILIÈRE « COMMUNICATION »	P.27
3.3 INFORMATION ET ASSISTANCE « SOCIAL & FORMATION »	P.28
3.4 QUALITÉ & DÉONTOLOGIE : VECTEURS DE PERFORMANCE	P.30
<b>4. ACCOMPAGNER LES ADHÉRENTS POUR FACILITER LEUR QUOTIDIEN</b>	<b>P.31</b>
4.1 LES SERVICES RÉSERVÉS AUX MEMBRES	P.31
4.2 ÉTUDES ET POINTS DE REPÈRE	P.32
<b>LISTE DES ADHÉRENTS</b>	<b>P.35</b>
<b>L'ÉQUIPE PERMANENTE</b>	<b>P.37</b>

## ÉDITO

« Raconter notre métier de façon différente et percutante. Démontrer et affirmer la capacité des PR à répondre aux enjeux business et corporate des organisations/marques/entreprises que nous accompagnons.

Légitimer notre complémentarité avec les moyens de communication existants.

Partager notre savoir-faire et améliorer encore la perception qu'ont les jeunes de la richesse et de la diversité de nos métiers. »

**PLUS QUE JAMAIS,  
#WEAREPROUD !**



**PASCALE AZRIA,**

Présidente de Syntec Conseil en Relations Publiques

Autant de revendications essentielles, dont nous avons posé les bases en 2016 et qui guident depuis notre action autour du projet **#WeArePRoud**, que j'ai l'honneur de porter avec votre soutien.

Et fiers, nous pouvons l'être, **tant l'implication de nos membres est forte**. Un investissement qui nous permet d'aller toujours plus loin dans l'amélioration de l'image des PR auprès de nos cibles et l'affirmation de nos compétences.

Pour la toute première fois depuis la création du Syntec Conseil en Relations Publiques, nous avons revendiqué cette expertise, en lançant une grande campagne de communication sur nos métiers. Son slogan, **« Sans Public Relations, vous communiquez à moitié »**, exprime parfaitement l'engagement qui nous inspire au quotidien.

Au travers du « référentiel de la mesure », des Trophées de la Réputation et du PR Lab, des kits pédagogiques à destination des enseignants ou encore du club NextGen, véritable Think Tank rassemblant une douzaine de consultants, **nous agissons, de façon concrète, au bénéfice de toute la profession**.

Cette année encore, les défis sont nombreux et nous ne lâcherons rien, avec ce besoin impérieux de **faire des PR un élément incontournable des stratégies de croissance de nos clients**.

*« Ne vous demandez pas ce que les PR  
peuvent faire pour vous,  
**demandez-vous ce que vous pouvez faire  
pour les PR ».***

**#PRMAKESENSE**

# 1. SYNTEC CONSEIL EN RELATIONS PUBLICS 2016/2019 | 3 ANS POUR RAYONNER ENCORE PLUS FORT

## 1.1. UNE NOUVELLE GOUVERNANCE TRÈS PROUD

Le Conseil d'administration actuel a été élu lors de l'Assemblée Générale électorale du 28 juin 2016. Le Bureau exécutif actuel a été élu lors du Conseil d'administration du 28 juin 2016.

Autour du projet **#WeArePRoud**, porté par Pascale Azria, Directrice générale de l'agence Kingcom, le nouveau conseil d'administration propose de mettre en œuvre un plan d'actions qui porte sur **trois chantiers prioritaires : IDENTITÉ / VALORISATION / VISIBILITÉ**

### LE BUREAU EXÉCUTIF



**PRÉSIDENTE**

Pascale  
AZRIA  
KINGCOM  
[www.kingcom.fr](http://www.kingcom.fr)



**VICE-PRÉSIDENT**

Benoît  
DÉSVEAUX  
HOPSCOTCH GROUPE  
[www.hopscotch.fr](http://www.hopscotch.fr)



**VICE-PRÉSIDENTE**

Claire-Valérie  
GUILLEN  
HAVAS PARIS  
[www.havas.com](http://www.havas.com)



**VICE-PRÉSIDENT**

Eric  
MAILLARD  
OGILVY PARIS  
[www.ogilvyparis.fr](http://www.ogilvyparis.fr)



**TRÉSORIÈRE**

Nathalie  
GRIGORIEFF-GODIN  
AGENCE PROFILE  
[www.agence-profile.com](http://www.agence-profile.com)

### LE SUPER CONSEIL D'ADMINISTRATION



Sandrine  
AUVRAY

AUVRAY & ASSOCIES  
[www.auvray-associes.com](http://www.auvray-associes.com)



Stéphane  
BILLIET

WE AGENCY  
[www.we-agency.fr](http://www.we-agency.fr)



Marc  
CHAUCHAT

BURSON-MARSTELLER I&E  
[www.burson-marsteller.fr](http://www.burson-marsteller.fr)



Marion  
DARRIEUTORT

ELAN EDELMAN  
[www.elanedelman.com](http://www.elanedelman.com)



Julie  
ESPALIOUX

BABEL  
[www.agencebabel.com](http://www.agencebabel.com)

Administrateur de Syntec  
Etudes & Conseil



Florence  
GILLIER-LARCHER

FLORENCE GILLIER & ASSOCIES  
[www.florence-gillier-associes.com](http://www.florence-gillier-associes.com)

Représentante de Syntec RP  
auprès de l'ICCO



Caroline  
MARCHETTI

MAARC  
[www.maarc.fr](http://www.maarc.fr)



Thomas  
MARKO

THOMAS MARKO & ASSOCIES  
[www.thomasmarko-associes.com](http://www.thomasmarko-associes.com)



Arnaud  
POCHEBONNE

WEBER SHANDWICK  
[www.webershandwick.fr](http://www.webershandwick.fr)



Thierry  
WELHOFF

WELLCOM  
[www.wellcom.fr](http://www.wellcom.fr)  
Représentant Syntec  
RP auprès de la filière  
communication

## 1.2. LES COMMISSIONS DE TRAVAIL : BRAS ARMÉS POUR PORTER LES PROJETS

### IDENTITÉ DES PR

Comment raconter notre métier dans l'économie d'aujourd'hui de façon percutante et moderne ?

**PILOTÉE PAR ERIC MAILLARD** (Ogilvy Paris)

**Equipe** : Claire-Valérie Guillen (Havas Paris), Isabelle Wolf (Kingcom), Pascale Azria (Kingcom)

**Action** : Elaborer une plateforme de marque posant la plus-value du métier et l'ADN commun à toutes les agences ainsi que le champ élargi des expertises.

Mise en place, en septembre d'un **workshop** avec les **administrateurs, Pascal Beucler**, Vice-Président et chef de la stratégie du groupe MSL (Publicis), **Fabien Aufrechter et Daniel Saltsman**, consultants chez Havas Paris et lauréats des Meilleurs Espoirs Français des RP 2016, débouchant sur l'élaboration d'un **brief créatif** (en novembre) et la mise en concurrence de 3 agences.

Organisation d'un **petit déjeuner de présentation** de la nouvelle campagne de communication des PR, le vendredi 9 juin.

**Lancement officielle de cette première campagne de communication le vendredi 16 juin.**

### DÉVELOPPEMENT

Cette commission a pour objectif de réfléchir au développement du syndicat. **Comment fédérer plus largement et recruter de nouvelles agences conseil en relations publics ?**

**PILOTÉE PAR MARC CHAUCHAT** (Burson-Marsteller I&E)

**Equipe** : Nathalie Grigorieff-Godin (Agence Profile), Eric Maillard (Ogilvy Paris), Florence Gillier (Florence Gillier & Associés)

**Action** : Donner envie aux agences de rejoindre le syndicat, créer de nouveaux outils et proposer des témoignages différents lors du séminaire des présidents (2<sup>e</sup> semestre 2017).

### MESURE DES RELATIONS PUBLICS

La mesure comme levier de création de valeur !

**PILOTÉE PAR PASCALE AZRIA** (Kingcom)

**Equipe** : Céline Angelini (agence Marie-Antoinette), Floriane Gouache (Amalthéa), Frédérique Pusey (FP&A), en partenariat avec l'écosystème de la profession : SYNAP, UDA, Communication & Entreprise, Communication Publique, Information & Communication, L'Argus de la Presse, Cision, Kantar Media, Launchmetrics, Occurrence, ICCO, AMEC.

Depuis 2014, les membres de Syntec Conseil en Relations Publics et ses partenaires mettent à disposition des professionnels de la communication un Référentiel de la Mesure des Relations avec les Publics. Ce guide est enrichi et mis à jour régulièrement (dernière édition septembre 2016).

**Action** : En plus de son enrichissement (nouvelle grille de lecture matricielle, mixant on et offline et intégrant le customer journey, par exemple) et de l'édition d'une version anglaise, la commission organise un tour de France

pour présenter le référentiel aux professionnels de la communication.

## TALENTS / FORMATION / RH

**Comment améliorer et promouvoir** (#WeArePRoud) l'image des PR auprès de nos collaborateurs/futurs collaborateurs quand on a comme seules références grand public : l'attachée de presse ou le spin doctor ? Comment rendre le métier attractif ?

- **Les étudiants** : comment les inciter à faire nos métiers ? Comment mieux les former ?
- **Les collaborateurs** : comment développer leur capacité, leur connaissance, leur expertise ?
- **Les nouveaux experts** : comment attirer et accompagner de nouveaux experts dans nos métiers ?

**PILOTÉE PAR PASCALE AZRIA** (Kingcom)

**Equipe** : Stéphane Billiet (We Agency) sur la cible étudiants, Isabelle Wolf (Kingcom) sur la cible collaborateurs, Marion Darrieutort (Elan Edelman) sur la cible nouveaux experts.

**Actions** : Carrefour des RP, Vidéos « métier », Meilleurs Espoirs RP, Kit pédagogique, Formation continue...

## MÉDIA

Les objectifs de cette commission sont triples :

- **la valorisation auprès des médias du rôle positif des agences de PR dans la construction de l'information ;**
- **la défense de la réputation de notre profession lorsque celle-ci est attaquée dans les media ou par des tiers sur des questions d'éthique et de déontologie ;**
- **être positionné comme un acteur incontournable de la relation entre les journalistes et les entreprises / organisations, y compris sur les nouveaux media.**

**PILOTÉ PAR ARNAUD POCHEBONNE** (Weber Shandwick)

**Equipe** : Stéphane Billiet (We Agency), Julie Espalioux (Babel), Sandrine Cormary (Omnicom Public Relations Group), Benoit Désveaux (Hopscotch Groupe).

**Action** : Organiser une rencontre autour du sujet des « **Fakes News** ».

## COMMUNICATION DE CRISE

L'objectif de cette commission est de réfléchir aux moyens de valoriser, prémunir, légaliser, développer, pérenniser le secteur de la communication de crise et ses acteurs professionnels.

**PILOTÉE PAR CLAIRE-VALÉRIE GUILLEN** (Havas Paris)

**Equipe** : Yves-Paul Robert (Havas Paris), Stéphanie Bastide (Wellcom), Maud Gatel (TBWA Corporate), Corinne Got (H+K), Caroline Marchetti (Maarc), Laura Visserias (Weber Shandwick), Julien Landfried (Publicis Consultants)

**Action** : Mise en place d'une **enquête avec la société YouGov soutenue par l'UDA** : l'impact du digital sur la communication de crise.

**Présentation au SYNTEC, le mercredi 5 juillet de 8h30 à 10h00.**

## AFFAIRES PUBLIQUES

L'objectif de cette commission est de valoriser cette expertise spécifique, aux appellations diverses et aux leviers d'action parfois méconnus, afin de réaffirmer la compétence des agences conseil en relations publics sur ce territoire de la relation.

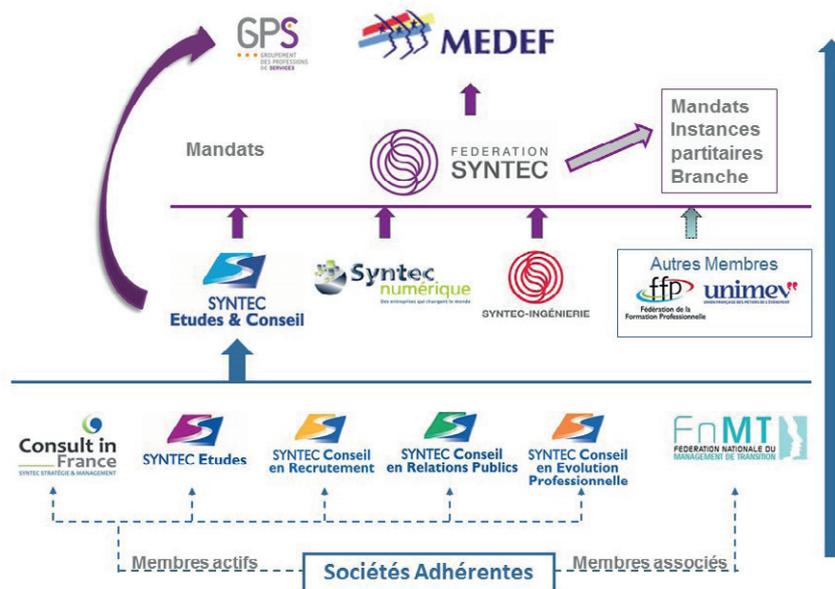
**PILOTÉE PAR THOMAS MARKO** (Thomas Marko & Associés)

**Equipe :** *en cours de constitution...*

**Action à venir :** Rencontre avec l'**AFCL** en septembre, et l'organisation un petit déjeuner de présentation de la loi Sapin II.

### 1.3. SYNTEC RP ET SON ÉCOSYSTÈME

Syntec Conseil en Relations Publics est un syndicat professionnel régi par les dispositions du titre III du Livre Premier du Code du travail. À ce titre, il fait partie du groupement **Etudes & Conseil de la Fédération Syntec**,



membre du **MEDEF**.

Syntec Conseil en Relations Publics représente plus **d'une quarantaine des principales agences de conseil en relations publics en France** soit environ **1 500 collaborateurs** et **65% du marché** qui partagent la même vision et la même déontologie dans la pratique de leurs métiers au quotidien.

La raison d'être de Syntec Conseil en Relations Publics repose sur la **volonté commune à tous ses adhérents de s'interroger sur leur métier**, sur leur désir de le **faire évoluer**, de le **voir connu** et **reconnu** pour ses **spécificités**.

Syntec Conseil en Relations Publics entretient de **nombreux réseaux professionnels** et partenariats associatifs au bénéfice de ses agences membres tant **en France** qu'à **l'international**.

## RELATIONS AVEC LES ASSOCIATIONS DE LA COMMUNICATION



**ASSOCIATION DES AGENCES-CONSEILS EN COMMUNICATION** est un partenaire privilégié par son implication et son soutien et dans nos actions comme la promotion de la **Charte La Belle Compétition**, le renouvellement du partenariat sur l'organisation de la troisième édition du concours des **Meilleurs Espoirs Français des Relations Publics et du Public Reputation Lab 2017**.



**COMMUNICATION ET ENTREPRISE** et Syntec Conseil en Relations Publics renouvellent chaque année leur partenariat pour les **Grands Prix de la Communication**. Il permet à nos agences adhérentes de pouvoir candidater à un **tarif privilégié**. De plus, cette année Communication et Entreprise a renouvelé son partenariat pour le **Public Reputation Lab** et le **référentiel de la mesure des relations publics**. Syntec Conseil en Relations Publics a participé à la promotion de leur **Kit pour une communication non sexiste**, diffusé début 2017.



**INFORMATION PRESSE & COMMUNICATION** est une association de professionnels de la communication dont l'un des objectifs principaux est de défendre les codes de déontologie(s) de la profession. Elle a été cette année un des partenaires du **Public Reputation Lab** et le **référentiel de la mesure des relations publics**.



**SYNAP** (représentant les conseils en relations médias qui exercent en indépendants, en agence ou en entreprise) est engagé à nos côtés pour la promotion des enjeux de la mesure des RP. **Le Référentiel de la mesure des RP**, la réflexion commune sur la représentation de nos métiers auprès des différents ministères compétents, et a été, cette année encore, un des partenaires du **Public Reputation Lab**.



**L'UNION DES ANNONCEURS (UDA)** est, en France, l'organisation représentative des annonceurs, c'est-à-dire des entreprises qui recourent aux différentes techniques de communication. L'UDA nous a ouvert son fichier membres (les directeurs de la communication) pour nos deux enquêtes majeurs : **le baromètre Viavoice « Publics Réputation »™** déterminant les gagnants des **Trophées de la Réputation** et **l'enquête YouGov sur l'impact du digital sur la communication de crise**, pour la commission Communication de Crise. L'UDA est également partenaire pour le **référentiel de la mesure des relations publics**.



**COMMUNICATION PUBLIQUE**, l'association réunissant un réseau de directeurs et responsables de communication des institutions publiques, et Syntec Conseil en Relations Publics ont engagé cette année encore un partenariat de visibilité sur le **Public Reputation Lab 2017** et le **référentiel de la mesure des relations publics**.

## RELATIONS INTERNATIONALES

**L'INTERNATIONAL ASSOCIATION FOR MEASUREMENT AND EVALUATION OF COMMUNICATION** est l'organisation professionnelle la plus importante au monde en matière de renseignements et d'informations sur les médias. Elle représente les sociétés qui fournissent des études médiatiques et des recherches en communication. **AMEC** compte actuellement plus de 150 membres dans 86 pays à travers le monde.



**L'INTERNATIONAL COMMUNICATIONS CONSULTANCY ORGANISATION** est une organisation mondiale représentative de la voix des Relations Publics. Elle réunit les syndicats professionnels ou associations de référence du métier de **48 pays**, et à travers ses membres, plus de **2 500 agences de Relations Publics**, en Europe, Afrique, Asie, Moyen-Orient, Amérique et Australie.



ICCO s'attache à l'établissement de **standards de qualité** (certification CMS), au **respect de l'éthique** et des **codes de la profession**, à l'harmonisation des pratiques entre les pays membres, au partage des connaissances. Les occasions d'échange entre les agences se font lors des Conseils, tenus deux fois par an, lors du Sommet annuel des Relations Publics (Global PR Summit) et sur de nombreuses manifestations partenaires.

Le président de l'ICCO, élu pour une période de deux ans, est **Maxim Behar** (BAPRA, Bulgarie). La France est représentée au Conseil des membres par **Florence Gillier** (Florence Gillier & Associés) depuis 2007.

## POURQUOI FAIRE PARTIE DU CLUB DES PARTENAIRES ?

**Le Club des Partenaires Agréés** de Syntec Conseil en Relations Publics a été lancé en janvier 2013, en réponse au besoin d'un renforcement de la relation entre les agences conseil en relations publics et leurs partenaires traditionnels.

Le Club des Partenaires Agréés se compose de prestataires potentiels des agences de relations publics : **surveillance médias/web, enquêtes, études, données barométriques, solutions RH...**

Parmi les nombreux intérêts pour nos partenaires à rejoindre ce Club :

- **La possibilité de mentionner ce partenariat officiel et d'être référencé auprès de l'ensemble de la profession des relations publics.**
- **Celle de participer à nos événements et de contribuer à nos commissions de travail.**
- **Celle d'accéder directement aux dirigeants des plus importantes agences françaises.**

Chaque mois, les partenaires agréés de Syntec Conseil en Relations Publics animent un **atelier thématique** sur des questions d'actualité, concernant tant l'évolution de la profession que celle de la gestion. Tout adhérent peut participer à ces ateliers.



KANTAR MEDIA



**DIFFUSION ET PARTAGE DE L'INFORMATION SUR LES MÉDIAS TRADITIONNELS VS MÉDIAS SOCIAUX.**

Animé par Arnaud Couturier, Directeur de projet Études, et Sonia Metché, Directrice Études

CISION



**RP, MARKETING, COMMUNICATION : QUI REMPORTERA LA BATAILLE DE L'INFLUENCE ?**

Animé par Cyndie Bettant, Content Manager

LAUNCH METRICS



**LA BIG DATA AU SERVICE DE L'INFLUENCE ET DU MARKETING : DE L'IDENTIFICATION À L'ÉVALUATION ROI**

Animé par Jennifer Muller, Data Service Manager

nomination  
nomination.fr



**COMMENT GAGNER ET FIDÉLISER SES CLIENTS ?**

Animé par Christophe Wilmart, Business Développement Manager

ePressPack  
Content Newsroom Solutions



**L'ÉVOLUTION DIGITALE DES MÉDIAS TV, EN TERMES D'OFFRE ET DE STRATÉGIE DE COMMUNICATION**

Animé par Antoun Sfeir, Président d'ePressPack

Babblér



**METTRE EN PLACE UNE PLATEFORME DE CONTENU À L'HEURE DES RP DIGITALES ET DU MARKETING D'INFLUENCE**

Animé par Sarah Azan, COO, Co-Founder de Babblér et Jérémy Bouffier

KANTAR MEDIA



**INSTAGRAM : L'AFFINITÉ AU CŒUR DES STRATÉGIES DE MARQUE**

Animé par Christophe Manceau, Directeur Insights et Client Services

Meltwater



**COMMENT MESURER ET PRÉSENTER L'IMPACT DE VOS CAMPAGNES RP DIGITALES ?**

Animé par Xavier Lélut, Directeur de la Stratégie Client

BusinessWire  
A Berkshire Hathaway Company



**LE COMMUNIQUÉ DE PRESSE : UN OUTIL FORMIDABLE S'IL EST PENSÉ ET CONÇU POUR RÉPONDRE AUX USAGES DES NOUVEAUX MÉDIAS**

Animé par Agnès DELEUZE, Responsable Marketing et Communication et Patrice Le Tulle, Directeur France & Europe du Sud

## 2. VALORISER LES METIERS DES PR LA PRIORITE POUR 2016/2017

### 2.1. PARLER D'UNE SEULE VOIX | #PRMAKESENSE

Le vendredi 16 juin, le Syntec Conseil en Relations Publics lançait **pour la toute première fois depuis sa création une grande campagne de communication sur ses métiers** ; campagne qui se déclinera tout au long de l'année 2017 tant sur les key visual que sur les outils de développement et de communication du syndicat.

#### LES ÉTAPES

1. Workshop sur la plateforme de message (dès septembre 2016)
2. Elaboration brief créatif (novembre 2016)
3. Compétition 3 teams créatifs (janvier et février 2017)
4. Sélection de la campagne (mars et avril 2017)
5. Développement de la campagne key visual et outils de com (mai et juin 2017)

#### LA CAMPAGNE « SANS PUBLIC RELATIONS VOUS COMMUNIQUEZ À MOITIÉ » #PRMAKESENSE

Suite au workshop et à l'élaboration du brief créatif, il est apparu urgent à Syntec Conseil en Relations Publics de rappeler les missions centrales des Public Relations :

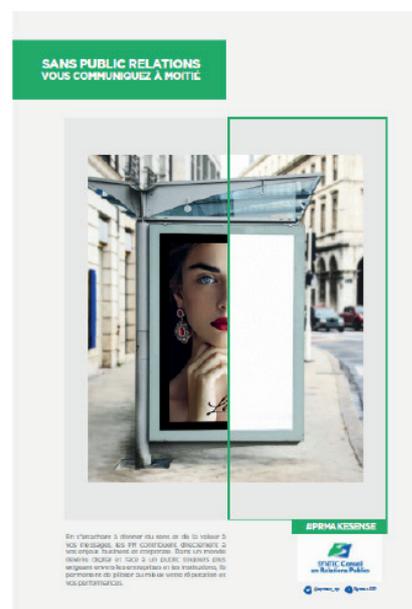
- **Créer de la confiance et de la préférence.**
- **Protéger et développer la réputation des entreprises, institutions et marques, en complémentarité avec les autres disciplines marketing.**
- **Apporter du sens en créant de la valeur dans une logique de performance et d'efficacité mesurables.**

#### « SANS PR, VOUS COMMUNIQUEZ À MOITIÉ »

Pour marquer les esprits, la campagne de Syntec Conseil en Relations Publics s'attache à **montrer le rôle majeur des Public Relations, en démontrant leur valeur ajoutée incontournable en complémentarité avec les autres disciplines de la communication**, dans une logique multicanal.

Une première création illustre l'apport des PR pour amplifier une campagne publicitaire, d'autres suivront pour égrener de nombreux autres exemples : événementiel, packaging, produit... et ce dans de multiples secteurs.

Si déployer un dispositif PR est devenu naturel, souvent une évidence, **la véritable valeur réside dans la capacité à générer du sens. Ainsi la signature de la campagne vise notamment à installer un motto à travers un hashtag : #PRMakeSense.** En anglais, pour résonner dans un environnement international, le gimmick joue sur la double signification de l'expression, largement utilisée en marketing.





## DU SENS ET DE LA VALEUR POUR LES PR

Un texte court permet de synthétiser en une body copy les messages clés de la campagne :

*Les PR contribuent directement à vos enjeux business et corporate. Dans un monde devenu digital et face à un public toujours plus exigeant envers les entreprises et les institutions, les PR permettent de piloter au mieux votre réputation et vos performances.*

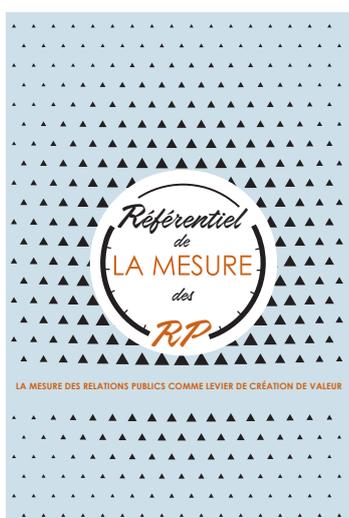
### LANCEMENT D'UN **CREATIV CHALLENGE** : APPROPRIEZ-VOUS CETTE CAMPAGNE !

Syntec RP a lancé également, le 16 juin, un concours auprès de ses agences membres : **le Creativ Challenge**.

Le but : proposer une infinité de déclinaisons possibles de la campagne dans des domaines aussi variés que : l'événementiel, le design, le packaging, le web, l'édition...

Le principe : chaque agence a reçu un layout du visuel de la campagne et un Guide Lines. A charge aux créatifs de mettre leur imagination au service de Syntec RP et d'envoyer leurs visuels.

Envoyez vos créations à :  
[anne-mareille.dubois@groupement-syntec.org](mailto:anne-mareille.dubois@groupement-syntec.org)



## 2.2. DÉMONTRER LA CRÉATION DE VALEUR ET LE FAIRE SAVOIR

Ce qui ne se mesure pas vaut zéro !

### 2.2.1. MESURER LA VALEUR DES RP RÉFÉRENTIEL DE LA MESURE

Edité en septembre 2014, **ce référentiel accompagne les décideurs dans le choix des indicateurs les plus pertinents** dans leurs prises de décisions pour qu'elles soient plus performantes, compréhensibles et axées sur les résultats. **Une nouvelle version et traduite également en anglais** est sortie en septembre 2016.

**2500 téléchargements** sur le site [www.referentieldelamesure.com](http://www.referentieldelamesure.com)

Une équipe composée de membres du **SYNAP**, **L'Argus de la Presse**, **Kantar Media** et du **Syntec RP** sillonne **la France pour présenter le référentiel** : 14 dates, 10 villes et quelques 500 personnes venues s'informer



**08.02**  
Paris (SYNTEC)  
**28.02**  
Nancy



**17.01**  
Paris (SYNAP)  
**19.01**  
Bordeaux  
**26.01**  
Lausanne



**8.12**  
Nantes  
**14.12**  
Lille



**4.11**  
Paris (UDA)  
**18.11**  
Strasbourg  
**29.11**  
Toulouse



**18.10**  
Lyon  
**25.10**  
Paris



**12.09**  
Paris  
**28.09**  
Rennes

Ce référentiel est approuvé par les organisations professionnelles telles que : **Communication et Entreprise, Communication Publique, Information Presse & Communication, PRCA, Synap, UDA, Amec, ICCO** et les instituts de veille et de mesure comme : **L'Argus de la Presse, CISION, Kantar Media, Launchmetrics, Occurrence.**

## 2.2.2. GAGNER EN VISIBILITÉ, DÉVELOPPER NOTRE RÉPUTATION ET GÉNÉRER DE LA CONFIANCE

### AGORA | Elections américaines 2016 : la revanche du sociétal sur la data ?

**Conférence annuelle** organisée par Syntec Conseil en Relations Publics, elle a vocation à réunir des professionnels, experts et représentants de la société civile autour d'un **sujet d'actualité et/ou d'une thématique spécifique** qui auront un impact fort sur les clés de compréhension, l'évolution et **l'avenir de la communication**, tant pour les entreprises que pour les agences.

Mercredi 16 novembre 2016, **123 invités** (Directeurs de communication, dirigeants d'agence, consultants, journalistes ou encore étudiants) ont participé à cette table ronde organisée au **CELSA** sur les enseignements de la campagne des élections américaines 2016. Animée par **François Clemenceau**, Rédacteur en Chef International au Journal du Dimanche, avec la participation de :

- **Peter CARSON**, Managing director de Powell Tate – Weber Shandwick
- **Mark DEEN**, Chef du bureau adjoint et responsable macro-économie
- **Gilles FINCHELSTEIN**, Directeur général de la Fondation Jean Jaurès
- **Nicolas HUBE**, Maître de conférences à l'université Paris 1
- **Frédéric MICHEAU**, Directeur du département Opinion et Politique



## PUBLIC REPUTATION LAB | Les enjeux de la réputation



**PILOTÉ PAR THIERRY WELLHOFF** (Wellcom)

**Equipe :** *Benoît Désveaux (Hopscotch Groupe), Arnaud Pochebonne (Weber Shandwick)*

Jeudi 22 mars 2017, Syntec Conseil en Relations Publics a organisé, au MEDEF, la **3<sup>e</sup> édition du Public Reputation Lab** et les **5<sup>e</sup> Trophées de la Réputation**.

Cette année, **190 personnes** sont venues assister aux deux tables rondes animées par **Olivier de LAGARDE**, rédacteur en chef adjoint à France info.

**Les nouveaux acteurs de la réputation :**

- **Anne-Elisabeth Combes**, Associé avocat en droit des affaires chez Ernst & Young
- **Patrick Widloecher**, Déontologue du groupe La Poste, Vice-Président du Cercle Ethique des Affaires (CEA), Chargé de la communication
- **Olivier Moura**, Avocat à la Cour, docteur en droit

**L'impact de la réputation sur la valorisation :**

- **Emmanuel de La Ville**, Président Directeur Général d'EthiFinance et éditeur de l'indicateur Gaïa
- **Bruno Fine**, Président fondateur de Roche-Brune Asset Management
- **Marc Duchevet**, Associé en charge de l'activité Risk Advisory chez Deloitte France



Les partenaires de l'édition 2017 : **Kantar Media, Argus de la presse, Medef, Communication et Entreprise, Information Presse et Communication, UDA, AACC, SYNAP, Communication Publique, L'ADN, CultureRP, French Web** et **MadameMonsieur**

## LES TROPHEES DE LA REPUTATION | l'étude barométrique « Publics Réputation »™



**PILOTÉ PAR THIERRY WELLHOFF** (Wellcom)

**Equipe :** *Benoît Désveaux (Hopscotch Groupe), Arnaud Pochebonne (Weber Shandwick)*

**Les Trophées de la Réputation** sont fondés sur l'étude barométrique « **Publics Réputation** »™ réalisée chaque année par Syntec Conseil en Relations Publics et **l'institut Viavoice**, qui analyse la réputation comme une réalité polymorphe. Celle-ci est construite d'une part **sur différents indicateurs** tels que : **la confiance, la qualité des prestations, la responsabilité sociétale des entreprises, les perspectives d'avenir et la tonalité sur Internet**. Elle se fonde d'autre part sur les opinions émanant de plusieurs publics : **grand public, actionnaires, salariés, jeunes (18-24 ans), militants de causes citoyennes et écologistes**.

Ce baromètre évalue la réputation d'une quarantaine de grandes entreprises, réparties par secteurs d'activités, qui ont été pré-sélectionnées par des professionnels de la communication et soumis ensuite à un panel grand public de 1000 Français.

### Le Palmarès 2017

- Prix de la Distribution : **E.LECLERC**
- Prix Grande Consommation : **Danone**
- Prix Nouvelles Technologies : **Google**
- Prix Tourisme et Loisirs : **Disneyland Paris et Air France** (ex aequo)
- Prix Service, Banque et Assurance : **LA POSTE**
- Prix Catégorie Industrie et Transport : **AIRBUS**
- Grand Prix : **E.LECLERC**

Retrouvez les meilleurs moments en vidéo  
sur notre chaine Youtube : [www.youtube.com/user/SyntecRP](http://www.youtube.com/user/SyntecRP)



## PRESENCE DES AGENCES AUX GRANDS PRIX DE COMMUNICATION

Chaque année Syntec Conseil en Relations incite ses agences adhérentes à candidater aux différentes remises de prix afin de mettre en avant le **rôle primordial des Public Relations** dans n'importe quelle campagne de communication.

Toutes les informations sont sur le site :  
[www.syntec-rp.com/awards/lagenda-des-prix/](http://www.syntec-rp.com/awards/lagenda-des-prix/)

### Compétitions Françaises

- **Top Com**
- **Grand Prix Communication & Entreprise**
- **Grand Prix Stratégies**

### Compétitions Internationales

- **Cannes Lions**
- **Sabre Awards**
- **Cristal Awards**





## 2.3. ATTIRER & DÉVELOPPER LES TALENTS

### 2.3.1. CARREFOUR DES RP

**Salle comble** pour la **11<sup>è</sup> édition** du Carrefour des RP qui s'est tenue le 24 novembre 2016 à l'auditorium du **#Cloud Business Center** ! Près de **200 étudiants**, en quête de vocation, sont venus assister à la conférence. Pendant deux heures, ils ont eu la présentation des **métiers des PR**, des **cas remarquables** et **les conseils d'une DRH** pour toutes les questions liées à l'évolution professionnelle.



**Au programme :**

#### 1. La projection de 3 vidéos métiers :

- **Qu'est-ce qu'un Community Manager ?**
- **Qu'est-ce qu'un consultant Media Grand Public ?**
- **Qu'est-ce qu'un consultant Corporate / crise ?**

#### 2. La présentation de 3 cas pratiques très différents, illustrant la multiplicité des spécialités du métier des PR :

- **Communication Grand Public et Corporate** par Alexia Chrétien et Alice Dalla Costa, Directrices de clientèle chez Burson Marsteller I&E
- **Affaires publiques** par Stanislas Barnett, Directeur de clientèle, Maarc
- **Communication Grande cause** par Fabien Aufrechter et Daniel Saltsman, Consultants, Havas Paris



#### 3. Une intervention sur les perspectives du secteur, l'intégration des jeunes diplômés avec Florence Oyon, DRH, Burson Marsteller I&E.

Organisé chaque année par la Commission formation avec le soutien, financier du FAFIEC, la prochaine édition du **Carrefour des RP** aura lieu **le 30 novembre 2017**.

## 2.3.2. ÉLABORATION KIT PÉDAGOGIQUE

Dans le cadre des actions de promotion des métiers et des filières financées par le FAFIEC (Taxe d'apprentissage), Syntec RP a proposé de réaliser **un kit pédagogique à destination des enseignants en Relations Publics**.

Dans une logique de labellisation (à venir) des programmes, **le kit doit être engagé** : il met en avant des points essentiels sur lesquels l'adhésion de l'enseignant est souhaitée.

Dans une logique de légitimation des Relations Publics (matière d'enseignement à part entière), **le Kit pointe les auteurs, les théories, les recherches, les fondamentaux, les incontournables, etc.**

Sous forme de **fiches pratiques** (non pas un cours rédigé), le montage est effectué par l'enseignant lui-même.

Lancement du Kit : **octobre 2017.**

## 2.3.3. VIDÉOS MÉTIERS

Puisque tous les chemins, ou presque, mènent au conseil en relations publics ! Les interventions des professionnels des relations publics portent sur **une telle diversité de sujets** que la plupart des formations peuvent correspondre à un besoin... Il nous semblait donc nécessaire de définir **les différents métiers des PR sous forme de vidéos très courtes (2')** et **dynamiques** (micro-trottoir suivi d'un témoignage professionnel).

En 2016, la Commission Formation a réalisé 3 vidéos :

- **Qu'est-ce qu'un Community Manager ?**
- **Qu'est-ce qu'un consultant Media Grand Public ?**
- **Qu'est-ce qu'un consultant Corporate / crise ?**

En 2017, elle prévoit la réalisation de 2 nouvelles vidéos correspondant à une montée en puissance de certaines professions :

- **Qu'est-ce qu'un PR Manager ?**
- **Qu'est-ce qu'un Planneur Stratégique en agence de RP ?**



Retrouvez ces vidéos sur le site :  
[www.syntec-rp.com/metiers/les-fonctions/](http://www.syntec-rp.com/metiers/les-fonctions/)

## 2.3.4. MEILLEURS ESPOIRS RP | CANNES LIONS



Pour la troisième année consécutive, le 2 mars 2017 Syntec Conseil en Relations Publics, a organisé un grand concours de sélection et de coaching : «Meilleurs Espoirs Français des Relations Publics» afin de soutenir la participation de la France au «Young Lions PR Competition» qui s'est tenu à Cannes lors de la 64ème édition des Cannes Lions du 17 au 19 juin 2017.

«MERP» prend chaque année de plus en plus d'ampleur : 12 agences se sont lancées dans la compétition, pour l'édition 2017. Après une pré-sélection par vote du public (près de 3216 votants individuels) et des membres du jury, 5 équipes ont été conviées à concourir sur un cas grande cause (ZUPdeCO, l'association qui agit pour favoriser la réussite scolaire du plus grand nombre) parmi elles :



- Segolene Redon & Felix Vo - Havas Paris (gagnants du concours 2017)
- Sarah Maurel & Valentin Guiod - Kingcom/Josiane
- Céline Gérard & Clémence Wetzel - H+K Stratégies
- Mélanie Sourdot & Paul Luce - Hopscotch
- Juliette Millet & Solène Caron - Monet & Associés



Un jury d'exception (composé de Dirigeants d'agence et de nos partenaires) qui s'étoffe d'année en année :

- Isabelle Wolf, Présidente du Jury Meilleurs Espoirs des Relations Publics, Dirigeante fondatrice de Kingcom
- Iannis Ait-Ali, Directeur Associé de Publicis Consultants
- Laurent Allias, Papa de l'agence Josiane et éleveur de Chatons d'Or
- Nathalie Bernard, Directrice Générale de Hopscotch
- Stéphane Billiet, Président de We agency
- Marie-Pierre Bordet, Vice-Présidente Déléguée Générale de l'AACC
- Samira Chakkaf Andalouci, Directrice de Pepper Menthe Communication
- Marc Chauchat, General Manager chez Burson-Marsteller i&e
- Marion Darrieutort, CEO de l'Agence Elan Edelman
- Olivier Dujol, Gérant d'Edinove / Le Guide des Relations Presse et de la Communication
- Alexis Donot, Directeur général de l'Argus de la Presse
- Julie Espalioux, Associée fondateur / en charge des stratégies d'engagement de l'Agence Babel
- Corinne Got, Client Advisory Board member EMEA region de Hill+Knowlton Strategies WPP Group
- Claire-Valérie Guillen, Partner Havas Paris
- Nawal Hamitouche, CEO de l'agence Brightness
- Eric Maillard, Directeur général d'Ogilvy Paris
- Pierre-Hubert Meilhac, Directeur général de Golin Harris
- Julien Monet, CEO Monet & Associés
- Virginie Munch, Directrice générale de l'ISCOM
- Béatrice Sutter, Directrice de la rédaction de l'ADN
- Anne-Cécile Thomann, Directrice Général Adjointe de TBWA Corporate
- Thierry Wellhoff, Président de l'Agence Wellcom

Les partenaires 2017 : AACC, l'Argus de la Presse, Le Guide des Relations Presse et de la Communication, l'ADN, ISCOM et MadameMonsieur.

### 2.3.5. NEXTGEN OU COMMENT SHAKER LE CA DE SYNTEC RP !

**Le Club Next Gen** a pour mission de fédérer les collaborateurs passionnés par les relations publics et l'évolution de la profession.

**Sa mission :** promouvoir les relations publics et d'être :

- **un Think-Tank :** recommandations, prospective...
- **un Do-Tank :** événements, remise de prix, passerelle agences-écoles...

Porté par **Daniel Saltsman** et **Fabien Aufrechter**, consultants chez **Havas Paris** et tous deux lauréats des Meilleurs Espoirs Français des RP en 2016, et parrainé par **Isabelle Wolf**, NextGen regroupe à ce jour une douzaine de consultants.



*« 2017 sera l'année du lancement d'un club de réflexion et d'action porté par de jeunes professionnels des relations publics. Alors que nos métiers sont encore trop souvent méconnus ou mal identifiés, il nous semblait essentiel de s'unir afin de valoriser nos expertises et notre identité. C'est très simple : l'objectif est que dans un futur proche nos parents comprennent enfin ce que nous faisons de nos journées et soient aussi fiers de dire que leurs enfants travaillent dans les RP que comme avocat ou médecin ! » Daniel & Fabien*

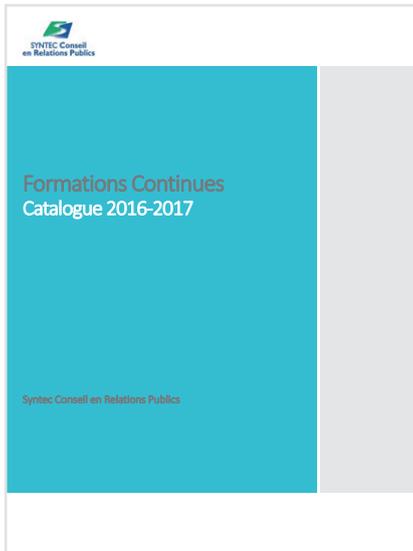
### 2.3.6. FORMATION CONTINUE

Parce que les métiers, les techniques et les outils évoluent constamment, **il faut se former tout au long de sa vie**. Afin de développer les compétences des professionnels des Relations Publics, la commission Formation élabore un programme de formations continues.

**Quelles sont les caractéristiques de ces formations ?**

- **Prises en charge par le FAFIEC selon les critères paritaires appliqués.**
- **Tarif négocié pour les agences adhérentes.**
- **Animées par des formateurs reconnus pour leur expertise.**
- **Localisées dans les locaux de la Fédération Syntec.**
- **Un nombre restreint de participants pour accroître l'interactivité (6 à 12 personnes).**

### Le catalogue 2016/2017 :



- **Communication de crise (20 janvier 2017)** : animée par Hélène SION
- **Prise de parole en public (9 et 24 mars 2017)** : animée par Elodie LE GUEN
- **Construire et piloter une stratégie digitale (2 et 30 mars 2017)** : animée par Bérénice LOUIS
- **Manager et responsabiliser une équipe (21 septembre et 12 octobre 2017)** : animée par Jacques Gauthier
- **Savoir négocier ses honoraires en agence (19 et 20 octobre 2017)** : animée par Elisabeth Johnston
- **Stratégie digitale d'influence (novembre 2017)** : animée par Bérénice Louis
- **Management stratégique pour dirigeants de PME (7 et 8 décembre 2017)** : animée par Jacques Gauthier

Si vous souhaitez soumettre des thèmes de formation et des intervenants, **contactez Anne-Mareille Dubois ([anne-mareille.dubois@groupement-syntec.org](mailto:anne-mareille.dubois@groupement-syntec.org))** et la commission formation ensuite validera les propositions.

## 2.3.7 MANAGEMENT, THE KEY TO SUCCESSFUL PUBLIC RELATIONS AND CORPORATE COMMUNICATIONS

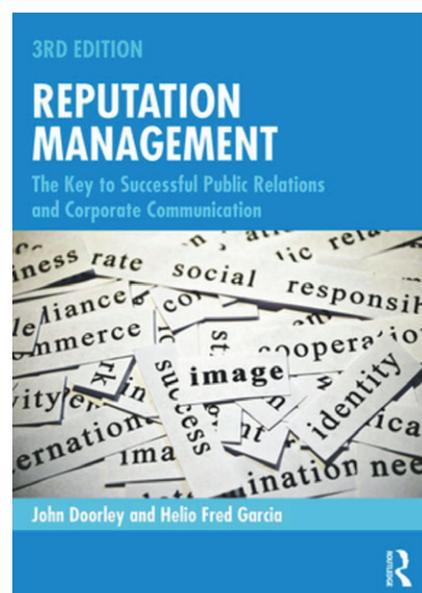
### Enfin un livre qui pose les fondamentaux des PR !

**Reputation Management** est un guide pratique aussi bien conçu pour les étudiants que les professionnels. **Il repose sur le principe que la réputation peut être mesurée, surveillée et gérée.**

Organisé autour de la communication d'entreprise, comprenant les relations avec les médias, la communication interne, les relations gouvernementales et les relations avec les investisseurs, le livre fournit un guide testé sur le terrain traitant des **problèmes de réputation** de l'entreprise tels que les fuites d'information, le traitement injuste de la presse et les rumeurs négatives et se concentre sur les solutions pratiques. Chaque chapitre est **complété par l'expérience réelle des auteurs et des contributeurs**, issus d'un large panel de professionnels de communication d'entreprise.

Ecrit par deux américains : John Doorley & Helio Fred Garcia, ce projet de traduction et d'adaptation est porté par Benoît Désveaux (Hopscotch Groupe). Un groupe de travail en cours de constitution aura pour mission de :

- **Valider le processus et préciser les missions entre Syntec RP, l'éditeur et une éventuelle stagiaire.**
- **Relire le livre pour proposer des annotations et éventuellement supprimer des paragraphes.**
- **Analyser les cas d'illustration du propos pour les franciser et mettre en avant des agences françaises.**
- **Relire la version traduite en français par l'éditeur.**
- **Concevoir une campagne de lancement et ouvrir un blog pour enrichir le livre.**



A ce jour, il nous manque encore **la pré-commande 500 livres** (50€ pièce) pour lancer la traduction auprès de l'un des deux éditeurs sélectionnés (CFPJ ou Eyrolles).

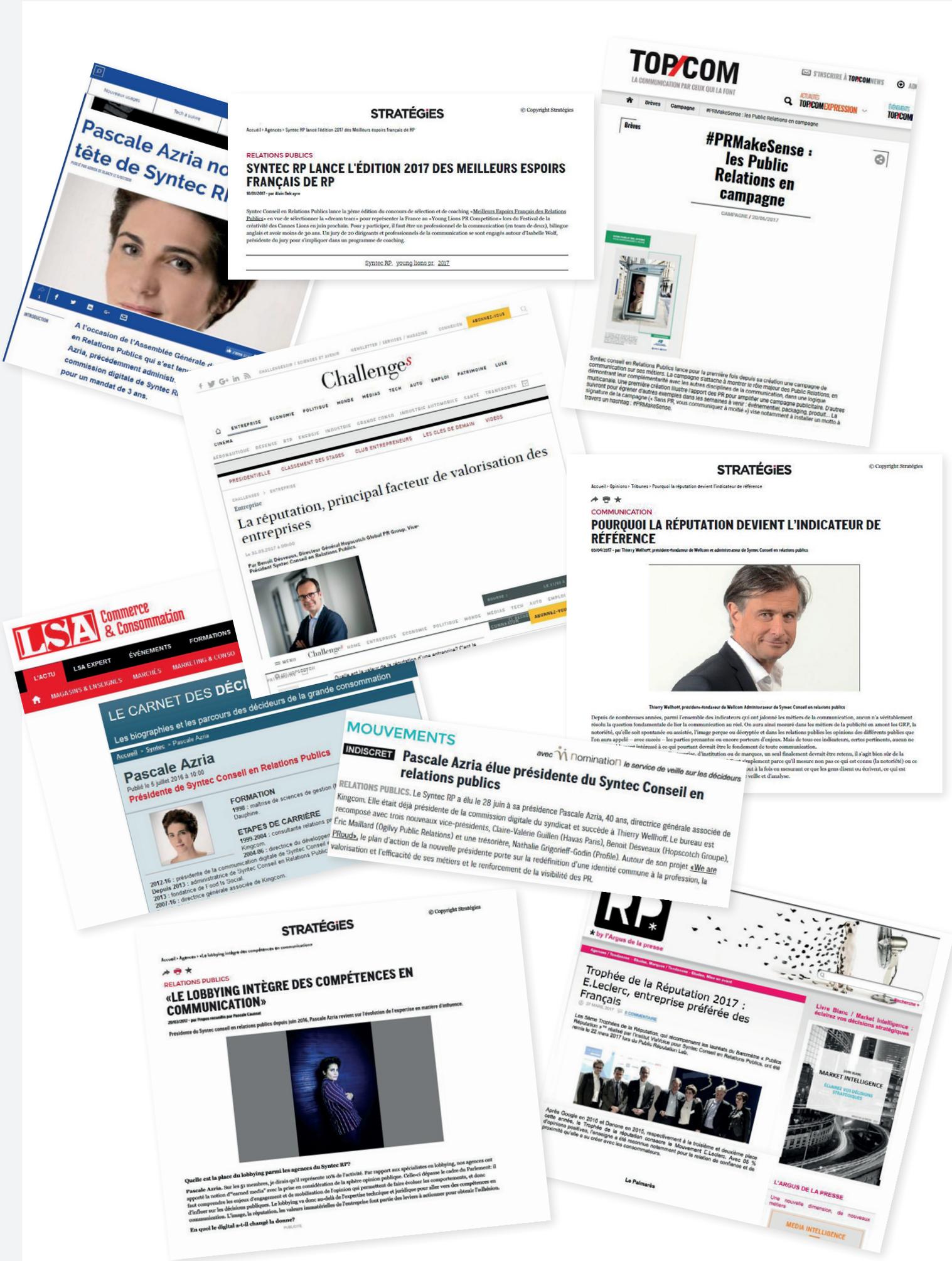
## 2.4. AUGMENTER EN VISIBILITÉ ET NOURRIR LA MARQUE SYNTEC RP DANS LES MÉDIAS ET RÉSEAUX SOCIAUX

L'objectif sur trois années est de **gagner en visibilité** sur l'ensemble de notre écosystème, **développer la réputation du syndicat** et de **générer de la confiance**, en s'appuyant sur des dispositifs existants et en imaginant des nouvelles activations qui marquent les esprits...

### 2.4.1. LES RELATIONS MÉDIAS

Depuis janvier 2017, Syntec Conseil en Relations Publics est accompagné par **Ethel Bachelier** dans ses relations avec les médias. Objectifs 2017 :

- **Poursuivre et intensifier la médiatisation des principales actualités/actions** de Syntec Conseil en Relations Publics en communiquant sur les Young PR Lions 2017 (+ nouveau Club de Young PR), le PR Lab/Les Trophées de la Réputation, les Cannes Lions, La 1ère campagne de communication, le carrefour des Métiers, l'Agora d'automne... auprès de la presse professionnelle sectorielle (communication, digitale) et, selon l'événement, étudiante, entreprise/management et généraliste.
- **Renforcer l'exposition de Syntec Conseil en Relations Publics avec des prises de parole régulières de la Présidente et de ses adhérents** dans la presse professionnelle sectorielle mais aussi dans la presse généraliste et économique. **Mettre tout particulièrement en avant les différentes expertises et métiers afin de les valoriser** : évolution de la profession ; enjeux ; montrer en quoi et comment les RP créent de la valeur...



**Pascale Azria no tête de Syntec RP**

**STRATÉGIES**

Accueil > Agences > Syntec RP lance l'édition 2017 des Meilleurs Espoirs Français de RP

**RELATIONS PUBLICS**

**SYNTEC RP LANCE L'ÉDITION 2017 DES MEILLEURS ESPOIRS FRANÇAIS DE RP**

10/03/2017 - par [Aline Lebeyecq](#)

Syntec Conseil en Relations Publiques lance la 3ème édition du concours de sélection et de coaching «Meilleurs Espoirs Français des Relations Publiques» en vue de sélectionner la «dream team» pour représenter la France au «Young Lions PR Competition» lors du Festival de la créativité des Cannes Lions en juin prochain. Pour y participer, il faut être un professionnel de la communication (en team de deux), bilingue anglais et avoir moins de 30 ans. Un jury de 20 dirigeants et professionnels de la communication se sont engagés autour d'Isabelle Wolf, présidente du jury pour s'impliquer dans un programme de coaching.

Syntec RP - young lions pr. 2017.

**TOPCOM**

LA COMMUNICATION PAR CEUX QUI LA FONT

Accueil > Brèves > Campagne > #PRMakeSense : les Public Relations en campagne

**#PRMakeSense : les Public Relations en campagne**

CAMPAGNE / 20/03/2017

Syntec conseil en Relations Publiques lance pour la première fois depuis sa création une campagne de communication sur ses métiers. La campagne s'attache à montrer le rôle majeur des Public Relations, en démontrant leur complémentarité avec les autres disciplines de la communication, dans une logique suivante pour élargir et élever l'impact des PR pour amplifier une campagne publicitaire. D'autres signatures de la campagne (« Sans PR, vous communiquez à moitié ») visent notamment à installer un mot-clef à travers un hashtag : #PRMakeSense.

**Challenges**

ENTREPRISE ECONOMIE POLITIQUE MONDE MEDIAS TECH AUTO EMPLOI PATRIMOINE LUXE

REGARDEZ ICI LES CLASSEMENTS DES STAGES ELUS ENTREPRENEURS LES CLES DE DEMAIN VIDEOS

**La réputation, principal facteur de valorisation des entreprises**

Le 23.03.2017 à 09:00

Par [Benoît Desvieux](#), Directeur Général Hopsochouch Global PR Group, Vice-Président Syntec Conseil en Relations Publiques

**STRATÉGIES**

Accueil > Opinions > Tribunes > Pourquoi la réputation devient l'indicateur de référence

**COMMUNICATION**

**POURQUOI LA RÉPUTATION DEVIENT L'INDICATEUR DE RÉFÉRENCE**

03/04/2017 - par [Thierry Wellhoff](#), président-directeur de Wellcom et administrateur de Syntec Conseil en relations publiques

Depuis de nombreuses années, parmi l'ensemble des indicateurs qui ont jalonné les métiers de la communication, aucun n'a véritablement répondu à la question fondamentale de la communication au réel. On aura ainsi mesuré dans les médias de la publicité en avant les GRP, la notoriété, qu'elle soit spontanée ou assistée, l'image perçue ou décryptée et dans les relations publiques les opinions des différents publics que l'on aura appelé - avec succès - les parties prenantes ou encore porteurs d'opinion. Mais de tous ces indicateurs, certes pertinents, aucun ne nous a véritablement intéressés à ce qui pourrait devenir le fondement de toute communication. C'est simplement parce qu'il mesure non pas ce qui est connu (la notoriété) ou ce qui a la fois un message et ce que les gens disent ou écrivent, ce qui est visible et d'analyse.

**LSA Commerce & Consommation**

L'ACTU LSA EXPERT ÉVÉNEMENTS FORMATIONS

MAGASINS & ENSEIGNES MARCHÉS MARKETING & CONSO

**LE CARNET DES DÉCIDEURS**

Les biographies et les parcours des décideurs de la grande consommation

Actualité > Syntec > Pascale Azria

**Pascale Azria**

Publié le 5 juillet 2016 à 10:00

**Présidente de Syntec Conseil en Relations Publiques**

**FORMATION**

1998 : maîtrise de sciences de gestion à Dauphine.

**ETAPES DE CARRIÈRE**

1999-2004 : consultante relations publiques à Kingcom.

2004-06 : directrice du développement à Syntec Conseil en Relations Publiques.

2012-16 : présidente de la communication digitale de Syntec Conseil en Relations Publiques.

Depuis 2013 : administratrice de Syntec Conseil en Relations Publiques.

2013 : fondatrice de l'outil Social.

2007-16 : directrice générale associée de Kingcom.

**MOUVEMENTS**

**INDISCRET**

**Pascale Azria élue présidente du Syntec Conseil en relations publiques**

avec nomination le service de veille sur les décideurs

**RELATIONS PUBLICS.** Le Syntec RP a élu le 28 juin à sa présidence Pascale Azria, 40 ans, directrice générale associée de Kingcom. Elle était déjà présidente de la commission digitale du syndicat et succède à Thierry Wellhoff. Le bureau est recomposé avec trois nouveaux vice-présidents, Claire-Valérie Guillen (Havas Paris), Benoît Desvieux (Hopsochouch Groupe), Eric Maillard (Ogilvy Public Relations) et une trésorière, Nathalie Grigorieff-Godin (Profile). Le plan d'action de la nouvelle présidente porte sur la redéfinition d'une identité commune à la profession, la valorisation et l'efficacité de ses métiers et le renforcement de la visibilité des PR.

**STRATÉGIES**

Accueil > Agences > «Le lobbying intègre des compétences en communication»

**RELATIONS PUBLICS**

**«LE LOBBYING INTÈGRE DES COMPÉTENCES EN COMMUNICATION»**

20/03/2017 - par [Propos recueillis par Pascale Cassat](#)

Présidente du Syntec conseil en relations publiques depuis juin 2016, Pascale Azria revient sur l'évolution de l'expertise en matière d'influence.

**Quelle est la place du lobbying parmi les agences du Syntec RP?**

Pascale Azria. Sur les 61 membres, je dirais qu'il représente 10% de l'activité. Par rapport aux spécialistes en lobbying, nos agences ont appelé la notion d'"earned media" avec la prise en considération de la sphère opinion publique. Collectif dépasse le cadre du Parlement. Il faut comprendre les enjeux d'engagement et de mobilisation de l'opinion qui permettent de faire évoluer les comportements et donc d'influer sur les décisions publiques. Le lobbying va donc au-delà de l'expertise technique et juridique pour aller vers des compétences en communication, l'image, la réputation, les valeurs immatérielles de l'entreprise font partie des leviers à activer pour obtenir l'adhésion.

**En quoi le digital a-t-il changé la donne?**

**RP**

Argus de la presse

Agences / Opinions / Elus / Médias / Tribunes / Événements / Études / Études Média et esprit

**Trophée de la Réputation 2017 : E.Leclerc, entreprise préférée des Français**

Le 22 mars 2017 à 10:00

Les 5èmes Trophées de la Réputation, qui récompensent les lauréats du Baromètre et Publica cette année, le Trophée de la Réputation consacré le Mouvement E.Leclerc. Avec 65 % d'opinions positives, l'enseigne a été reconnue notamment pour le relation de confiance et de proximité qu'elle a su créer avec les consommateurs.

Le Palmarès

**ARGUS DE LA PRESSE**

Une nouvelle dimension de nouvelles médias

**MEDIA INTELLIGENCE**

avec **MARKET INTELLIGENCE** (Livre Blanc) éclairer vos décisions stratégiques

## BILAN RP 2016-2017



### 2.4.2. SITE INTERNET

Mis en ligne le 8 juin 2016, il s'est **enrichi depuis d'une version anglaise [www.syntec-rp.com/en/](http://www.syntec-rp.com/en/)**. Régulièrement mis à jour, il est la vitrine virtuelle du syndicat avec la mise en avant de ses membres, de ses partenaires, de ses actions et de ses événements.



### 2.4.3. RÉSEAUX SOCIAUX

Tout comme le site internet, les réseaux sociaux de Syntec RP (**Facebook** et **Twitter**) se font le **relais** des actions et des événements du syndicat. La chaîne **Youtube** quant à elle propose des vidéos sur des témoignages métiers et des reportages concernant les événements du syndicat.



@syntec-rp  
3590 Followers



Syntec Conseil en Relations Publics  
728 J'aime



**SYNTEC RP**  
72 vidéos | 55 abonnés

### 2.4.4. E-NEWSLETTER

Chaque début de mois une e-newsletter est envoyée à **l'ensemble des cibles** (adhérents, partenaires, prospects, DirCom, DRH...) reprenant les actualités passées et futures du syndicat, des partenaires et du monde de la communication.



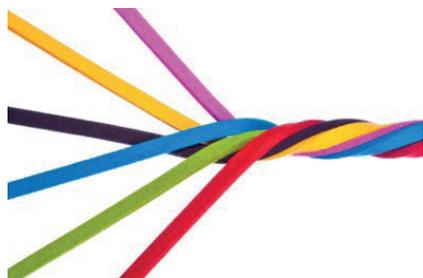
## 3. DEFENDRE LES INTERETS DE LA PROFESSION



**La présence institutionnelle de Syntec Conseil en Relations Publics** au sein de la Fédération Syntec, du Medef et du Groupement des Professions de Services (GPS) **s'appuie sur sa qualité de membre du groupement des syndicats « Syntec Etudes & Conseil »** - présidé par Pierre Beretti (Altedia).

**Ainsi, le syndicat est actif dans les négociations de branche et au niveau interprofessionnel.** Il veille à ce que les spécificités du métier du Conseil ne soient pas oubliées et que les mesures décidées ne soient pas pénalisantes au niveau économique.

### 3.1 S'UNIR POUR RENFORCER NOTRE POSITION D'ACTEUR DE PLACE



#### 3.1.1 LE PROJET CONVERGENCE

Dans un contexte de **simplification programmée par l'Etat**, du paysage patronal (objectif de réduire drastiquement le nombre de branches professionnelles, de 700 aujourd'hui à une centaine à moyen terme), et de **fragmentation de la représentation des études et du conseil en France** (imbrication de nombreux syndicats ou associations professionnelles dans ce secteur), Syntec Conseil Relations Publics participe au sein de Syntec Etudes & Conseil au **Projet Convergence, dont l'objectif est d'étudier la faisabilité et les modalités pour construire un syndicat plus fort et plus agile** du conseil en France.

Depuis juin 2016, un groupe-projet, composé de représentants des différentes forces en présence, **planche sur les points de convergence** entre les activités des différents syndicats des études et du conseil au sein de Syntec, pour **penser une organisation unifiée, améliorant l'efficacité et l'impact des actions entreprises jusqu'alors séparément, tout en préservant la capacité de chaque profession de conseil à affirmer et développer son identité spécifique.**

Il s'agit résolument **d'un projet de croissance**, dont la finalité est de permettre d'attirer à lui les entreprises de conseil qui ne sont pas encore membres et d'intégrer les institutions constituées actuellement hors de Syntec dans une logique inclusive.

### 3.1.2 LES RENCONTRES DU CONSEIL | 29 JUIN 2017

Co-organisée, à **la Maison de la Chimie**, par Syntec Conseil en Relations Publics, Consult'in France, Syntec Etudes, Syntec Conseil en Recrutement, Syntec Conseil en Evolution Professionnelle, Fédération nationale du Management de Transition, cette manifestation ambitionne de devenir LE rendez-vous annuel incontournable des Professions des Etudes et du Conseil.



#### Thématique des tables-rondes :

- **Digital : le Conseil devient-il un algorithme ?**
- **Dessiner l'organisation du futur.**
- **Quels sont les futurs territoires du travail ?**
- **Quand les innovations sociétales bousculent les business models.**
- **Le Conseil est mort ? ... Vive le Conseil !**
- **Pour être innovant, faut-il s'affranchir des cadres juridiques ?**

En plénière de clôture, un débat animé par **Stéphane Soumier**, Directeur de la rédaction de BFM Business, autour des grandes ruptures et des transformations qu'elles supposent entre :

- **Pascal Picq, Paléoanthropologue - Collège de France**
- **Nicolas Rousselet, Président - Taxis G7 (Groupe Rousselet)**
- **Julia Bijaoui, Co-founder & Co-CEO - Frichti**

## 3.2 SIGNATURE DU CONTRAT DE LA FILIÈRE « COMMUNICATION »

Le 17 novembre 2015, sous l'impulsion d'**Emmanuel Macron**, alors Ministre de l'Economie, de l'Industrie et du Numérique, et le pilotage de **Mercedes Erra**, fondatrice de BETC, présidente exécutive de Havas Worldwide, une filière Communication est créée dans le but de représenter l'ensemble des métiers de la communication auprès des pouvoirs publics et d'être force de proposition. Syntec Conseil en Relations Publics, sous le pilotage de **Thierry Wellhoff**, y représente dans chacune des commissions de travail les métiers du conseil en relations publics.



©Bercy

**Audrey Azoulay**, ministre de la Culture et de la Communication et **Christophe Sirugue**, secrétaire d'Etat chargé de l'Industrie ont signé le contrat de la filière « Communication » mardi 21 février 2017, en présence de **Mercedes Erra**. Le contrat a également été signé par l'ensemble des organisations professionnelles du secteur.

Tout au long de l'année 2016, des représentants d'organisations professionnelles et des représentants de syndicats de salariés se sont réunis autour de Mercedes Erra afin de structurer la réflexion de la filière communication et de proposer un contrat qui est devenu l'acte fondateur de la filière communication.

Sept actions concrètes ont été définies comme autant de missions pour dynamiser la filière :

1. Créer un observatoire de la communication.
2. Stimuler les investissements publicitaires des ETI, des PME et des Startups.
3. Faire la communication de la communication.
4. Effectuer un bilan de l'environnement réglementaire existant et un benchmark européen en vue d'une simplification.
5. Améliorer la responsabilité et l'éthique de la filière.
6. Engager une réflexion et des actions sur les métiers pour anticiper l'évolution et la transformation du secteur.
7. Former les futurs talents et développer l'emploi.

Thierry Wellhoff, signataire du contrat pour le SYNTEC RP est également en charge de la communication de cette filière.

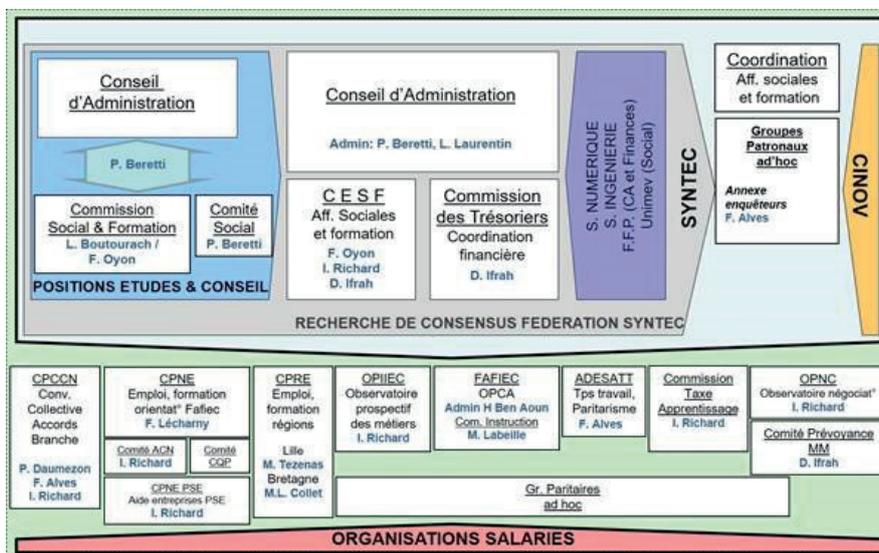
### 3.3 INFORMATION ET ASSISTANCE « SOCIAL & FORMATION »

#### 3.3.1 CSF (COMMISSION SOCIAL & FORMATION) SYNTEC ETUDES & CONSEIL

**PILOTES : LATIFA BOUTOURACH**, DRH de Wavestone - adhérent de Consult'in France et **FLORENCE OYON**, DRH de Burson Marsteller i&e - adhérent de SYNTEC Conseil en Relations Publics.

**Membres du GT :** DRH et RRH des sociétés adhérentes des 5 syndicats constitutifs de Syntec Etudes & Conseil.

La Commission Social & Formation (CSF) de Syntec Etudes & Conseil est l'une des instances importantes du dispositif de recherche de consensus patronal au sein de la Fédération Syntec. **C'est le lieu où se préparent concrètement les positions patronales en matière de négociations collectives et où se décident les grandes orientations sociales & formation.**



La CSF réunit mensuellement les DRH, RRH, juristes en droit social, Directeurs et responsables d'affaires sociales des sociétés adhérentes des six syndicats de Syntec Etudes & Conseil, dont Syntec Conseil en Relations Publics est membre actif.

A chaque CSF, une heure est consacrée à **des échanges autour de l'actualité sociale** et des bonnes pratiques et une heure trente à la préparation **des positions patronales sur les négociations collectives en cours** et la présentation **d'un sujet RH traité de façon particulièrement innovante** avec l'intervention d'un professionnel selon les demandes des participants.

### 3.3.2 MATINÉE D'INFORMATION

Animées par des experts (avocats, etc.) et des professionnels faisant part de leurs retours d'expériences, **ces matinées d'échanges ont pour vocation d'éclairer** dirigeants, DRH, RRH (ou faisant fonction) des sociétés adhérentes **sur des dispositifs existants au sein de la Branche et/ou les impacts d'évolutions réglementaires.**

Depuis l'Assemblée Générale 2016 de Syntec Conseil en Relations Publics, des matinées ou interventions ont été organisées sur les thématiques suivantes :

- **Décryptage de la loi El Khomri par C2J Avocats (27 février 2017).**
- **Point sur l'utilisation du CPF et note de politique Formation, par le Fafiec (21 février 2017).**

Les adhérents sont tenus informés de l'organisation de ces matinées par e-mail.

Si vous souhaitez abonner un(e) collaborateur(ice) à cette alerte, envoyez un simple e-mail à [social@groupement-syntec.org](mailto:social@groupement-syntec.org).

### 3.3.3 LES ACCORDS DE BRANCHE

**Les avenants à la Convention Collective et accords signés** depuis l'Assemblée Générale 2016 de Syntec Conseils en Relations Publics sont les suivants :

- **16 mars 2016 : avenant relatif à l'accord du 7 octobre 2015 : Versement santé / Complémentaire santé.**
- **27 avril 2017 : dépôt auprès du Conseil des Prud'hommes de Paris et de la Direction Générale du travail d'un avenant sur la revalorisation des salaires minima conventionnel (en attente de publication).**

Tout au long de l'année, les organisations patronales et salariales de la Branche se sont réunies pour échanger sur un accord de méthode proposant l'ouverture de négociations sur la diversité, le handicap, les modes d'organisations du travail dans la Branche, le parcours syndical ou encore sur des thématiques liées aux : modalités 2 (contrat de forfait en heures), astreintes, travail de nuit, travail posté, sécurisation de l'Adesatt...

Ces sujets ont été discutés lors des différentes Commissions Paritaires de la Convention Collective Nationale, sans que ces négociations puissent aboutir à ce stade.

La Convention Collective, les avenants et accords signés, ainsi que les arrêtés d'extension, sont disponibles sur le site de la Fédération Syntec :

[www.syntec.fr](http://www.syntec.fr).

## 3.4 QUALITÉ & DÉONTOLOGIE : VECTEURS DE PERFORMANCE



### 3.4.1 LA CERTIFICATION CMS

La certification **Consultancy Management Standard (CMS)**, introduite au Royaume-Uni en 1997, est une certification conjuguant les exigences des **certifications au niveau international (ISO 9000)** et les impératifs d'**adaptation aux agences conseil en relations publics**.

Cette certification est suivie dans plus de **15 pays dont la France**, où elle est délivrée par DNV, la société internationale de prestations de services en management des risques. **Véritable label de qualité** adapté aux agences conseil en relations publics, cette certification s'organise autour de **9 thèmes principaux**, couvrant l'ensemble des paramètres de fonctionnement d'une agence : la direction & la communication, le plan d'entreprise, l'amélioration continue, le système financier, la mise en place des projets de campagne, la satisfaction client, le développement, l'international, les RH et la gestion du personnel.

**À date 5 agences membres sont certifiées... c'est trop peu !  
Nous vous encourageons à le faire.**

**Et si 5 nouvelles agences s'engageaient dans le processus  
d'ici la fin de l'année ?!**

Rapprochez-vous de DNV : Jean-Christophe Carreau, Auditeur,  
[jean-christophe.carreau@dnvgl.com](mailto:jean-christophe.carreau@dnvgl.com)

### 3.4.2 CHARTE DÉONTOLOGIE (LA BELLE COMPÉTITION)



**Les agences adhérentes de Syntec Conseil en Relations Publics s'engagent à respecter et à promouvoir les principes déontologiques et éthiques pris en France et à l'étranger.**

Proactif sur le sujet de l'éthique de la profession, Syntec Conseil en Relations Publics est à l'initiative du **Code de déontologie de Syntec Conseil en Relations Publics** (édité en 1988, actualisé en 2013) et de la **Charte éthique du professionnel de la communication de crise** (éditant en 2014 les principes qui guident le professionnel de la communication de crise dans l'accomplissement de ses missions).

Ensemble avec **l'AACC, l'ADC, l'événement, l'UDECAM et l'UDA**, Syntec Conseil en Relations Publics a élaboré la charte de La Belle Compétition reprenant les critères, communs à tous les métiers du conseil en communication, qui permettent aux agences et aux annonceurs de témoigner de leur engagement à **mener des compétitions à la fois transparentes, responsables et sincères**.

En juillet 2016, un bilan des deux ans a été présenté avec entre autres la conclusion suivante : si les annonceurs sont moins nombreux à être signataires, ils sont néanmoins plus proactifs. L'enjeu est de parler systématiquement de La Belle Compétition même si l'on n'est pas signataire.

**À date, 39 signataires entreprises et 173 signataires agences.**

# 4. ACCOMPAGNER LES ADHÉRENTS POUR FACILITER LEUR QUOTIDIEN

## 4.1 LES SERVICES RÉSERVÉS AUX MEMBRES

Adhérer à Syntec Conseil en Relations Publics, c'est bénéficier d'un **ensemble de services dédiés**.

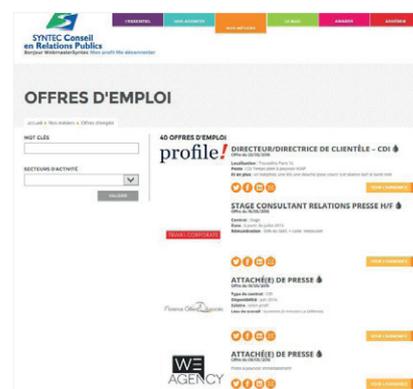
Ces services sont nés de besoins exprimés par les adhérents au fil du temps, la philosophie du syndicat étant d'être à **l'écoute des attentes de tous ses membres**, d'adapter ses modes de communication et de contacts en fonction de leurs retours.

### 4.1.1 OFFRE D'EMPLOI/STAGE

Le site internet de Syntec Conseil en Relations Publics dispose d'une rubrique « Offres d'emploi » réservée à ses adhérents, pour **la diffusion gratuite des offres de stages ou d'emploi des agences**.

Ces offres en ligne sont également relayées sur les réseaux sociaux du syndicat.

Pour mettre une offre en ligne, envoyez votre demande à **[anne-mareille.dubois@groupe-syntec.org](mailto:anne-mareille.dubois@groupe-syntec.org)**



### 4.1.2 CONSULTATION JURIDIQUE

Les adhérents de Syntec Conseil en Relations Publics ont accès à un service de consultations juridiques.

**Le cabinet C2J**, société d'avocats intervenant en droit social, droit des affaires, droit fiscal et droit pénal, répond à vos questions :

- **Social & formation** : interprétation de la CCN, application des 35 heures, litiges avec les salariés, l'URSSAF, l'inspection du travail...
- **Affaires juridiques & fiscales** : contrats et litiges commerciaux, fiscalité et contrôle fiscal...

### 4.1.3 MODÈLE TYPE CONTRAT

La commission Ressources Humaines a élaboré plusieurs modèles-types de contrats qui sont à la disposition des adhérents du syndicat :

- **Contrat-cadre agence-client (version française et anglaise)**
- **Contrat-cadre de prestations de service (indépendant, auto-entrepreneur)**
- **Contrat type collaborateur**



**OFFRE ASSURANCE PROFESSIONNELLE**  
AVANTAGES TARIFAIRES



- Audit gratuit de vos contrats d'assurance
- 8 solutions négociées via un appel d'offre
- Etudes sur-mesure pour vos autres besoins



### 4.1.4 ASSURANCE

Les adhérents bénéficient de l'accompagnement du courtier mandaté par Syntec Etudes & Conseil, groupement dont fait partie Syntec Conseil en Relations Publics.

**Add Value Assurances** a sélectionné une offre complète, à des conditions tarifaires préférentielles, pour couvrir les risques en entreprise :

- **RC Professionnelle**
- **Déplacements professionnels**
- **Risques Prud'hommes**
- **Kidnapping & Rançon**
- **RC dirigeants**
- **Tous risques bureau**
- **Fraude et malveillance**
- **Etc.**

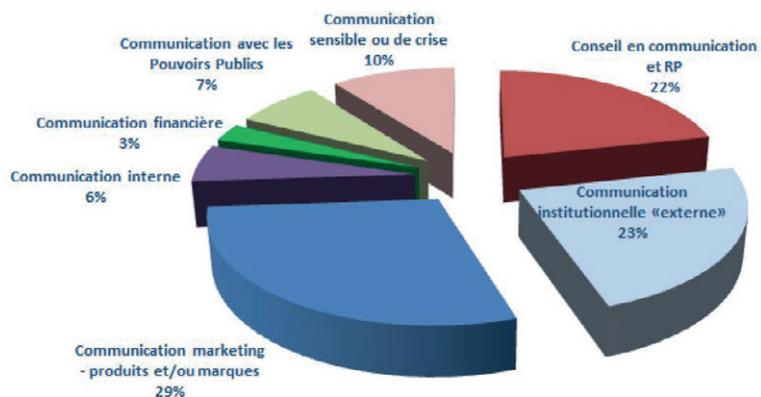
En plus des solutions d'assurance mises à disposition, les adhérents bénéficient à titre gratuit d'un éventail de services de la part du courtier partenaire :

- **Un audit des contrats d'assurances existants.**
- **Des conseils sur la politique de gestion des risques.**
- **Examen des clauses d'assurance des contrats clients.**
- **Analyse des attestations d'assurance des fournisseurs.**

## 4.2 ETUDES ET POINTS DE REPÈRE

### 4.2.1 ETUDE ANNUELLE D'ACTIVITÉ – BUSINESS CAFÉ

**II / Offre des sociétés de conseil RP en 2015**  
Domaine d'intervention des sociétés de conseil RP, 2015



Le Conseil en communication et RP (-6 pts), la communication financière (-3 pts) et la communication sensible (-2 pts) ont vu leur part relative régresser au profit de la communication marketing (+4 pts), de la communication avec les pouvoirs publics (+3 pts), de communication interne et externe (respectivement +2 pts).

Extrait EAA 2015/2016



Etude annuelle d'activité 2015-2016 | Syntec RP

Lancée en début d'année civile, cette étude annuelle porte sur **l'activité du conseil en relations publics sur le marché français** : croissance et répartition du CA par domaine d'intervention, par secteur d'activité client, CA moyen par consultants, TJM...

Un volet qualitatif dense vient compléter les éléments quantitatifs. Avec une trentaine d'agences participantes chaque année, l'étude d'activité s'est imposée comme LA référence concernant le marché. **La version intégrale de cette étude n'est diffusée qu'aux répondants.**

Chaque année, cette étude est présentée à l'ensemble des dirigeants d'agences adhérentes en septembre, lors d'un « **Business Café** » dédié à l'échange informel sur la conjoncture et le marché français.



Business Café du 16 septembre 2016 au Syntec.

En 2017, nous vous donnons rendez-vous le 15 septembre, au Syntec.

### 4.2.2 ENQUÊTE RÉMUNÉRATION

Cette enquête annuelle, régulièrement conduite depuis 2002, porte sur la **rémunération des collaborateurs d'agences conseil en relations publics**. Elle permet à la fois d'alimenter des réflexions sur le métier, de connaître les tendances pour ajuster les négociations annuelles et pour recruter, de se positionner par rapport à l'information donnée aux écoles et à la presse.

**Les résultats de cette enquête confidentielle sont strictement réservés aux seuls répondants.**



Extraits de l'Enquête des Rémunérations 2016

### 4.2.3 ETUDE BIENNALE BVA/LIMELIGHT DE LA RELATION AGENCE-ANNONCEURS

Syntec Conseil en Relations Publics et **BVA/Limelight** éditent tous les 2 ans le **Baromètre des métiers de la communication**, dans lequel les agences trouvent nombre d'enseignements éclairants sur les attentes des clients, sur l'évolution des rapports de force entre les différentes expertises de la communication dont celle des relations publics, et sur votre syndicat professionnel Syntec Conseil en Relations Publics.

**Quels sont les intérêts de souscrire ?**

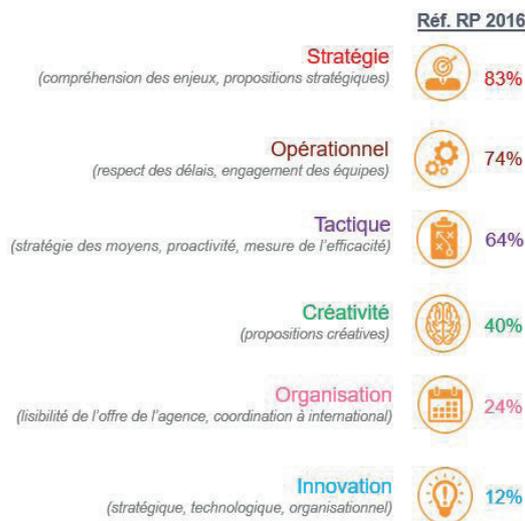
- 1. Des clés de compréhension **sur l'évolution du marché de la communication.**
- 2. **Des éléments stratégiques et objectifs personnalisés** : ce que les clients et prospects disent de votre agence et diront attendre demain...
- 3. Il recueille le cas échéant **le point de vue de vos collaborateurs**, car la qualité de la relation entre les collaborateurs et les entreprises conditionne la relation entre l'agence et ses clients.

**Comment utiliser le baromètre pour une agence ?**

- 1. **Côté prospects** : communiquer des éléments de réassurance type : satisfaction clients, recommandation, forces...
- 2. **Côté clients** : **identifier les points d'améliorations** et les opportunités pour optimiser la relation au quotidien. **Prendre du recul**, valider à moyen terme des éléments liés à la stratégie de l'agence vue au prisme des enjeux et attentes clients.
- 3. **Côté collaborateurs** : apporter aux collaborateurs une **vision globale et objectivée des enjeux des entreprises**, de la relation avec les clients et de la place de l'agence dans cet écosystème (pédagogie, information et formation). **Identifier et réajuster les décalages** au quotidien entre les collaborateurs et les clients : communication, culture clients, offre agence...

**Dans ce contexte, on attend des agences de RP un triple accompagnement : stratégique, opérationnel et tactique, la créativité étant au service de ces éléments passe un peu au second plan**

Hiérarchisez du plus important au moins important dans la relation au quotidien avec votre agence..



Extrait étude BVA/Limelight 2016

# LISTE DES ADHÉRENTS

**14 SEPTEMBRE**

[www.14septembre.fr](http://www.14septembre.fr)

**ADOCOM**

[www.adocom.fr](http://www.adocom.fr)

**AGENCE PROFILE**

[www.agence-profile.com](http://www.agence-profile.com)

**ALBINE & CO**

[www.albineco.com](http://www.albineco.com)

**AMALTHEA**

[www.amalthea.fr](http://www.amalthea.fr)

**AROMATES**

[www.aromates](http://www.aromates)

**ARESSY**

[RParessy-rp.com](http://RParessy-rp.com)

**AUVRAY & ASSOCIES**

[www.auvray-associes.com](http://www.auvray-associes.com)

**BABEL**

[www.agencebabel.com](http://www.agencebabel.com)

**BORACAY**

[www.boracay-presse.com](http://www.boracay-presse.com)

**BURSON-MARSTELLER I&E**

[www.burson-marsteller.fr](http://www.burson-marsteller.fr)

**CAP & CIME PR**

[www.capetcimepr.fr](http://www.capetcimepr.fr)

**COHN & WOLFE**

[www.cohnwolfe.fr](http://www.cohnwolfe.fr)

**COMCORP**

[www.comcorp.fr](http://www.comcorp.fr)

**ELAN EDELMAN**

[www.edelman.com](http://www.edelman.com)

**FHCOM**

[www.fhcom.net](http://www.fhcom.net)

**FLORENCE GILLIER & ASSOCIES**

[www.fgcom.fr](http://www.fgcom.fr)

**FP&A**

[www.fpa.fr](http://www.fpa.fr)

**GBO**

[www.lagencegbo.com](http://www.lagencegbo.com)

**GOLIN HARRIS**

[www.golinharris.com](http://www.golinharris.com)

**GOOTENBERG**

[www.gootenberg.fr](http://www.gootenberg.fr)

**HAVAS PARIS**

[www.havasworldwideparis.com](http://www.havasworldwideparis.com)

**HILL+KNOWLTON STRATEGIES**

[www.hkstrategies.com](http://www.hkstrategies.com)

**KABLE COMMUNICATION**

[www.kable-cf.com](http://www.kable-cf.com)

**KALAAPA**

[www.kalaapa.com](http://www.kalaapa.com)

**KETCHUM**

[www.ketchum.com](http://www.ketchum.com)

**KINGCOM**

[www.kingcom.fr](http://www.kingcom.fr)

**L'AGENCE RP**

[www.lagencerp.com](http://www.lagencerp.com)

**L'AMBASSADE**

[www.lambassade.agency](http://www.lambassade.agency)

**HOPSCOTCH GROUPE**

[www.lepublicsysteme.com](http://www.lepublicsysteme.com)

**LES INFLUENCEURS**

[www.lesinfluenceurs.net](http://www.lesinfluenceurs.net)

**MAARC**

[www.maarc.fr](http://www.maarc.fr)

**MARIE-ANTOINETTE**

[www.marie-antoinette.fr](http://www.marie-antoinette.fr)

**MONET+ASSOCIES**

[www.monet-rp.com](http://www.monet-rp.com)

**OGILVY PARIS**

[www.ogilvy-pr.fr](http://www.ogilvy-pr.fr)

**OMNICOM PUBLIC RELATIONS  
GROUP FRANCE (FLEISHMAN-HILLARD)**

[www.fleishman.fr](http://www.fleishman.fr)

**PEPPER MENTHE COMMUNICATION**

[www.pepperminte.com](http://www.pepperminte.com)

**PUBLICIS CONSULTANTS FRANCE**

[www.publicis-consultants.fr](http://www.publicis-consultants.fr)

**TBWA CORPORATE**

[www.tbwa-corporate.com](http://www.tbwa-corporate.com)

**THOMAS MARKO & ASSOCIES**

[www.thomasmarko-associes.com](http://www.thomasmarko-associes.com)

**TIMGRID**

[www.timgrid.eu](http://www.timgrid.eu)

**VFC RELATIONS PUBLICS**

[www.vfc.fr](http://www.vfc.fr)

**VP STRAT & COM**

[www.vpstrat.com](http://www.vpstrat.com)

**WE AGENCY**

[www.we-agency.fr](http://www.we-agency.fr)

**WEBER SHANDWICK**

[www.webershandwick.com](http://www.webershandwick.com)

**WELLCOM**

[www.wellcom.fr](http://www.wellcom.fr)

**YUCATAN**

[www.yucatan.fr](http://www.yucatan.fr)

**ZMIROV COMMUNICATION**

[www.zmirov.com](http://www.zmirov.com)

## L'ÉQUIPE PERMANENTE

L'équipe permanente de Syntec Conseil en Relations Publics se tient à votre disposition pour toute question ou complément d'information :

ANNE-MAREILE DUBOIS

**DÉLÉGUÉE OPÉRATIONNELLE**

01 44 30 49 91

[anne-mareille.dubois@groupement-syntec.org](mailto:anne-mareille.dubois@groupement-syntec.org)

ISABELLE RICHARD

**DÉLÉGUÉE AFFAIRES SOCIALES**

01 44 30 49 00

[social@groupement-syntec.org](mailto:social@groupement-syntec.org)

CELINE BARBE

**CHARGÉE D'ETUDES**

01 44 30 49 23

[celine.barbe@groupement-syntec.org](mailto:celine.barbe@groupement-syntec.org)

MARIE-LAURE HUPELIER

**RESPONSABLE COMPTABILITÉ**

01 44 30 49 22

[marie-laure.hupelier@groupement-syntec.org](mailto:marie-laure.hupelier@groupement-syntec.org)

LAURENCE GALPIN

**ASSISTANTE**

01 44 30 49 27

[office@groupement-syntec.org](mailto:office@groupement-syntec.org)

**FEDERATION SYNTEC  
148, BOULEVARD HAUSSMANN  
75008 PARIS**

**ACCÈS**

**EN VOITURE :** 154, Boulevard Haussmann  
Parking Vinci Haussmann-Berri

**EN MÉTRO :** lignes 9 ou 13 arrêt Miromesnil

**EN BUS :** lignes 22, 43, 84 arrêt Haussmann Miromesnil

Plus d'infos sur [www.syntec-rp.com](http://www.syntec-rp.com)



@syntec\_rp



@Syntec.RP



**SYNTEC Conseil  
en Relations Publics**

**SANS PUBLIC RELATIONS  
VOUS COMMUNIQUEZ À MOITIÉ**



**#PRMAKESENSE**

En s'attachant à donner du sens et de la valeur à vos messages, les PR contribuent directement à vos enjeux business et corporate. Dans un monde devenu digital et face à un public toujours plus exigeant envers les entreprises et les institutions, les PR permettent de piloter au mieux votre réputation et vos performances.



**SYNTEC Conseil  
en Relations Publics**



@syntec\_rp



Syntec.RP

## SANS PUBLIC RELATIONS VOUS COMMUNIQUEZ À MOITIÉ



#PRMAKESENSE

En s'attachant à donner du sens et de la valeur à vos messages, les PR contribuent directement à vos enjeux business et corporate. Dans un monde devenu digital et face à un public toujours plus exigeant envers les entreprises et les institutions, les PR permettent de piloter au mieux votre réputation et vos performances.



**SYNTEC Conseil  
en Relations Publics**

 @syntec\_rp  Syntec.RP