



Syndicat  
du Conseil  
en Relations  
Publics

19  
20

# Rapport d'activités 2019-2020

Fédéré depuis 1988, le Syndicat du Conseil en Relations Publics est le syndicat professionnel représentatif du métier de conseil en Relations Publics. Le syndicat compte cinquante des principales agences 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. Le Syndicat du Conseil en Relations publics est le représentant Français de l'ICCO (International Communications Consultancy Organisation qui regroupe les syndicats nationaux de 55 pays) dont il est l'un des membres fondateurs.

Un an d'actions au service des PR

 @Syndicat\_RP

 @Syndicat.RP

#PRMAKESENSE

# Sommaire

<b>4</b>	<b>Édito</b>
<b>7</b>	<b>Gouvernance 2019-2022</b>
<b>9</b>	<b>Les RP plus haut et plus fort... ...Valoriser et promouvoir notre profession</b>
<b>17</b>	<b>Mobilisation sur nos enjeux et moments de convivialité</b>
<b>19</b>	<b>Développer nos compétences</b>
<b>21</b>	<b>Outils et documentations de référence</b>
<b>25</b>	<b>Services dédiés et soutien administratif &amp; juridique</b>
<b>26</b>	<b>Déontologie et qualité</b>
<b>28</b>	<b>Les membres du SCRP</b>

---

# Édito

*« Valoriser notre profession, promouvoir l'ensemble de nos expertises, défendre les plus hautes exigences en matière de déontologie, fédérer tous les acteurs, à tous les niveaux, autour de projets partagés. Ce sont les raisons qui nous ont souvent poussées à devenir membre. »*

Le Syndicat du Conseil en Relations Publics a franchi en 2019/2020, une étape majeure dans son histoire. Après notre départ de la Fédération Syntec, le Syndicat s'est attelé à se renforcer et à porter des sujets cruciaux pour la profession.

Ainsi, nous poursuivons la mission essentielle de valorisation de nos expertises auprès de nos clients. Notre dernière étude d'activité 2019 sur les chiffres 2018 révèle une forte croissance du secteur poussée par la diversification des expertises. Nous voyons un intérêt grandissant pour le sujet du ROI des campagnes PR, à travers notre référentiel de la mesure. Et le défi RSE qui s'impose aux entreprises, fait de nous des interlocuteurs privilégiés et redonne de la visibilité à notre rôle de conseil.

Nous pressentons également une forte attente pour la charte et le manifeste de la relation influenceurs que nous nous apprêtons à lancer. Vous l'aurez compris, nous avons l'objectif de traverser tous ensemble cette crise, en nous renforçant toujours plus. Nos pratiques s'adaptent à la situation et aux attentes des publics, nous devons le faire savoir haut et fort.

**PLUS QUE JAMAIS**  
**#WEAREPROUD !**

---

Avec une augmentation du nombre d'agences membres, qui en juin 2020 est au nombre de cinquante, le syndicat développe plus que jamais son attractivité comme référence du métier du conseil en relations publics. Celle-ci se retrouve également dans le nombre d'étudiants qui s'inscrivent chaque année au Carrefour des RP, avec un nouveau record en 2019 avec 398 inscrits.

Nous sommes à un moment clé qui nous oblige à relever de multiples défis : Valoriser notre profession, promouvoir l'ensemble de nos expertises, défendre les plus hautes exigences en matière de déontologie, fédérer tous les acteurs, à tous les niveaux, autour de projets partagés. Ce sont les raisons qui nous ont souvent poussées à devenir membre. Traversant la crise sanitaire et économique que nous connaissons, j'ai mesuré la force du collectif qui règne dans notre organisation. Tous nos membres ont à cœur de partager leur expérience et de se soutenir les uns les autres. Partager, échanger dialoguer sont essentiels.

Nous continuerons dans cette voie en maintenant la convivialité, espérant qu'elle pourra se concrétiser en réunions présentielle prochainement !

D'ici là, faites attention à vous.



**PASCALE AZRIA,**

*Présidente du Syndicat du Conseil en  
Relations Publics*

---

## Les agences face à la crise

Durant la crise sanitaire que nous traversons, le SCRP s'est mobilisé pour accompagner ses agences membres.

Des fiches d'informations sur les mesures mises en place (chômage partiel, PGE, etc) ; les conditions de reprise en agence (modèle type de guide de retour en agence, DUERP, etc.)

Une mise en relation des dirigeants membres dans le but d'échanger et partager les bonnes pratiques pour ensemble traverser la crise au mieux. Echanges par visio toutes les semaines et par notre fil WhatsApp

Une étroite collaboration avec les autres acteurs du secteur : Filière communication, AACC, l'Union des Marques, LEVENEMENT, SYNAP...

Une commande groupée de masques chirurgicaux et lavables

**Merci à vous tous pour vos contributions !**

## Gouvernance 2019/2022

Les membres du Conseil d'administration sont élus en Assemblée générale pour un mandat de trois ans. Ils se réunissent une fois par mois. La dernière AG électorale s'est tenue le 19 juin 2019.

### Le bureau exécutif



**PRÉSIDENTE**  
Pascale AZRIA  
KINGCOM



**VICE-PRÉSIDENT**  
Marc CHAUCHAT  
BURSON-COHN & WOLFE



**TRÉSORIÈRE**  
Nathalie GRIGORIEFF-  
GODIN  
AGENCE PROFILE



Envie de porter un projet ?

**Nous sommes à votre écoute !**

Autour du projet  
**#WeAreProud**,  
porté par Pascale  
Azria, Directrice  
générale de l'agence  
Kingcom, le conseil  
d'administration  
propose de mettre  
en œuvre un plan  
d'action qui porte  
sur trois chantiers  
prioritaires :

**IDENTITÉ**

**VALORISATION**

**VISIBILITÉ**

## Les membres du conseil d'administration



**Sandrine AUVRAY**  
AUVRAY & ASSOCIES



**Stéphane BILLIET**  
WE AGENCY



**Mathieu COLLET**  
EUROS / AGENCY



**Sandrine CORMARY**  
OMNICOM PUBLIC  
RELATIONS GROUP



**Marion DARRIEUTORT**  
ELAN EDELMAN



**Benoit DESVEAUX**  
HOPSCOTCH



**Julie ESPALIOUX**  
BABEL



**Pierre Hubert  
MEILHAC**  
OGILVY



**Caroline MARCHETTI**  
MAARC



**Thomas MARKO**  
THOMAS MARKO &  
ASSOCIES



**Catherine MEDDAHI**  
INFLUENCES



**David ZMIROV**  
ZMIROV  
COMMUNICATION

*Grand merci à Thierry Wellhoff, fondateur et ancien président de Wellcom d'avoir servi le syndicat avec ambition et éthique ces 20 dernières années en tant qu'administrateur et président (2010-2016). Il est à l'origine de nombreuses innovations pour notre syndicat (Certification qualité, PR Lab, Formations, Club des partenaires...)*

## Les RP plus haut et plus fort... ... Valoriser et promouvoir notre profession

La vocation première du syndicat est de faire rayonner la profession du conseil en relations publics, promouvoir ses différents domaines et expertises.

### **Rayonnement au sein de notre écosystème communication et auprès de nos clients**

Syndicat représentatif des agences conseil PR, le SCRP est partenaire des principaux prix français & internationaux de la profession :

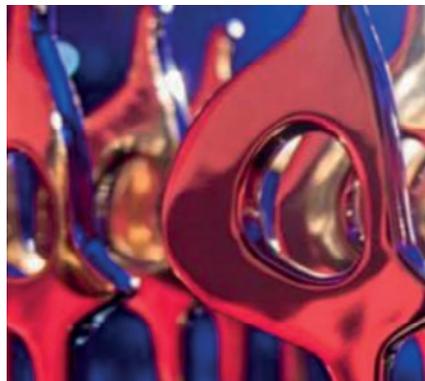
#### **Grands Prix Stratégies**

Partenaire historique des grand prix Stratégies de la communication, le SCRP soutient cette année la création d'un premier grand prix dédié à l'Influence. Nous nous félicitons de l'attractivité de nos métiers et veillons à ce que « l'influence » soit entendue au sens étendu du terme, et non seulement limitée à la relation avec les influenceurs.



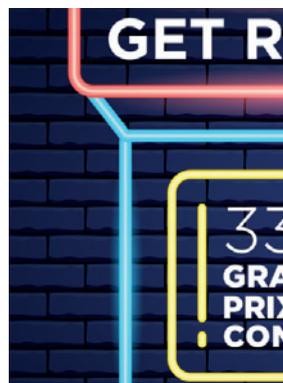
### **SABRE Awards EMEA**

Suite aux échanges que nous avons menés avec Paul Holmes et sa rencontre en juillet avec de nombreux dirigeants d'agences PR françaises, les SABRE Awards EMEA devaient se dérouler pour la première fois à Paris en mai 2020. Malheureusement la crise sanitaire que nous connaissons n'a pas permis à cet unique grand prix international 100% PR de se tenir en présentiel.



### **Grand prix Com-Ent**

Depuis de nombreuses années, le SCRP est partenaire de l'association Com-Ent soutient ses Grands Prix qui, au-delà de récompenser les meilleures stratégies de communication, sont aussi un moment d'inspiration



### **ICCO Awards**

En tant qu'adhérent au SCRP, vous avez accès à l'association internationale de la profession, l'ICCO, qui organise chaque année des awards mettant en valeur les meilleures agences PR.





READY?

3e  
ANDS  
X  
MENT

FAITES ÉMERGER  
LES TENDANCES  
DE LA COMMUNICATION  
DE 2019 !





---

Le SCRP a depuis toujours une politique d'ouverture et de collaboration. Fortement ancré dans l'écosystème de la communication, le syndicat développe ainsi de nombreuses collaborations avec les organisations professionnelles françaises et internationales.

Partie prenante depuis le début du projet, nous sommes membres fondateurs de **la filière communication**. Formalisée en 2017 par la signature du contrat de filière, la filière communication est désormais une association se positionnant en qualité d'instance de réflexion et de coordination pour les organisations représentant les professionnels du secteur ainsi qu'en interlocuteur de référence pour les pouvoirs publics.

**L'international Communications Consultancy Organisation** est une association mondiale représentative des syndicats ou associations de référence du métier. 55 pays y sont représentés dont la France à travers le SCRP. Les membres travaillent ensemble pour élever les normes de qualité, aborder les questions éthiques, harmoniser les pratiques professionnelles de conseil en relations publics et partager les connaissances. Grâce à l'annuaire en ligne, ICCO sert également d'intermédiaire entre les consultants de différents pays. Les membres ont la possibilité de se rencontrer en personne deux fois par an lors des réunions du Conseil, lors du Sommet mondial bi-annuel de l'ICCO et lors de nombreux événements partenaires de l'ICCO.





---

En 2019, le SCRP signe un partenariat de collaboration internationale avec la **PRCA** et réaffirme ainsi sa volonté de renforcer la représentativité de la famille PR. Ceci afin d'apporter des réponses globales et innovantes aux enjeux de nos métiers.

Nous travaillons en étroite collaboration avec les associations historiques du conseil en relations publics et relations médias : le **SYNAP** (représentant les conseillers PR indépendants ou en petites agences) et **IP&C** (représentant des professionnels de la communication et des relations médias). En tant que membre du SCRP, vous avez accès aux « Cafés du SYNAP » et au « rencontres médias » d'IP&C.

Au-delà de nous retrouver au sein de la filière communication, le SCRP interagit plus particulièrement avec les organisations professionnelles représentatives des agences de communication : **l'AACC** (représentant les agences de communication / publicité), **L'événement** (représentant les agences de communication événementielle), **l'UDECAM** (représentant les agences de conseil et d'achat media). Le projet « agences unies » étudie la possibilité de renforcer notre collaboration.

Nos clients aussi sont représentés au sein de diverses associations : **Union des marques, Entreprises & médias, Club des annonceurs**. Nous avons pour objectif de renforcer le dialogue avec les communicants en entreprises et organisations.

---

## Organisation d'événements à fort rayonnement : Public Reputation Lab

Conférence annuelle proposant un éclairage nouveau et prospectif sur les enjeux de la réputation, le PR Lab est cette année dédié à une problématique au cœur de toutes les préoccupations d'entreprise : **l'engagement.**



**Pourquoi l'engagement est-il devenu incontournable pour l'avenir des entreprises ?  
Comment la communication peut-elle les accompagner dans leur engagement afin  
de le rendre crédible et entrainer en retour l'engagement de leurs publics ?**

Du fait de la crise sanitaire covid-19, le PR Lab se tiendra en deux moments forts :

- **Une web-série « Lignes de Front »**

disponible dès juin sur la plateforme de notre partenaire media Influencia. Composée de 8 interviews vidéos, nous analyserons l'engagement des entreprises et organisations et les relations qu'ils entretiennent avec leurs publics.

La première vidéo décryptera également l'engagement du grand public, dévoilant les résultats de notre étude réalisée avec Viavoice.



- **Un événement live,**

réunissant dirigeants d'entreprises et d'organisations, professionnels de la communication, experts. La conférence est prévue pour début 2021.

14<sup>ÈME</sup> ÉDITION

## CARREFOUR DES RP

Une rencontre entre étudiants,  
enseignants et professionnels  
des métiers de l'influence

**Jeudi 12 décembre 2019**



## Donner envie aux étudiants d'exercer nos métiers et rejoindre nos agences : le Carrefour des RP

Malgré les grèves de fin d'année qui ont impacté le taux de présence, nous nous félicitons de voir que nos métiers attirent de plus en plus. Preuve en est, le nombre d'inscrits à l'événement continue d'augmenter d'année en année : **398 en 2019 !**

Le Carrefour des RP est le rendez-vous que les professionnels du Conseil en Relations Publiques donnent chaque année aux étudiants intéressés par les métiers de l'influence. Il a pour objectif d'expliquer et de valoriser la profession par une démarche pédagogique.

Pédagogique et informatif, cet événement est l'occasion pour les étudiants issus de formations universitaires, écoles de communication et écoles de journalisme, de découvrir les nombreux domaines d'intervention des RP à partir de cas concrets, d'apprécier la créativité dont sont capables les « Young PR Lions » qui portent les couleurs de la France à Cannes et, grâce au témoignage d'un DRH, de tout savoir sur l'intégration en agence d'un jeune diplômé.

*Interview de Stéphane Billiet et  
Edwige Bordes, consultante junior en  
RP, pour Job Radio (le 12/12/2019)*



---

Mobilisation sur  
nos enjeux et  
moments de  
convivialité

## **Dîner des présidents**

Événement annuel autour  
d'une personnalité de la  
communication et des  
médias.

En juin 2019, nous avons eu le plaisir d'accueillir Francis Ingham, directeur  
général de la PRCA qui nous a partagé sa vision de la profession et son  
expérience de l'international.





---

## Séminaire des adhérents / Workshop des PR

Journée de réflexion autour d'enjeux prospectifs.

En juin 2019, Elodie Mielczareck, sémiologue, a animé un atelier réunissant les dirigeants d'agences autour de 4 tables rondes : « les médiateurs », « les prospectifs », « les philosophes », « les évolutifs ». De la restitution des 4 débats est ressortie une analyse sémantique présentée lors de la dernière assemblée générale.

## Business Café

Une fois par an, les dirigeants d'agences se réunissent à l'occasion de la présentation des études annuelles du SCRP pour échanger sur le marché économique des agences.

Participation record pour l'Etude Annuelle 2019, avec plus de 70% de répondants et de présents lors de la présentation.

*Présentation de l'étude par Assaël Adary (Occurrence), Marc Chauchat (BCV) et Nathalie Grigorieff Godin (Agence Profile). Suite aux commentaires, la commission citée ci-haut a retravaillé le questionnaire pour mieux répondre aux besoins des adhérents.*



# Développer nos compétences

## Formations continues

Des formations courtes dispensées par des formateurs auditionnés par des professionnels des relations publics, répondant aux besoins spécifiques des agences.



Vous avez envie de réfléchir aux besoins de formations des professionnels des PR ? Vous avez repéré une formation intéressante que vous souhaiteriez mutualiser ?

**Contactez-nous !**

## Les Meilleurs Espoirs Français des Relations Publics

Concours de sélection et de coaching de l'équipe de moins de 30 ans qui représentera la France au concours international de créativité, Cannes Lions.

SC SYNDICAT DU CONSEIL EN RELATIONS PUBLIQUES

MEILLEURS ESPOIRS FRANÇAIS  
YOUNG LIONS PR

2020

#YoungPRfr f Syndicat.RP @Syndicat\_RP

**WANTED**

2 PROFESSIONNELS EN AGENCE DE PR  
Bilingues anglais, - de 30 ans, super créatif & digital minded

POSTULEZ POUR REPRÉSENTER LA FRANCE  
AUX CANNES LIONS, CATÉGORIE YOUNG PR

Venez découvrir les modalités et les dates clés de la 6ème édition des «Meilleurs Espoirs Français des Relations Publics» :

**AFTERWORK DE LANCEMENT  
MARDI 4 FÉVRIER À 18H45**

INSCRIPTIONS OUVERTES DU 5 FÉVRIER AU 5 MARS  
Toutes les infos sont sur :  
[WWW.MEILLEURSESPOIRSRP.COM](http://WWW.MEILLEURSESPOIRSRP.COM)



Si l'édition des Cannes Lions 2020 a été annulée, le SCRCP poursuit le concours des « Meilleurs Espoirs Français des Relations Publics » et sélectionnera en juillet prochain la team France 2020. Cette dernière participera au concours international animé par l'ICCO, le Nextgen global challenge.

En 2021, nous aurons le plaisir de présenter deux équipes. Les deux teams France seront, comme chaque année coachées par les membres du jury.

---

## Ateliers thématiques

Les membres du club des partenaires (Occurrence, Launchmetrics by Augure, Kantar, ePressPack, Businesswire et Cision) bénéficient d'un atelier par an. Présentation d'études, de nouveaux produits, de bonnes pratiques... ces ateliers sont ouverts à tout collaborateur d'agence membre.



13 DÉCEMBRE 2019

**E-réputation et Fake news,  
protégez la communication de  
vos clients grâce à la  
BLOCKCHAIN**  
animé par ePressPack

22 JANVIER 2020

**Transformation digitale de la  
communication, où en  
sommes-nous ?**  
animé par Cision

Augure  
by LAUNCHMETRICS

CISION

Business Wire  
A Berkshire Hathaway Company

ePressPack

KANTAR

occurrence

---

# Outils et documentations de référence

## Référentiel de la mesure des relations publics

Il s'agit d'une méthode et des outils de mesure compréhensibles par tous qui permet de produire une mesure globale et fiable des campagnes de PR, de l'exposition jusqu'au effets des publics ciblés.

Le référentiel de la mesure s'adresse à tous les professionnels qui souhaitent s'initier à la pratique de la mesure afin d'évaluer les actions engagées compte tenu des budgets alloués. Ils la développent ensuite afin d'affiner leur stratégie, de mieux définir leurs objectifs, de cibler avec précision leurs publics, et parfois même de réorienter leur déploiement afin d'optimiser les investissements.

Le référentiel de la mesure (méthode, matrice et cas pratiques) est disponible en libre accès sur le site : [www.referentieldelamesure.com](http://www.referentieldelamesure.com)



GUIDE  
PRATIQUE



## Guide RGPD

Un véritable guide pratique qui accompagne les agences dans leur mise en conformité RGPD : un résumé de la réglementation et des modèles types (d'avenants de contrats, de registres...)

Elaboré dans le cadre d'un travail mené conjointement par le Syndicat du Conseil en Relations Publics et le cabinet d'avocats Agil'IT, le présent guide a vocation à permettre aux agences PR d'identifier de manière pédagogique les principes applicables en matière de protection des données à caractère personnel ainsi que les conséquences pratiques en résultant pour ces dernières.

Le guide vise à décrire les bonnes pratiques attendues de la part des agences PR pour assurer la protection des données à caractère personnel des personnes physiques dont elles peuvent être amenées à collecter et traiter les données, et ce à l'aide de diverses illustrations concrètes.



Des sessions de formation vous seront proposées

**à partir de juillet 2020**

## Etudes Annuelles d'activités et Observatoire social

Des outils au service du dirigeant, fournissant des éléments de comparaison dans le temps et sur un marché donné.

L'EAA analyse les évolutions de notre marché économique, par secteurs et expertises, alors que l'observatoire social renseigne, entre-autres, les rémunérations des collaborateurs, les politiques RSE...

Les principales tendances 2018 :

### **2018, une année de forte croissance.**

Avec une croissance à deux chiffres, le marché français du conseil en relations publics se porte bien

### **Une dynamique sectorielle qui se reflète dans le marché de l'emploi.**

6% de hausse des effectifs et de 5,2% de la rémunération globale



### **Une performance tirée par la diversité des expertises des PR**

Une croissance multipliée par cinq pour les agences proposant une palette variée d'expertises PR

### **Des prémices d'une nouvelle forme de collaboration?**

71% des agences font appel à des freelances ou services externalisés pour leurs activités coeur de métier

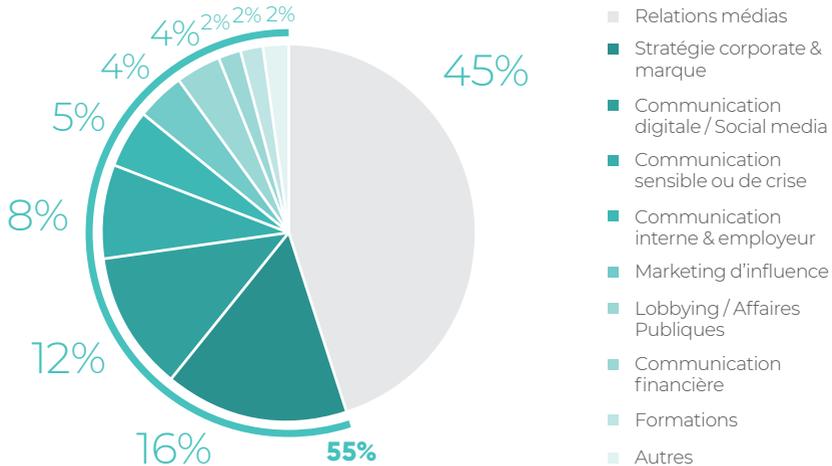


Retrouvez l'étude complète sur l'intranet du site

[www.relations-publics.org](http://www.relations-publics.org)

## Domaines d'intervention des sociétés des conseil RP

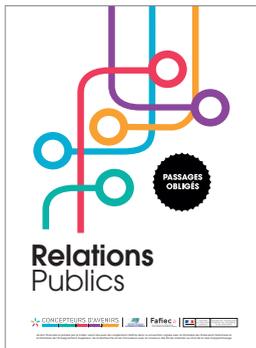
Répartition des honoraires par nature de missions en 2018



Ce sont ces 55% qui tirent la croissance du marché

## Recueil « Passages obligés des relations publics »

50 fiches résumant les dates repères, théories essentielles, champs de questionnement, notions clés et ressources de la discipline des relations publics.



A remettre dans toutes les mains (disponible sur le site internet [www.relations-publics.org](http://www.relations-publics.org))

Des extraits sont publiés chaque semaine sur nos réseaux sociaux.



# Services dédiés et soutien administratif & juridique

## Consultations juridiques

En tant qu'adhérent du SCRP, vous avez la possibilité de bénéficier d'un service juridique externalisé. Il s'agit d'une question qualifiée à rédiger sur un template prédéfini et à envoyer à Anne-Mareille (am.dubois@relations-publics.org). Si la question concerne l'un des domaines suivants : corporate/fiscal ; social ou IT/Data, et si la réponse peut-être généralisable à l'ensemble des adhérents, alors :

1. **Vous rédigez votre question dans le template**
2. **Un avocat du cabinet Agil'IT vous répond sous 48/72h par écrit et par téléphone.**
3. **La fiche contenant la question qualifiée et sa réponse sera publiée sur l'intranet du syndicat pendant un an. Ceci afin d'alimenter la foire aux questions du syndicat.**

## Modèles types de contrats

Développé par la commission RH, plusieurs modèles-types sont mis à la disposition des adhérents : collaborateur, contrat-cadre agence-client, contrat-cadre de prestations de services. Ces derniers seront remis à jour durant le second semestre 2020.

## Assurance, audit & conseil

Un courtier mandaté audite gratuitement vos assurances et vous propose une offre complète à des conditions tarifaires préférentielle, vous fournit des conseils sur la politique de gestion des risques, etc.

## Offres d'emploi

Votre syndicat diffuse vos offres d'emploi sur son site et sur ses réseaux sociaux.

## Déontologie et qualité

### Chartes de déontologie

Être membre du SCRP, c'est s'engager à pratiquer les plus hautes exigences en matière de déontologie.

La pratique du conseil en relations publics est encadrée par des codes de déontologie, ainsi que par l'arrêté Peyrefitte qui positionne le professionnel des PR en tiers de confiance. Face à l'évolution des métiers, des médias et l'émergence de nouveaux acteurs, le SCRP et le SYNAP ont **mis à jour notre code de déontologie**.

À l'occasion de la séance inaugurale de son Sommet international annuel de mai 2020, la PRCA annonce le lancement d'un **Global Ethics Council**. Ce conseil mondial d'éthique lancé par la PRCA, présidé par David Gallagher d'Omnicom, réunit une douzaine de professionnels issus du monde entier, dont pour la France, Stéphane Billiet, Président de We agency et membre du Conseil d'administration du Syndicat du Conseil en Relations Publics. Les missions du Global Ethics Council consisteront notamment à répondre aux sollicitations des associations professionnelles nationales qui souhaiteraient obtenir des conseils sur le contenu de leurs codes de déontologie et offrir des suggestions pratiques pour les améliorer ; aider les associations actuellement sans codes à les créer ; créer un forum international pour débattre de questions éthiques communes.

### Certification qualité CMS

Véritable label de qualité adapté aux agences conseil en relations publics, cette certification couvre l'ensemble des paramètres de fonctionnement d'une agence (la direction et 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 et enfin les RH et la gestion du personnel).

## Charte & Manifeste de la relation influenceurs

La commission influences, composée de Pascale Azria, Pierre-Hubert Meilhac et David Zmirov, a écrit une charte de la relation influenceurs qui édite les principes d'une pratique déontologique des relations médias / marketing d'influence. En voici les 6 principes :

1. L'agence conseil en relations publics s'engage en tant que conseil
2. L'agence conseil en relations publics identifie les canaux et influenceurs sans parti-pris
3. L'agence collabore avec les influenceurs en toute transparence
4. L'agence incite les influenceurs à respecter les codes de déontologie
5. L'agence est garante de la protection de la marque et de l'intérêt de l'entreprise
6. L'agence établit un bilan complet, quantitatif et qualitatif de la campagne

Un manifeste qui a pour but de positionner et valoriser les agences conseil PR sur ce marché complètera la charte. Lancement à la rentrée 2020.

## Qualité des outils de travail

Équiper nos métiers des meilleurs outils dans le déploiement opérationnel des PR. L'objectif de cette commission, composée de Pascale Azria et Frédérique Pusey, est de définir nos besoins en termes d'outils dans l'exercice de notre métier afin que nos partenaires y répondent au mieux, et ce à trois niveaux : identification, activation et mesure.

> Le syndicat étudie la possibilité de lancer un outil propre pour répondre aux besoins des professionnels que nous représentons, en partenariat avec d'autres acteurs associatifs et commerciaux du secteur. Nous vous contacterons prochainement pour lancer les ateliers de travail sectoriels.

## Les membres du SCRP






**SYNDICAT DU CONSEIL EN RELATIONS PUBLICS**  
**4, RUE DES ARDENNES**  
**75019 PARIS**

Anne-Mareille Dubois  
Déléguée générale

**am.dubois@relations-publics.org | 06 70 22 67 50**

Plus d'infos sur **www.relations-publics.org**

 @Syndicat\_RP

 @Syndicat.RP

