

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ORDINAIRE

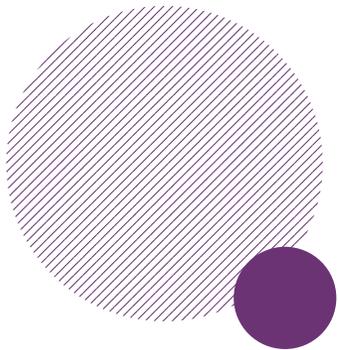
Mardi 11 juin 2024

Bienvenue

SANDRINE CORMARY

Présidente du SCRP

Directrice générale d'Omnicom PR Group



Gouvernance 2022-2025

LE BUREAU



Sandrine CORMARY
Présidente



Stéphane BILLIET
Président délégué



Nathalie GRIGORIEFF-GODIN
Trésorière



Thomas MARKO
Vice président délégué à la
Communication et à l'Attractivité



Cyrille ARCAMONE
Vice président délégué
à la Transformation



David ZMIROV
Vice-Président délégué
à la Valeur



Julie BARBARAS
Vice-Présidente déléguée
au Développement

LES ADMINISTRATEURS



Pascale AZRIA
Administrateur



Marc CHAUCHAT
Administrateur



Mathieu COLLET
Administrateur



Charles-Antoine COLOMB
Administrateur



Julie ESPALIOUX
Administrateur



Guillaume LABBEZ
Administrateur



Pierre-Hubert MEILHAC
Administrateur



Céline TONDI
Administrateur

L'EQUIPE



Anne-Mareille DUBOIS
Déléguée générale



Deniz ERCIYES
Chargée de mission

Bienvenue

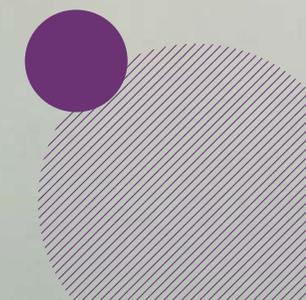


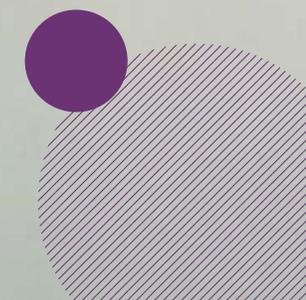
Céline TONDI

padam 
Communication Corporate - Relations Media

Leon.

RAYONNEMENT & DEFENSE DE NOS INTÉRÊTS





NOTRE ÉCOSYSTÈME COMMUNICATION

Notre présence dans l'écosystème de la communication



Sandrine CORMARY
Présidente du SCRP



Pierre-Hubert MEILHAC
Administrateur du SCRP



David ZMIROV
Vice-président du SCRP



Stéphane BILLIET
Président délégué du SCRP



- **Conférence Tendances Communication,**
Intervention de Sandrine Cormary et François Gobillot



- **Événement Clients de Cision sur l'avenir des RP,**
Intervention de Sandrine Cormary



- **Animation d'un atelier lors du séminaire de l'UDM:**
« L'influence sous toutes ses formes », *Interventions de Mathieu Collet, Anne-Mareille Dubois et Justine Roubaud*

Notre présence dans l'écosystème de la communication



Une collaboration toujours étroite avec nos associations sœurs



Partenaire agréé



Le club des partenaires

Notre présence à l'international



Guillaume LABBEZ
Administrateur,
Représentant auprès de l'ICCO



- Juin 2023 | Strasbourg
Forum Européen & Board ICCO Europe



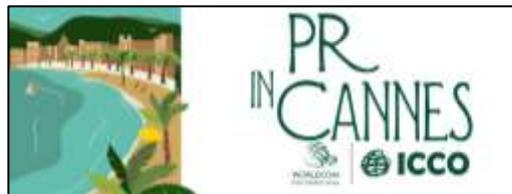
- Septembre 2023 | on line
Mois de l'éthique & relai du Misinformation Pledge



- Octobre 2023 | Varsovie
Forum Européen & Board ICCO Europe



- Avril 2024 | Genève
Forum Européen



- Juin 2024 | Cannes
Board ICCO Europe

Notre rayonnement au sein des médias cœur de cible

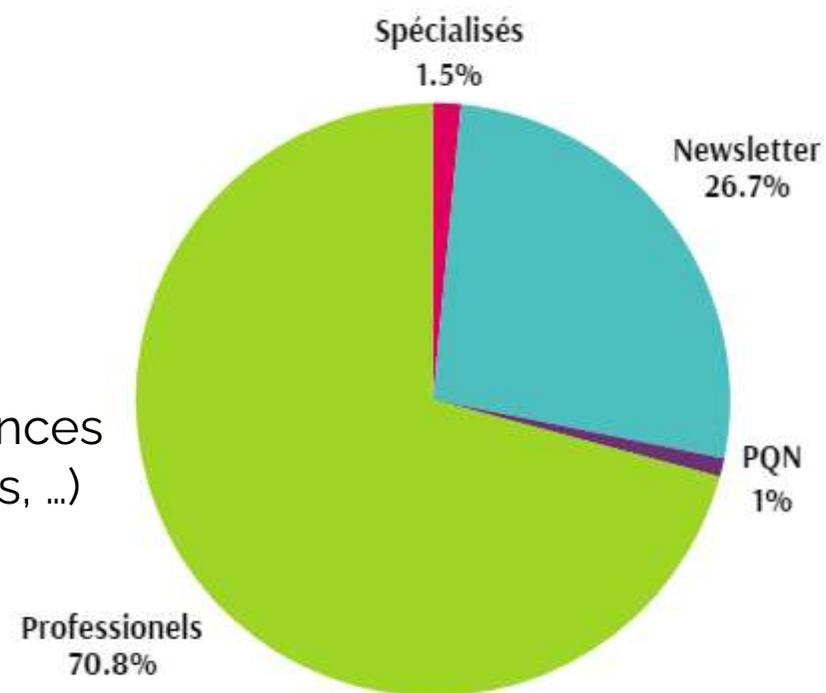


Ethel BACHELLERIE
Attachée presse du SCRP

> Près de **14 thématiques** de prises de paroles
+40 % vs 22/23

(Influence, intelligence artificielle, e-label ACIR, e-label RSE Agences Actives, Carrefour des RP, Meilleurs Espoirs RP, études d'activités, ...)

> Diversité des supports de presses : **36 supports différents**



Rayonnement médiatique

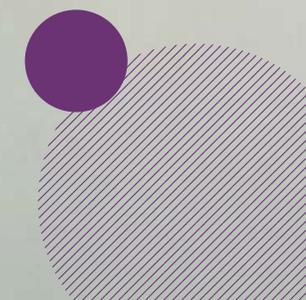
- 129 retombées presse
- Sur 36 plateformes différentes



<p>•contexte</p> <p>Lobbying : Les cinq ingrédients d'une cartographie de parties prenantes compatible avec le RGPD</p>	<p>la RÉCLAME</p> <p>Les 9 tendances du marketing d'influence en 2024</p>	<p>CB NEWS</p> <p>LA 17^E ÉDITION DU CARREFOUR RP EST DE RETOUR</p>	<p>MYEVONT NETWORK</p> <p>LA NEWS HEBDO</p> <p>EN CHIFFRES</p> <p>Bonne dynamique pour le marché des RP</p> <p>+ 9%</p>
<p>STRATÉGIES</p> <p>Le média des nouveaux modèles</p> <p>Huit nouvelles agences labellisées agence conseil en influence responsable par le SCRP</p>	<p>INFLUENCIA</p> <p>BONNE SANTÉ POUR LES RELATIONS PUBLICS</p>	<p>la RÉCLAME</p> <p>Les 9 tendances du marketing d'influence en 2024</p>	<p>The Good.fr</p> <p>26 nouvelles agences labellisées "RSE Agences Actives" par TRACC</p> <p>Démarche évaluée par AVOÏ Certifications</p>
<p>Les Echos</p> <p>Ce que la loi va (concrètement) changer dans le quotidien des influenceurs</p> <p>Les agences labellisées ont proposé des conseils de contenu, d'interaction et de transparence aux créateurs. Les organisations et individus à leur professionnalisation de la scène.</p>	<p>emarketing.fr</p> <p>RÉFÉRENTIEL DE LA MESURE</p>	<p>STRATÉGIES</p> <p>L'influence marketing responsable sur le devant de la scène</p> <p>DOSSIER INFLUENCE L'HEURE DU CADRAGE</p>	<p>médiaCom'</p> <p>La lettre des professionnels de la communication</p> <p>Le SCRP a élu ses représentants pour le Young Lions PR Competition</p>
<p>CB NEWS</p> <p>HUIT NOUVELLES AGENCES LABELLISÉES « AGENCE CONSEIL EN INFLUENCE RESPONSABLE »</p>	<p>la RÉCLAME</p> <p>Influence responsable : 8 nouvelles agences labellisées</p>	<p>STRATÉGIES</p> <p>Le label RSE Agences Actives confirme son attractivité auprès des agences</p>	<p>CB NEWS</p> <p>RELATIONS PUBLICS : UN MARCHÉ EN CROISSANCE ET CONFIAINT POUR 2024</p>



**DÉFENDRE NOTRE VISION
& LES INTÉRÊTS DE NOS ENTREPRISES**



Proposition de loi Cabinets de conseil

Adopté en 1^{ère} lecture au Sénat
le **18 oct. 2022**

Adopté en 1^{ère} lecture à
l'Assemblée nationale
le **1^{er} févr. 2024**

Adopté en 2^{ème} lecture au Sénat
le **1^{er} févr. 2024**

Examen en 2^{ème} lecture à l'AN
- date inconnue -

Suppression du renvoi à un décret de précision du Conseil d'État qui aurait permis de préciser ces différentes catégories très larges, a été supprimé

- Le « conseil en communication » fait toujours partie des six catégories de prestations de conseil visées à l'article 1er de la PPL
- Les principales obligations posées par la loi telle qu'elle :
 - interdiction du pro bono (article 5) ;
 - signature d'un code de conduite élaboré par l'administration bénéficiaire (article 9) ;
 - obligation de transmission à l'administration bénéficiaire, en amont de la prestation, d'une déclaration attestant de l'absence de conflit d'intérêts est conservée mais allégée* (article 10) ;
 - transmission d'une déclaration à la HATVP indiquant notamment les actions de démarchage / prospection**

Encadrement de l'influence commerciale

Début des groupes de travail à Bercy sur l'influence commerciale

nov. 2023

janv.-juin 2023

PPL Delaporte, Vojetta et Bergé
« visant à lutter contre les arnaques et les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux.

auditions DGE / DGCCRF sur les décrets d'application

juil. 2023

recadrage de la commission européenne*

août 2023

Actualisation du guide de bonne conduite

décembre

Promulgation de la loi DDADUE** autorisant le Gouvernement à modifier la loi influenceurs par ordonnance

22 avril 2024

Guide de
bonne conduite
**Influenceurs
et créateurs
de contenus**

L'essentiel de vos droits et devoirs

JUIN 2023

LES POINTS À RETENIR :

SAUVETAGE DU EARNED

J'exerce l'activité d'influence commerciale au sens de la loi lorsque je remplis les conditions cumulatives suivantes:

1. Je reçois **une contrepartie** financière ou un avantage en nature ;
2. Je fais la promotion, de manière directe ou indirecte, d'un bien, d'un service, ou d'une cause ;
3. Je m'adresse au public par la voie numérique quel que soit le nombre de personnes concernées.

[...] « Si l'annonceur/la marque et/ou l'agent me rémunère(nt) (quel qu'en soit le moyen) et/ou me remet(tent) un avantage en nature (exemples : un produit, un voyage) **sans rien demander en retour** : il est préférable de préciser avec l'annonceur/la marque et/ ou l'agent la nature de notre collaboration car je peux rentrer dans le champ de l'activité d'influence commerciale.

TRANSPARENCE

« Dans tous les cas, si j'ai un doute, je peux interroger les agences d'influence ou les fédérations professionnelles ou l'ARPP. Y compris en l'absence d'influence commerciale, il est conseillé de **privilégier la transparence**; » **[...]**

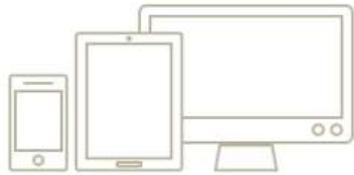
Cette mention doit être claire, lisible et identifiable.

- **Pas de mention « sur toute la durée du contenu »**
- **Possibilité d'utiliser les outils natifs**

CONTRATS

« Nous vous **recommandons** systématiquement de faire un contrat et notamment lorsque des sommes sont en jeu (par exemple **au-delà de 1 000 euros** hors taxes) »

RECOMMANDATION COMMUNICATION PUBLICITAIRE NUMÉRIQUE



PRÉAMBULE

Champ d'application de cette Recommandation

1. IDENTIFICATION

2. RESPECT D'UNE PUBLICITÉ LOYALE, VÉRIDIQUE, HONNÊTE

3. RESPECT DES BONNES PRATIQUES SOCIÉTALES

Protection des enfants et des adolescents

Image et respect de la personne

Développement durable

Comportements alimentaires

4. CONTENU GÉNÉRÉ PAR LES UTILISATEURS

5. CONFORT D'UTILISATION

FICHES PRATIQUES

ANNEXE (en date du 01/12/2021)

ACTUALISATION DE LA FICHE PRATIQUE « COMMUNICATION INFLUENCEURS ET MARQUES »

Ont notamment participé au groupe de travail les représentants de [AACC](#), [META](#), [SCRIP](#), [SNAPCHAT](#), [Union des marques](#), [UMICC](#)

La fiche pratique propose ainsi une **définition de l'influence commerciale** :

« *Fait de l'influence commerciale celui qui publie un contenu, par voie électronique, faisant la promotion d'un produit (bien ou service) ou d'une cause, de manière directe ou indirecte, en échange d'une contrepartie financière et/ou un avantage en nature, à destination de son audience établie sur le territoire français quel que soit le nombre de personnes concernées.* »

Elle précise la notion de contrepartie qui peut être « un paiement, un produit, un service, un pourcentage sur les ventes, un séjour, etc... »

Elle rappelle que la **contrepartie** est « *délivrée en échange du contenu diffusé par l'influenceur qui répond à une demande de promotion d'un produit ou d'une cause.* »

Invitation Agora

SCRP
Syndicat
du Conseil
en Relations
Publics

QUELLE INFLUENCE EN 2024 ?

Vendredi, 29 septembre 2023
de 8h30 à 12h
à la Maison de la Chimie, Paris 7ème

Suite à l'adoption de la Loi (n° 2023-451) du 9 juin 2023 visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux, le SCRP souhaite réunir les acteurs du marché de l'influence dans un souci de sensibilisation et de partage des bonnes pratiques.

Les tables rondes de cette grande conférence seront articulées autour de trois temps forts :

1. Les conséquences de la réglementation sur les marques.
2. Comment concilier créativité et nouvelles responsabilités pour les créateurs de contenus.
3. Les enjeux de la mesure de l'efficacité des campagnes d'influence.

En partenariat avec :

ARPP
autorité de régulation
professionnelle de la publicité

union
des
marques

CNA
COMITÉ NATIONAL
DES AGENCES

Sous le haut patronage du
MINISTÈRE
DE L'ÉCONOMIE,
DES FINANCES
ET DE LA SOUVERAINETÉ
INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE

4 moments forts réunissant 13 intervenants :

1. « Les nouveaux champs de l'influence commerciale », un état des lieux sur la loi animé par Pascale Azria
2. « Nouvelle loi sur l'influence commerciale : le bon moment pour les marques de s'interroger sur leur cahier des charges » animé par Patrick Bonin
3. « Créativité vs responsabilité : les créateurs de contenu vont-ils devoir choisir » animé par Agathe Nicolle
4. « Mesure de l'efficacité, l'influence à l'âge de raison » animé par Pierre-Hubert Meilhac

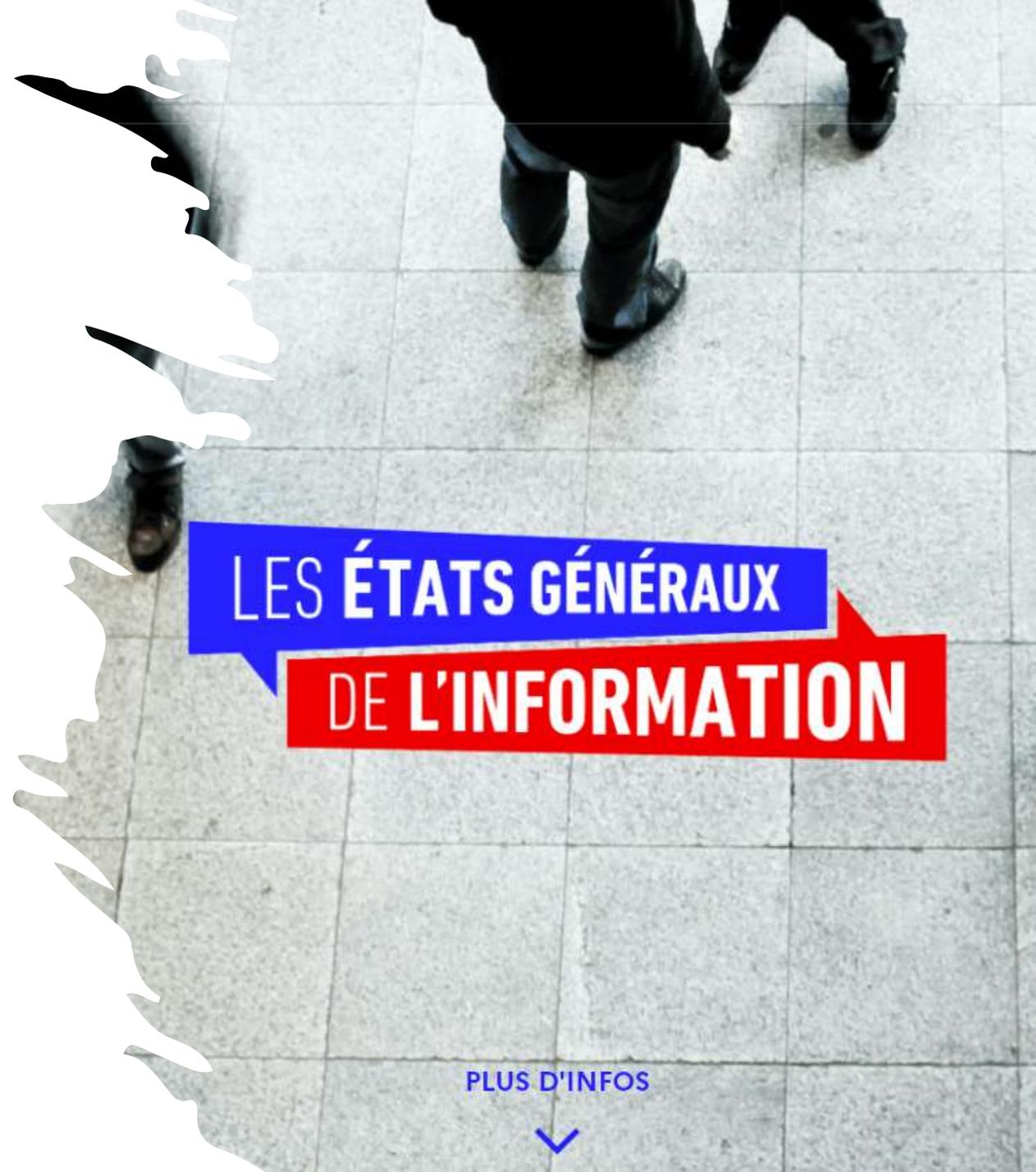
269 inscrits - 157 présents

80% d'agences – 20 % annonceurs

Commission média

Une initiative SCRP qui a abouti à une contribution collective au nom de la Filière Communication aux **Etats généraux de l'Information**.

La communication, paid & earned (et pas seulement paid !), a été posée comme préalable à la fabrique et la diffusion d'une information libre et indépendante.



LES ÉTATS GÉNÉRAUX

DE L'INFORMATION

PLUS D'INFOS



Commission média

Une grande initiative en faveur de l'éducation aux médias et à la communication.

La mobilisation nationale des professionnels des RP dans les établissements d'enseignement

- Un temps fort dans l'année pour désinvisibiliser nos métiers dans les médias
- Des partenariats pour renforcer notre leadership moral (en cours)
- Une action d'influence auprès de notre écosystème institutionnel.



SAISON IA

14 septembre 2023 | **Diner des présidents**

17 novembre 2023 | **Séminaire des adhérents**

31 mai 2024 | **Agora & Déclaration d'engagements**



ORGANISÉE PAR LE



EN PARTENARIAT AVEC



AGORA

DE LA DATA A L'ACTION

REINVENTER L'INFORMATION
ET LA COMMUNICATION
A L'HEURE DES IA GENERATIVES



Suivez nous sur LinkedIn pour être au courant de toute l'actualité du SCRCP

AU PROGRAMME



MOT D'OUVERTURE

Sandrine CORMARY, Présidente du SCRP
et Directrice générale d'Omnicom PR Group

QUAND L'IA NOUS MET LA PRESSION... MÉDIATIQUE

Une keynote préparée par :

François GOBILLOT, Directeur d'AxiCom
et Co-pilote de la commission IA du SCRP

Jean-Frédéric FARNY, Directeur général d'Aday



L'IA AU SERVICE DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Une interview de :

Fabien VERSAVAU, PDG de Rakuten

TRAVAILLER AUTREMENT : NOUVELLES OPPORTUNITÉS DE COLLABORATION

Une keynote présentée par :

Guillaume CHEVILLON, Professeur à l'ESSEC
Business School & codirecteur du Metalab for
data, technology & society



LA PRODUCTION DE L'INFORMATION À L'ÈRE DES IAG

Une table ronde réunissant

Journalistes & professionnels de la
communication, en entreprise et en agence

Stéphane BILLIET

Président délégué du SCRP,
Vice-président de WeChange,
Professeur associé au CELSA
Paris-Sorbonne



Laurent LAFORGE

VP Customer Success
EMEA de Talkwalker



Jean ROGNETTA

Journaliste
Fondateur de QANT
France editor pour Project
Syndicate



Anastasia STASENKO

Cofondatrice de Pleias
Maître de conférence associé
en Sorbonne-Nouvelle



Un événement animé par

David LACOMBLE, Président de La villa numeris

PRESENTATION

DECLARATION D'ENGAGEMENTS EN MATIERE D'UTILISATION DES IAG



Stanislas BARNETT

Directeur associé chez MAARC



François GOBILLOT

Directeur d'AxiCom



Thibault PEULEN

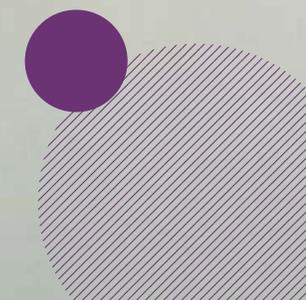
Directeur général de Cap & Cime PR

SCANNEZ POUR LIRE





**DÉVELOPPER
NOTRE MARQUE EMPLOYEUR**



Première édition de la semaine des métiers de la communication

- > Une dizaine d'opérations, dont le Carrefour des RP Live
- > 45% en ligne, 55% en présentiel
- > Environ 8000 participants sur la France

Première participation du SCRP aux JAO

- > 4 agences membres du SCRP participantes : Wellcom, Mot compte double, Marie-Antoinette & BCW



**POUR DÉCOUVRIR QUI EST DERRIÈRE
CETTE CAMPAGNE, RENDEZ-VOUS
LE 19 MARS À LA #JAO2024**

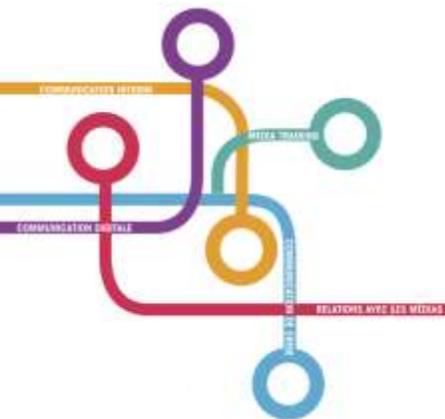
**JOURNÉE
AGENCES
OUVERTES** LES AGENCES-CONSEILS EN COMMUNICATION,
MÉDIAS ET RP VOUS OUVRENT LEURS PORTES
ET VOUS DÉVOIENT LEURS MÉTIERS.
www.agences-ouvertes.fr



Renforcer
la connaissance des métiers
de la communication

DU 18 AU 22 MARS 2024

J'inscris mon évènement



Jeudi 7 décembre 2023

CARREFOUR DES RP 17^{ÈME} ÉDITION

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

Cas pratiques

- 2 cas clients réels illustrant les différentes expertises et techniques du conseil en relations publics

Volet créativité

- Par les lauréats des « Meilleurs Espoirs français des Relations Publics » 2023

Volet RH

- Stages, profils, perspectives de carrières, compétences clés, rémunérations

Cocktail & échanges



- 11 écoles présentes
- 324 inscrits | 189 participants

Workshop créatif à l'occasion de la 10^{ème} édition des MERP

10^{ème}
édition

Deux ateliers réunissant les anciens lauréats du concours & membres du jury.

1- Comment renforcer la place et la valeur des PR auprès des clients ?

2- Quel est le leader PR de demain ?

➤ **16** anciens lauréats MERP et jury



MERP 2024

10^{ème} édition du concours



Candidatures & votes :

- **6** équipes candidates
- **780 votes** sur le theme des "Quels défis pour les leaders PR de demain ?"



Mars 2023

La Finale :



- **17** membres de jury
- Partenaire ONG : **Médecins Sans Frontières (MSF)**
- Sélection des lauréats 2024

Février/Mars 2024

La Demi-finale :

- 5 min de presentation & 5 min de Q&A
- Toutes les **6 équipes** ont été qualifiées pour la finale

Avril 2023



Team France 2024 : Luca & Bastien

Team Publicis Consultants



Préparation de l'équipe lauréate

- 8 séances de coaching
- 9 jurés contributeurs



17 – 21 Juin 2024

Novembre 2024

Avril – Juin 2024

Participation aux Cannes Lions

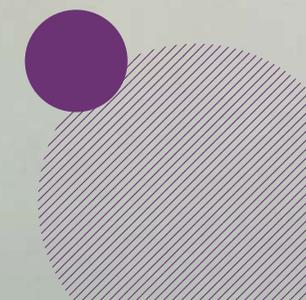
Catégorie Young PR



NextGen PR World Cup

organisé par l'ICCO

**ACCOMPAGNER NOS MEMBRES
EN APPORTANT SOUTIENS
METIERS & SUPPORT**



INTELLIGENCE ECONOMIQUE ET SOCIALE

Étude Annuelle d'Activités & Observatoire Social



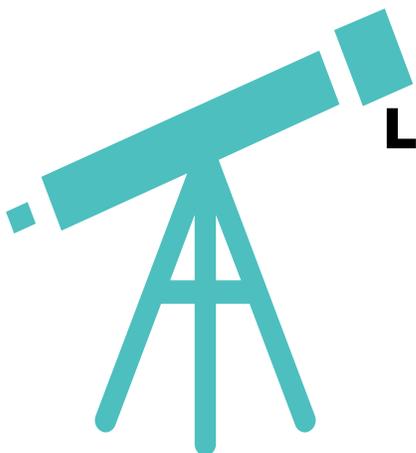
Nathalie
GRIGORIEFF-GODIN
Trésorière



Marc
CHAUCHAT
Administrateur

Les derniers chiffres

- > Flash prospectives réalisé en janvier 2024
 - 2024 - Estimatif de croissance à **5,2%** du Ca
 - et **3,3%** des honoraires
 - 81%** des dirigeants d'agences sont confiants pour 2024
- > Etudes annuelles d'activités 2024 sur les données 2023
 - Collecte des données en mai 2024
 - Participation de **85%** des agences membres !
 - Résultats présentés le 25/06 au matin



Périmètre Marché Etude Biannuelle Marketing Insight



Sandrine CORMARY
Présidente



Cyrille ARCAMONE
Vice-Président

Le poids du marché des RP en France



- > **641 millions** d'euros de chiffre d'affaires en 22
soit +9% vs 21
- > **4 866** salariés

Le SCRP confirme sa position de syndicat de référence. Il pèse pour **1/3** du marché des RP

- > **38%** du chiffre d'affaires des entreprises de RP en France (contre 34% l'année précédente)
- > **28,8%** des collaborateurs (contre 24,3% en 2021)
- > Ses membres contribuent **4,4X** plus que la moyenne aux entreprises du marché (contre 3,3 en 21)

Baromètre Limelight sur la relation clients



Sandrine CORMARY
Présidente



Cyrille ARCAMONE
Vice-Président



7 agences membres participantes

LA PLACE DES PR DANS LA STRATÉGIE DE MOYEN

150 RÉPONDANTS, 113 ENTREPRISES

QUELLE PLACE OCCUPE LES PR DANS VOTRE STRATÉGIE DES MOYENS ?



NEUTRE: 5%

OBJECTIFS ASSIGNÉS À UNE AGENCE PR

150 RÉPONDANTS, 113 ENTREPRISES

QUELS SONT LES OBJECTIFS QUE VOUS ASSIGNEZ À VOS ACTIONS PR ?



DEVELOPPER ET AMÉLIORER LA NOTORIÉTÉ



CONSTRUIRE ET PROTÉGER VOTRE RÉPUTATION



INFORMER ET SENSIBILISER VOS PUBLICS

TOP 3

VALEUR AJOUTÉE D'UNE AGENCE PR

150 RÉPONDANTS, 113 ENTREPRISES

POUR VOUS, LA VALEUR AJOUTÉE D'UNE AGENCE PR PAR RAPPORT À D'AUTRES ACTEURS DE LA COMMUNICATION SE SITUE DANS... ?



SON RÉSEAU (JOURNALISTES, INFLUENCEURS...)



LE CONSEIL



LA PROACTIVITÉ



LA RÉFLEXION STRATÉGIQUE

TOP 3

Etude IFOP sur l'attractivité de nos métiers



Julie BARBARAS
Vice-Présidente



Cyrille
ARCAMONE
Vice-Président

32 agences membres participantes

fin juin/ juillet > Terrain

Septembre > Résultats

11 octobre > séminaire des adhérents *FUTURE OF WORK*

Pourquoi on aime ce métier

LA DIVERSITÉ DES SUJETS ABORDÉS

82%

LE CONSEIL, LA STRATÉGIE

66%

L'ÉCHANGE, LE RELATIONNEL

63%

LE TRAVAIL EN ÉQUIPE

58%

LA CRÉATIVITÉ, LES POSSIBILITÉS D'INNOVATION

44%

L'AUTONOMIE, LA LIBERTÉ

41%

LE MANAGEMENT, LA TRANSMISSION

32%

Ce qu'on aime moins dans ce métier

LES NIVEAUX DE RÉMUNÉRATION

59%

LE STRESS

59%

L'INTÉRÊT DES SUJETS

31%

LA CONNAISSANCE ET LA PERCEPTION
DES MÉTIERS DES PR

25%

L'ORGANISATION ET L'ENCADREMENT

14%

LE RELATIONNEL AVEC LES CLIENTS

13%

LA RELATION AVEC LES JOURNALISTES
ET AUTRES PUBLICS

10%

L'AMBIANCE EN AGENCE

8%

Les axes de progression identifiés pour la profession

01

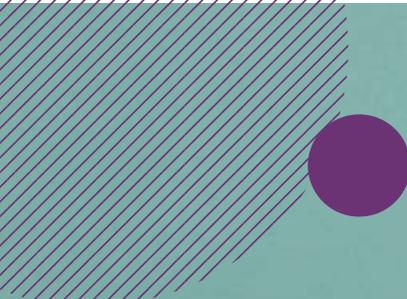
LES NIVEAUX DE
RÉMUNÉRATION

02

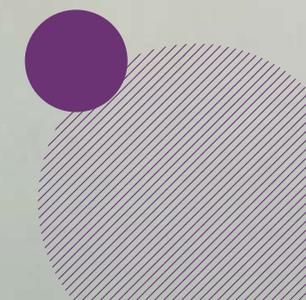
LE STRESS ET
LA CHARGE DE
TRAVAIL

03

LA FORMATION ET
L'ACCOMPAGNEMENT
DANS LA GESTION
DU PARCOURS
PROFESSIONNEL



**SOUTIEN
MÉTIER**



Accompagner les agences qui s'engagent

Création d'une commission RSE

Deux missions :



-1- Accompagner les agences membres

-2- Notre réponse RSE en tant que filière

Aidez-nous à cibler nos priorités en répondant à ce court sondage de 4 questions =>



Julie BARBARAS
Vice- Présidente



Nathalie GRIGORIEFF
Trésorière



Pascale AZRIA
Administratrice

2 Labélisations Pour passer des engagements aux actes

22 AGENCES CONSEIL RP LABELISEES "RSE AGENCES ACTIVES"



DÉMARCHE ÉVALUÉE
PAR AFNOR CERTIFICATION

38%
des agences
membres
labélisées



DÉMARCHE ÉVALUÉE
PAR AFNOR CERTIFICATION

19 AGENCES CONSEIL LABELISEES "AGENCE CONSEIL EN INFLUENCE RESPONSABLE"



INFLUENCE



RÉFÉRENTIEL DE LA MESURE



OBJECTIF :

Proposer une nouvelle matrice de mesure de l'influence, afin de proposer un outil complet à l'image des stratégies de communication actuelles.

FRUIT D'UN TRAVAIL COLLECTIF :

10 organisations professionnelles et entreprises

LES APPORTS DU RÉFÉRENTIEL

- > Une méthode simple et efficace
- > Des définitions communes des indicateurs disponibles sur le marché

Indice de la Réputation: mesurer l'impact des RP sur la réputation des entreprises

Besoin : servir un bénéficiaire à chaque adhérent et au collectif

La démarche doit reposer sur une méthode :

- **Simple** à mettre en place, simple à comprendre
- **Accessible** économiquement
- **Duplicable** pour tous les secteurs, toutes les organisations publiques ou privées, toutes les audiences
- Permettant la création de **Standards / Benchmarks**
- Capable de **couvrir toutes les dimensions de la réputation** (Corporate dont RSE, commerciale, employeur)
- **Stratégique** : la mesure du résultat plutôt que de « l'obligation de moyens »



Sandrine CORMARY
Présidente

Indice de la Réputation: mesurer l'impact des RP sur la réputation des entreprises

1. **Mesurer auprès d'une audience grand public**, la présence des Messages/Valeurs/Attributs stratégiques et l'absence des Anti messages/Valeurs/Attributs (dimensions corporate – RSE – commercial – marque employeur). Au total, entre 5 et 15 questions pour mesurer la réputation auprès d'une population identifiée.
2. A partir des résultats, **un Index sur 10 ou sur 100 est calculé** permettant de comparer les entreprises entre elles ou produire des standards sectoriels.
3. Intégration **d'un indicateur de puissance** de l'action de relations publics (qui reste à inventer et à calibrer) pour une lecture plus fine de l'impact réputationnel. Par exemple, un volume d'audience, le budget ? Intégration des KPI issus des éventuelles options
4. Occurrence et SCRPs alimentent une **base de données des Index** pour alimenter le discours sur les impacts, la performance, etc.

Pour compléter la démarche :

- Mesure de la présence dans les médias (pige/revue de presse à fournir) et réseaux sociaux

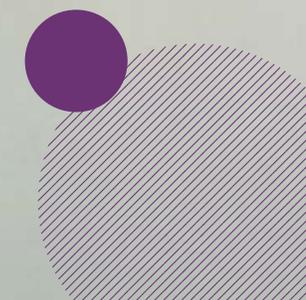
MATRIS

BASE DE DONNÉES RELATIONNELLES

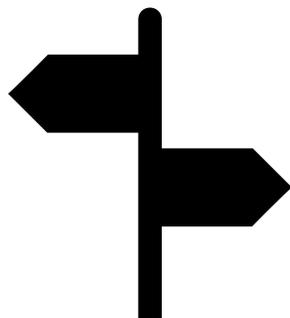
Point sur le lancement de la base de données



SOUTIEN RH



Référentiel Parcours en Agence



Objectiver le parcours en agence et ses différents degrés de séniorité

- Donner plus de visibilité aux (futurs) collaborateurs d'agence sur le parcours en agence ;
- Aider les (futurs) collaborateurs à identifier leurs axes de progression en vue d'une évolution professionnelle
- Servir les directions d'agence (lors des entretiens annuels par exemple) pour justifier la position d'un collaborateur et ses éventuelles évolutions



**Nathalie
GRIGORIEFF-GODIN**
Trésorière



Florence OYON
BCW



Sarah PLOCKI
Kingcom



Opportunités de rencontre de vos futurs collaborateurs

Linked in

PPROMISING
FUTURES

OFFRES D'EMPLOIS & DE STAGES
EN AGENCE CONSEIL EN
RELATIONS PUBLICS

Venez rencontrer vos futurs
collaborateurs

- **En mars 2025**, ouvrez les portes de vos agences : **#JAO2025**
- **Carrefour des RP** : vous êtes les bienvenus au cocktail.

Se former & apprendre

Savoir négocier et défendre ses honoraires en agence

Animé par Elisabeth Johnston

Session 1 : 21 septembre & 5 octobre | Sessions 2 : 27 février & 12 mars (sessions complètes)

Piloter la relation clients

Animé par Elisabeth Johnston

Session 1 : 22 septembre & 13 octobre | Session 2 : 7 mars & 22 mars (sessions complètes)

Relations marque – influenceurs : statuts et bonnes pratiques à acquérir

animé par Mohamed Mansouri et Alain Hazan

Vendredi 22 mars

Prendre la parole en public

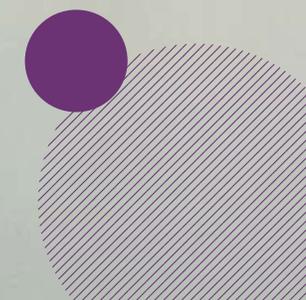
Animé par Stanislas Roquette

Vendredi 21 juin et vendredi 28 juin (1 place restante)

Communication de crise

Animé par Hélène SION

Mardi 9 juillet (inscriptions ouvertes)



**SOUTIEN
ADMINISTRATIF & JURIDIQUE**

Elaboré en concertation avec la CNIL



- **Reconnaissance de la base légale du traitement**
- **Introduction de 3 exceptions à l'obligation d'informer**
- **Des conseils pratiques :**

Mettre à jour la politique de protection des données avec les traitements « cœur de métier » et la rendre accessible

Inclure un renvoi vers la politique de protection des données dans les pavés de signature email

Compléter les contrats pour :

- Clarifier le rôle responsable/sous-traitant de chacun (client/conseil)
- Intégrer les clauses obligatoires conformément au RGPD.

Ne pas insérer de données de contact dans les cartographies « pour comprendre »

Engager sous 1 mois maximum et informer la personne concernée au plus tard lors du premier contact avec cette dernière lorsque les données de contact sont ajoutées aux plans d'engagement

Assurances, Service juridique & modèles-types de contrats



- **Audits de vos contrats d'assurance**

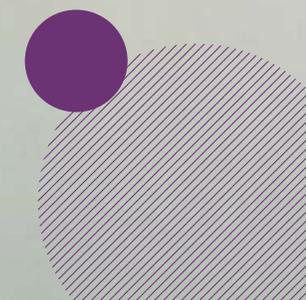
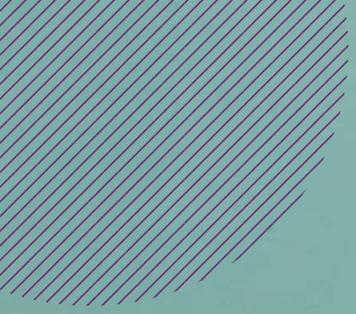
- **Modèles-types de contrats**

- Contrat agence / influenceurs et le guide d'utilisation (2024)
- Contrat cadre agence / client et contrat d'application (2020 – en cours d'actualisation)
- Contrat collaborateur CDI (2020 – sera actualisé en 2024)
- Modèle de convention prestation de services + Note d'information pour les contrats de prestation (2020 – sera actualisé en 2024)
- Clauses-types RGPD

- **Service juridique Externalisé**

- En tant qu'adhérent du SCRP, vous avez la possibilité de poser une question qualifiée à un avocat. 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 prédéfini \(disponible ici\)](#) et vous l'envoyez par mail à am.dubois@lrelations-publics.org
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.



NETWORKING & ÉCHANGES ENTRE PAIRS



Diner des Présidents

14 septembre 2023



Avec l'intervention de

Kati Bremme,

Directrice de l'innovation
Chez France TV

➤ **30** présents



Séminaire des adhérents

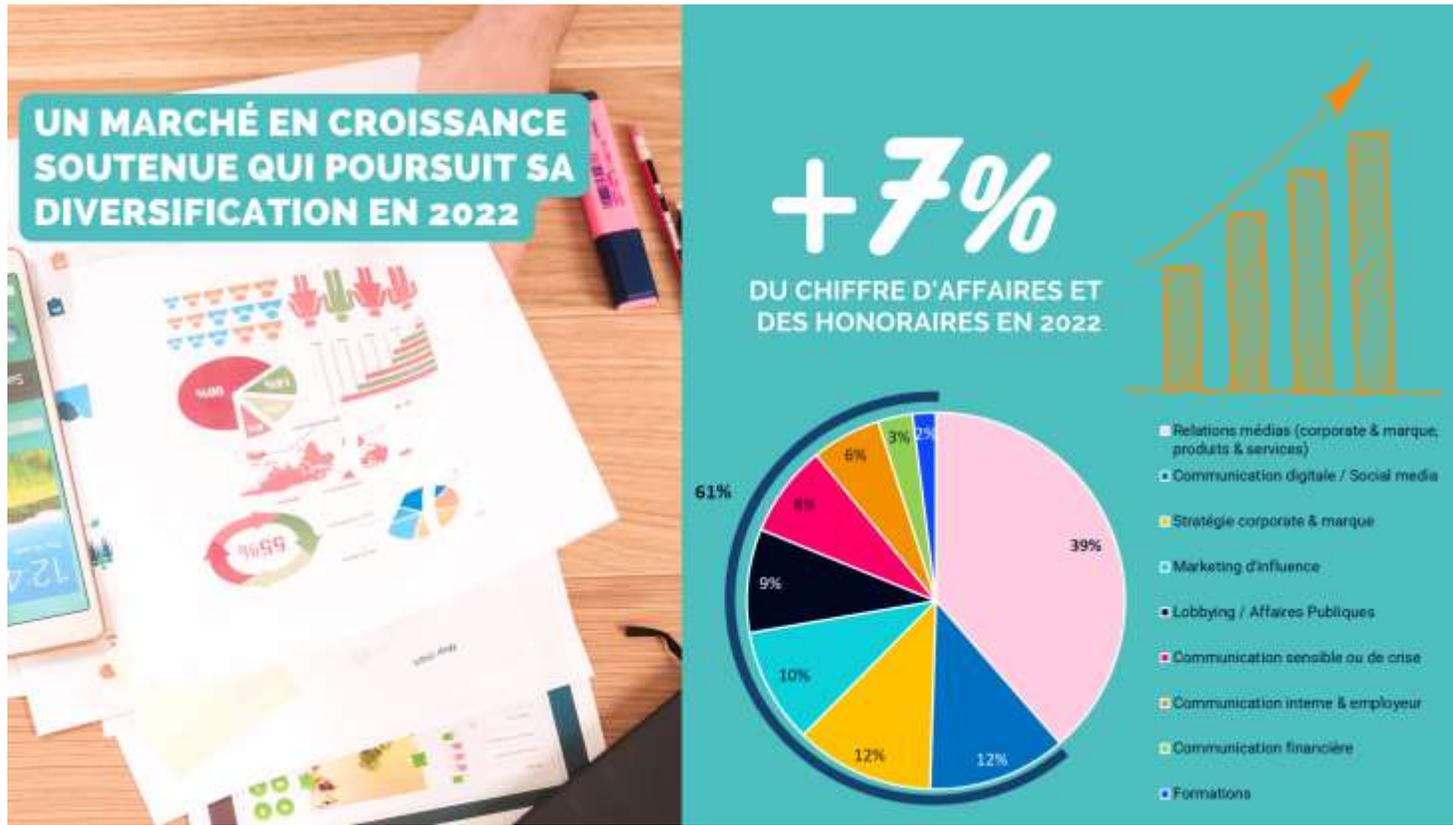
17 novembre 2024

Le rendez-vous annuel prospectif

- Edition 2023 sur le thème de **l'Intelligence artificielle** en format atelier pratico pratique en présence de **37 inscrits**.
- Edition 2024 sur le thème du **future of work** suite aux résultats de l'enquête IFOP.



Business Apéro | Business Café



Rencontre annuelle :
Présentation des résultats des Etudes Annuelles d'Activités et de l'Observatoire Social

- 2023 | Le 4 juillet
- 2024 | Le 25 juin

Ateliers pratiques

Atelier
E-Label ACIR :
Echanges entre
postulants et
labélisés (26 inscrits)

4 octobre 2023

Atelier
RSE AA : Echanges entre
postulants et labélisés
(12 inscrits)

13 octobre

Atelier Cision "Ce
que veulent les
journalistes »
(83 inscrits)

15 décembre

Atelier
E-Label ACIR :
Echanges entre
postulants et
labélisés (26 inscrits)

1er mars

5 octobre 2023

Atelier Onclusive x
Digimind : « Le
Social Listening pour
les RP » (39 inscrits)

10 novembre

SCRIP Café : échange
sur les actualités
SCRIP et les enjeux
du secteur
(26 inscrits)

19 janvier

Atelier Influence :
Mise en œuvre des
contrats influenceurs
(42 inscrits)

Rencontres informelles



SCRP
Syndicat
du Conseil
en Relations
Publiques

APÉRO SCRP

Le 11 avril, à 18h30
Lieu : Lézard Café
32 Rue Étienne Marcel
75002 Paris





Et demain ?

- **+ de convivialité** avec des opportunités de rencontre et d'échanges plus réguliers (apéros, ateliers thématiques)
- des **combats mieux définis** pour mieux adresser nos publics et ainsi servir le business de nos entreprises



Et vous ?

- Avez-vous des sujets sur lesquels vous souhaitez être contributeurs ?