



LE SCRP EN ACTION

ENGAGÉ AUX CÔTÉS DES AGENCES
MOTEUR DE TRANSFORMATION
AU SERVICE DU COLLECTIF

Rapport d'activités 2024–2025

MOT DE LA PRÉSIDENTE

Une année pour réaffirmer notre cap

En prenant la fonction de présidente du SCRP il y a trois ans, je mesurais bien le rôle essentiel de notre syndicat pour nos métiers : celui de rassembler, de structurer et d'éclairer notre profession. Aujourd'hui, je suis fière du chemin parcouru, mais surtout de l'élan collectif que nous avons su impulser.

L'année 2024 a marqué un tournant. Avec les administrateurs, nous avons pris le temps de nous poser, de réfléchir ensemble à notre raison d'être, à ce qui nous unit au sein de notre organisation professionnelle, au-delà de la diversité de nos agences. De cette réflexion est née une ambition claire : donner du sens à l'action syndicale, en l'alignant sur les transformations du secteur et les attentes de la société.

Ce rapport d'activités est à la fois un bilan concret, un témoignage de ce que le syndicat accomplit pour ses membres, et une invitation à poursuivre cet élan collectif.

Vous y retrouverez les quatre piliers de notre action — défendre, attirer, accompagner, rassembler — ainsi qu'un fil rouge plus profond : notre volonté de contribuer, par nos métiers, à une société plus ouverte au dialogue.

Dans un monde où tout va vite, où les pratiques changent et où les repères vacillent parfois, le SCRP doit rester un point d'ancrage pour les dirigeantes et dirigeants d'agence.

C'est notre engagement. C'est ma responsabilité. Et je serai heureuse, si vous me le permettez, de continuer à la porter avec vous.

Sandrine Cormary
Présidente du SCRP
(Omnicom Reputation Group)



A knight in full plate armor, including a helmet with a plume, is shown from the waist up. He is holding a sword in his right hand and a shield in his left. The shield features a white lion rampant on a dark background. A purple banner is overlaid across the middle of the image, containing the text 'DÉFENDRE LES INTÉRÊTS DU SECTEUR'.

DÉFENDRE LES INTÉRÊTS DU SECTEUR

PORTER LA VOIX DE LA PROFESSION
DÉFENDRE SA LÉGITIMITÉ
AFFIRMER SON UTILITÉ SOCIÉTALE

01

1.1.

RÉAFFIRMER NOTRE RÔLE DANS LA SOCIÉTÉ

Dans un paysage médiatique fragmenté et marqué par la désinformation, les repères entre information, communication et expression individuelle tendent à s'estomper. Les entreprises comme les citoyens ont besoin de cadres fiables pour comprendre, décider, agir.

Nos métiers de conseil en relations publics vont bien au-delà de la simple amplification des voix de nos clients. Ils contribuent à la lisibilité des messages, à l'intégrité de l'information, et donc à la qualité du débat. Ils créent les conditions d'un dialogue éclairé entre les acteurs du débat public.

CONTRIBUTEURS



Sandrine
CORMARY



Stéphane
BILLIET



Charles-Antoine
COLOMB



REDÉFINIR NOTRE COMBAT COLLECTIF : LA RAISON D'ÊTRE

Les administrateurs ont redéfini le "combat" du syndicat : un engagement transversal, ouvert et aligné avec la singularité des agences membres.

Ce travail a fait émerger une raison d'être claire et tournée vers l'extérieur, présentée aux membres lors du lancement du chantier RSE sectoriel.

Contribuer avec sincérité à la construction éclairée des opinions, pour une société ouverte au dialogue.

Ce positionnement a été partagé pour la première fois avec les membres du SCRP lors d'un apéritif convivial.



Julie BARBARAS, Stéphane BILLIET,
Sandrine CORMARY, Thomas MARKO

LA DÉONTOLOGIE AU FONDAMENT DE NOTRE ENGAGEMENT COLLECTIF

Le socle d'une organisation professionnelle est fait de pratiques responsables et partagées.

Faire vivre ces principes, c'est l'ambition du Mois de l'éthique, relancé chaque année en septembre. En 2024, un atelier PRaxis y a été consacré.

« Mois de l'éthique : comment faire vivre la déontologie au quotidien ? »



Stéphane Billiet
Pascale Azria
Aristide Luneau

Les agences adhérentes s'engagent à respecter un ensemble de codes et chartes déontologiques français et internationaux, dont :

- ✓ **Déclaration d'engagements sur l'utilisation éthique des IA Génératives** (2024)
- ✓ **Code de déontologie SCRP/SYNAP** (révisé 2020)
- ✓ **Charte de la relation influenceurs** (2020)
- ✓ **Charte de la communication de crise** (2014)

Le SCRP agit aux côtés de l'ARPP (*l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité*), dont il est membre, pour faire évoluer les normes et les pratiques de communication digitale :

06
24

Mise à jour de la fiche "Influenceurs et marques".

→ Clarifier les pratiques responsables après la loi du 9 juin 2023 sur l'influence commerciale.

02
25

Nouveau certificat "Community managers responsables".

→ Une formation pour les community managers et social media managers dans le but de les doter d'un socle commun en matière de légalité, d'éthique, et de transparence.

04
25

Lancement du certificat "Influence responsable 2.0".

→ Un programme renforcé, plus inclusif, aligné avec les attentes sociétales.

RENOUER LE DIALOGUE AVEC LES PRODUCTEURS D'INFORMATION

Les agences collaborent quotidiennement avec les journalistes, mais nos organisations représentatives doivent renforcer les liens et les synergies.

Afin d'initier un dialogue durable avec les syndicats de journalistes, le SCRP a pour projet de soutenir le congrès du centenaire de la FIJ.



Projet de partenariat – FIJ 2026, Paris

Co-construire un moment dédié aux enjeux communs entre médias, journalistes, communicants et citoyens.

Un événement à portée internationale, réunissant près de 300 journalistes internationaux.

UNE MISSION ÉDUCATIVE POUR LUTTER CONTRE LA DÉSINFORMATION

Face à la montée de la désinformation, les communicants ont un rôle central à jouer : s'engager en faveur de pratiques plus transparentes, mais aussi participer activement à la transmission d'une culture de l'information, auprès de leurs collaborateurs, de leurs clients et plus largement au sein de la société.

P I L O T E



Stéphane
BILLIET

En 2024-2025, le SCRP a soutenu :



TEST ET FORMATION "ANTI-FAKE NEWS" DE CISION

Une initiative ambitieuse qui invite les communicants et leurs clients de tester leur capacité à identifier les fake news et à comprendre les mécanismes de manipulation de l'information.

Le SCRP salue une approche qui vise à faire entrer les enjeux de la désinformation au sein des entreprises, à l'instar de la cybersécurité.



Stéphane Billiet
Xavier Simon
Thomas Huchon



MISINFORMATION & DISINFORMATION PLEDGE DE L'ICCO

Le SCRP est signataire de cet engagement porté par l'ICCO, qui fédère agences, réseaux internationaux et institutions pour une action coordonnée contre la désinformation.

Objectifs : partager des bonnes pratiques, promouvoir la transparence, sensibiliser les professionnels à l'impact de leurs contenus.



Guillaume
Labbez

ET DEMAIN ?

Assumons pleinement notre place dans la chaîne de l'information, en portant une parole transparente et traçable.

Contribuons activement à l'éducation à la communication, en engageant les professionnels de nos agences à partager leur expertise de l'écosystème médiatique.

1.2.

REPRÉSENTER LES INTÉRÊTS DES AGENCES CONSEIL EN RP

Face à la montée des régulations, à la pression réputationnelle sur nos métiers, le SCRP agit en tant qu'interlocuteur structuré et légitime des pouvoirs publics.

Accompagné de son conseil Euros / Agency Group, le syndicat veille, alerte, dialogue et défend les spécificités du conseil en relations publics.

P I L O T E S



Sandrine
CORMARY



Pascale
AZRIA

Dossiers prioritaires suivis en 2024–2025

Influence commerciale

Loi promulguée le 9 juin 2023
Décrets d'application prévus à l'été 2025.

- Influencer les décrets d'application.
- Préempter le futur cadre européen.
- Être en alerte vs éventuelle loi influenceurs II.

Ingérences étrangères

Loi promulguée le 9 avril 2024
Décrets d'application prévus fin juin pour une mise en application au 1er juillet 2025.

- Clarifier les obligations déclaratives.
- Prévenir les assimilations abusives.
- Accompagner les agences.

Cabinets de conseil

Proposition de loi votée deux fois, bloquée par la dissolution de l'Assemblée.

- Exclure les prestations de conseil stratégique en communication du champ d'application.

Pluralisme de l'information

Délibération de l'Arcom du 17 juillet 2024 réinterprétant les principes de pluralisme dans les médias audiovisuels.

- Prévenir les amalgames et le fichage des invités.

1.3. FAIRE RAYONNER LES RP AUPRÈS DE L'ÉCOSYSTÈME DE LA COMMUNICATION

À travers un événement propriétaire - le PR Lab - et la mobilisation de ses administrateurs et membres de commissions dans des initiatives extérieures, le syndicat affirme sa position d'acteur de référence.

LE PR LAB 2025 : PAYSAGES MÉDIATIQUES ET PRATIQUES RP EN FRANCE ET AUX ETATS-UNIS.

Événement incontournable du SCRP, le PR Lab explore les grandes mutations qui façonnent la communication et les relations publics. Grâce à un format dynamique et varié, et à une sélection d'intervenants de premier plan, il décrypte les tendances émergentes et apporte un regard prospectif sur les transformations du secteur.

Fort de son succès, le PR Lab deviendra un rendez-vous annuel du SCRP, avec une prochaine édition en préparation pour 2026.



Sandrine CORMARY et Amélie AUBRY (SCRP), ont respectivement ouvert et animé la matinée, après avoir activement contribué à la conception du programme et au choix des intervenants.



Christophe ASSELIN (Digimind / Onclusive) a posé les bases avec une plongée chiffrée dans le rapport Reuters sur la consommation de l'information et des médias, marquée par l'explosion des plateformes sociales, l'essor des influenceurs d'actualité, et le recul des médias traditionnels.



Clémence VATIER (Politico France) a partagé les enjeux d'adaptation d'un média politique américain au contexte français, soulignant l'importance de l'indépendance éditoriale et du positionnement non partisan.



Anaïs CARAYON & Florent PEIFFER (Urbania) ont mis en lumière les nouveaux formats et récits capables de capter les jeunes publics, entre formats immersifs, narration engagée et pluralité économique.



Christophe JAKUBYSZYN (Les Échos) a raconté la transformation structurelle et éditoriale d'un quotidien économique historique, tourné vers le numérique, les formats différenciés et la valorisation de l'expertise journalistique.



Marshall MANSON (FleishmanHillard UK) a appelé les agences RP à repenser leur posture : moins dans l'exécution, plus dans le conseil, pour répondre à la complexité d'un environnement globalisé et hyperconnecté.

PORTER LA VOIX DU SCRP DANS LES ÉVÉNEMENTS ET RÉFLEXIONS COLLECTIVES

Au-delà de ses propres productions, le syndicat a été invité à intervenir dans plusieurs événements clés du secteur, démontrant la reconnaissance de son expertise.



PRÉSENCE DANS LES JURYS DE GRANDS PRIX :

- 🏆 Grands Prix Stratégies de la communication d'engagement : **Julie BARBARAS**
- 🏆 Grands Prix Stratégies de l'influence : **Pascale AZRIA**
- 🏆 Prix INfluences d'INfluencia : **David ZMIROV**
- 🏆 ICCO Next Gen PR World Cup : **Isabelle WOLF**



INTERVENTIONS DANS DES CONFÉRENCES :

- 🎤 "Quand l'IA révolutionne les RP" | Conférence Tendances Communication, Comundi x Stratégies avec **Sandrine Cormary** et **François GOBILLOT**.
- 🎤 "IA, utilité et avenir de la com" | Table ronde ISCOM avec **Sandrine CORMARY**.
- 🎤 "Marketing, Communication & IA : Que réserve l'avenir ?" | Conférence Onclusive x Stratégies avec **François GOBILLOT**.



SOLLICITATIONS D'EXPERTISES DANS DES PUBLICATIONS ET TRAVAUX DE RECHERCHE :

- 🔍 Guide des relations médias responsables d'ADEME Interviews de **Sandrine CORMARY** et **Benoit DESVEAUX**
- 🔍 Baromètre 2025 de l'engagement des marques de Cision | Participation de **Sandrine CORMARY**
- 🔍 Contributions à des recherches universitaires :
 - > Structuration du conseil stratégique en influence (Université de Lille) - **Stéphane BILLIET, Anne-Mareille DUBOIS**
 - > Enjeux de genre dans les pratiques des communicantes (Sorbonne Nouvelle) - **Anne-Mareille DUBOIS**
 - > Évolution de la fonction communication (IFOCOM, Rennes 2) - **Anne-Mareille DUBOIS**

1.4. AFFIRMER NOTRE VALEUR AUPRÈS DES CLIENTS

MESURER, DÉMONTRER, CONVAINCRE

La performance reste un enjeu central dans la relation entre agences et marques. Le SCRP agit pour doter les agences d'outils concrets afin de valoriser leur impact et affirmer la portée stratégique de leur conseil.

Le référentiel de la mesure

Enrichi en 2023, cet outil met à disposition des agences un cadre commun d'évaluation de l'efficacité des campagnes RP et d'influence. Co-construit avec une dizaine d'acteurs du secteur, il clarifie les indicateurs disponibles sur le marché, leurs usages, leurs méthodes de calcul et leur limite.

Un indice de la réputation

Actuellement en développement avec Occurrence, il vise à mesurer l'impact des actions RP sur la perception globale d'une organisation. Il a vocation de devenir un indicateur consolidé, duplicable et accessible, capable de traduire l'effet réputationnel des campagnes RP auprès du grand public et de différents publics cibles.



MIEUX COMPRENDRE LES ATTENTES DES CLIENTS

Tous les deux ans, le SCRP lance avec Marketing Insight le Baromètre Limelight, une étude en souscription individuelle menée auprès des clients d'agences PR sur leurs attentes, leurs critères de choix et leur perception de la valeur du conseil en relations publics.

Les souscriptions pour l'édition 2026 commencent en septembre 2025 pour un terrain prévu en novembre/décembre 2025.



ATTIRER, RÉVÉLER ET FIDÉLISER

INVESTIR DANS LES TALENTS QUI CONSTRUISENT
L'AVENIR DE LA PROFESSION

02

2.1. LE CARREFOUR DES RP

Une immersion concrète dans nos métiers pour donner envie de les exercer en agence.

Attirer les bons profils et les faire grandir au sein de nos agences demeure l'un de nos enjeux principaux. Le SCRP réaffirme son engagement en faveur de l'attractivité des métiers et des carrières en agence conseil en relations publics.

Temps fort de cette dynamique, le Carrefour des RP donne à voir ce que signifie « faire des RP » en agence aujourd'hui. Ce format, désormais bien identifié des écoles, reste l'un des rendez-vous incontournables des étudiants et de leurs enseignants pour découvrir la variété des métiers et des parcours en agence.

A U P R O G R A M M E



Mot d'ouverture

Sandrine CORMARY



Animation

Stéphane BILLIET

Cas clients



Julie ESPALIOUX



Thomas CROUZET
Thibault MICHAL
Yann-Gaël COBIGO

Focus RH

Baromètre 
du travail en agence

Cyrille ARCAMONE

Témoignage des lauréats 2024



Luca BEVILACQUA
Bastien CADOR



2.2.

MEILLEURS ESPOIRS RP

RÉVÉLER LES FUTURS PR LEADERS

Chaque année depuis 2015, le SCRP révèle les nouveaux visages de la profession à travers le concours des Meilleurs Espoirs RP.



6 équipes



22 jurés



3 finalistes

Repensée en 2025, cette initiative permet à de jeunes talents de faire leurs preuves dans des conditions professionnelles exigeantes et stimulantes, jusqu'à représenter la France dans les compétitions internationales.

#wearePRoud

COMITE DE PILOTAGE



Isabelle WOLF



Stéphane BILLIET



Sandrine CORMARY



Julie ESPALIOUX

Notre team France 2025, Louis Govindin & Rémi Vincent, après avoir bénéficié d'un programme de coaching sur mesure, décrochent l'argent lors de la Next Gen PR World Cup organisée par l'ICCO. Prochain objectif : décrocher l'or aux Young Lions PR à Cannes.



2.3. ACCOMPAGNER LES PARCOURS RENFORCER L'ENGAGEMENT

En structurant une marque employeur collective et des outils communs de pilotage RH, le SCRP agit pour renforcer l'attractivité du secteur et faire évoluer ses pratiques. En 2024-2025, deux projets phares ont matérialisé cette ambition :

BAROMÈTRE IFOP X SCRP : LE TRAVAIL EN AGENCE VU PAR LES EQUIPES

En 2024, le SCRP a mené la deuxième édition du baromètre « Le travail en agence vu par les équipes », donnant la parole aux collaborateurs pour mieux comprendre leur perception du métier, leur environnement de travail et les dynamiques d'engagement dans la profession.

#WelovePR



Aiment leur métier



En sont fiers



82% Le recommandent

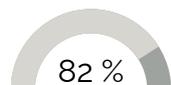
Un quotidien apprécié par les équipes



Aiment leur niveau d'autonomie



Aiment l'alternance télétravail / présence sur site



Aiment la variété et l'intérêt des missions

PILOTES



Julie BARBARAS



Cyrille ARCAMONE



Les résultats de cette 2e édition du baromètre sont très encourageants, notamment en comparaison avec les données nationales.

Pour poursuivre cette dynamique positive et renforcer l'attractivité ainsi que la performance de notre secteur, il est essentiel que nos entreprises continuent à soutenir leurs équipes dans la gestion de leur carrière.

Cela passe par une politique RH encore plus structurée et par un engagement accru à intensifier les formations, dont le volume a déjà doublé en 2023, témoignant de notre volonté d'investir dans le développement des talents.



RÉFÉRENTIEL DU PARCOURS EN AGENCE :

Un outil structurant pour accompagner les trajectoires

Né d'une dynamique collective, le Référentiel parcours en agence répond à un besoin partagé : mieux structurer les parcours professionnels en agence, dans un langage commun, objectif et opérationnel.

Pensé comme un outil qui s'adresse autant aux dirigeants qu'aux collaborateurs, il permet d'évaluer les compétences à chaque niveau de séniorité, d'identifier les leviers de progression et de mieux accompagner les évolutions de carrière.

Il repose sur cinq niveaux de fonctions – du consultant junior au directeur conseil – et couvre cinq grandes familles de compétences :



Expertises
opérationnelles
métier



Relation
client



Développement



Management



Soft skills



PILOTES



Nathalie
GRIGORIEFF-GODIN



Florence
OYON



Sarah
PLOCKI

Modulable et personnalisable (format Excel), le référentiel peut servir plusieurs usages :

Recrutement, gestion des talents, évaluation des performances, communication interne ou encore image de marque employeur.

SÉMINAIRE DES ADHÉRENTS



Romuald GILLARD
Elisabeth JOHNSTON

Le séminaire des adhérents offre une expérience immersive et transformative aux dirigeants des agences membres qui se réunissent durant une demi-journée de réflexion, de partage et d'inspiration, afin d'initier ensemble les changements qui transformeront notre industrie.



SOUTENIR LA PERFORMANCE

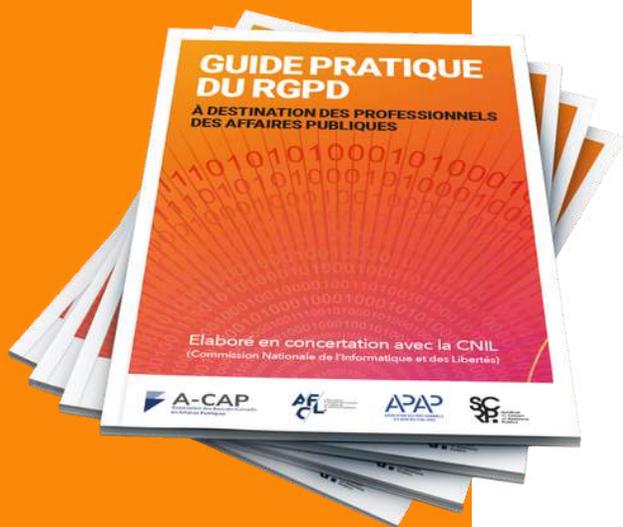
OUTILLER, SÉCURISER, FORMER, ACCOMPAGNER
LES AGENCES AU QUOTIDIEN

03

3.1.

SOUTIEN ADMINISTRATIF ET JURIDIQUE

Pour répondre aux enjeux concrets du quotidien en agence, le SCRP propose à ses membres un socle d'outils et de services mutualisés. Qu'il s'agisse de simplifier les démarches juridiques, d'accompagner les RH, de renforcer l'expertise métier ou de valoriser la qualité des pratiques, le Syndicat agit comme un facilitateur au service de la performance collective du secteur.



ACCOMPAGNEMENT RGPD : UN KIT COMPLET POUR LES AGENCES RP

Le SCRP accompagne ses membres dans l'appropriation du RGPD grâce à un dispositif complet, pensé pour répondre aux spécificités des agences conseil en relations publics.

Le guide pratique "RGPD pour les PR"

Finalisé en 2020, le guide est accessible à toutes les agences membres via l'intranet et offre des repères clairs, illustrés d'exemples concrets.

Un kit d'accompagnement "pas à pas"

Pour les agences membres qui le souhaitent, un complément est disponible :

- 11** vidéos explicatives animées par notre avocate
- 22** livrables opérationnels (modèles-types de clauses, mentions légales...)

Le guide pratique du RGPG à destination des professionnels des affaires publiques

En partenariat avec l'AFCL, l'A-CAP et l'APAP, et en concertation avec la CNIL, le SCRP a contribué à un guide interprofessionnel qui apporte des réponses concrètes sur les bases légales des traitements de données, la répartition des responsabilités entre client et prestataire et l'information des personnes concernées et ses exceptions possibles

SERVICE JURIDIQUE : DES RESSOURCES PRATIQUES ET UN ACCOMPAGNEMENT SUR MESURE

Pour accompagner les agences dans la gestion de leurs obligations légales, commerciales et sociales, le SCRP met à disposition un ensemble d'outils juridiques :



MODÈLES-TYPES DE CONTRATS

Depuis 2010, plusieurs contrats-types sont proposés aux membres pour les aider à sécuriser leurs relations avec leurs clients, collaborateurs ou partenaires.

Ces modèles sont disponibles sur l'intranet et couvrent :

Contrat agence x influenceurs (2024)

Contrat cadre agence / client + contrat d'application (2020, mise à jour en cours)

Contrat collaborateur CDI
(2020, actualisation prévue en 2026)

Convention de prestation de services (2020)

Contrat agence x indépendants (en cours de réalisation avec le SYNAP)



SERVICE JURIDIQUE EXTERNALISÉ

Les agences adhérentes peuvent poser une question juridique qualifiée (en droit social, corporate/fiscal ou IT/Data) via un formulaire type.

Si la réponse est jugée généralisable à l'ensemble des membres, alors la réponse est :

transmise à un avocat, qui répond dans un délai de 48 à 72h, par écrit et par téléphone ;

anonymisée et publiée dans l'espace membre du site, afin d'enrichir une FAQ juridique commune.

SERVICE ASSURANCES

Atteinte à la réputation, mise en cause du dirigeant, risque cyber : les agences font face à des risques spécifiques. Pour les accompagner, le SCRP a noué un partenariat avec le courtier Add Value, permettant aux adhérents de bénéficier :



d'un audit complet
de leurs contrats existants,



des conseils personnalisés
en gestion des risques,



des garanties sur mesure
à des conditions tarifaires préférentielles.



3.2. SOUTIEN RH

DES OUTILS POUR RECRUTER, FORMER ET FIDÉLISER.

Pour accompagner les agences dans la gestion de leurs talents, le SCRP développe des ressources concrètes à chaque étape des parcours professionnels.

FORMATIONS CONTINUES



Communication de crise Hélène SION

- 9 juil. 24 (12 part.)
- 22 oct. 24 (8 part.)
- 25 sept. 25



Piloter la relation clients Elisabeth JOHNSTON

- 04 fev. et 04 mars 25 (7 part.)
- 13 et 27 janv. 26



Relation marque influenceurs Alain HAZAN et Mohamed MANSOURI

- 3 oct. 24
- 20 juin 25



Storytelling Karen DERRIDA

- 11 et 25 mars 25 (7 part.)



Comprendre et utiliser les IAG Frédéric BARDEAU

- 12 et 19 déc. 24 (9 part.)
- 25 juin et 19 juil. 25 (10 part.)
- 27 juin et 4 juil. 25 (11 part.)



Travailler mieux pas plus : les piliers de l'efficacité

Goalmap

- 4 avr. 25 (8 part.)



Savoir négocier et défendre ses honoraires Elisabeth JOHNSTON

- 14 et 30 janv. 25 (6 part.)
- 2 et 16 oct. 25



Smart slides Alice MIOR

- 3 juin 25 (5 part.)



PROMISING FUTURES : RELAJ DES OFFRES D'EMPLOI

Pour renforcer la visibilité des opportunités dans le secteur, le SCRP publie chaque mois les offres d'emploi, stage et alternance de ses agences sur sa page LinkedIn.

10 publications en 24-25
122 offres relayées



RÉFÉRENTIEL PARCOURS EN AGENCE

→ Voir partie 2.3.2.

3.3.

Donner des repères, accompagner les pratiques, faire progresser les standards : le SCRP outille les dirigeants et leurs équipes pour répondre aux défis métiers, diffuser une culture de la performance et élever collectivement les standards du secteur.

SOUTIEN MÉTIER

Renforcer l'expertise des agences, diffuser les bonnes pratiques, développer les outils.

LES ATELIERS MÉTIER PRAXIS

Les ateliers métier du SCRP abordent les enjeux concrets du conseil en relations publics en agence : actualité, réglementation, études, nouveaux usages et outils. Souvent animés par les entreprises partenaires du syndicat (Add Value, Augure, Cision, Occurrence, Onclusive...), les ateliers PRaxis sont des espaces d'échanges ouverts à tous les collaborateurs des agences membres du SCRP et du SYNAP.



6 ateliers organisés entre septembre 2024 et avril 2025
+ 250 participants cumulés

MATRIS : UNE BASE DE DONNÉES COLLABORATIVE

Conçue par Augure, le SCRP et le SYNAP, cette base de données offre aux agences une solution RGPD-compatible, soit via la plateforme Publisher, soit via un logiciel simplifié développé en parallèle par Augure. Commercialisé en fin d'année 2024, Matris a été présenté à deux reprises durant cette année.



ETUDE ANNUELLE D'ACTIVITÉS & OBSERVATOIRE SOCIAL

Pour éclairer ses choix, le SCRP publie chaque année une étude stratégique à deux volets – économique et social – qui offre aux dirigeants une vision claire de l'évolution du marché et leur permet de se situer par rapport à leurs pairs.



Le volet économique

analyse la dynamique du secteur : croissance, expertises vendues, structuration des offres, typologies de clients.

Croisées par taille d'agence, ces données permettent d'ajuster sa stratégie commerciale, d'affiner son positionnement et d'anticiper les mutations du marché.



Le volet RH ou observatoire social

apporte des repères concrets sur l'organisation du travail en agence : effectifs, profils, turnover, salaires, formation, autres avantages périphériques..

Autant d'indicateurs pour évaluer sa compétitivité RH et renforcer sa marque employeur.

Depuis cette année, de nouveaux indicateurs RSE permettent également de mesurer la progression du secteur.



En complément, une version flash publiée chaque début d'année mesure à chaud le niveau de confiance des dirigeants sur l'année écoulée et à venir.

PÉRIMÈTRE MARCHÉ

Par ailleurs, le SCRP mène tous les deux ans une enquête avec Marketing Insight pour mesurer le périmètre du marché français du conseil en relations publiques. Cette étude permet d'évaluer la contribution économique du secteur et la représentativité du syndicat.



Piloter une agence, c'est décider, arbitrer, anticiper. Dans un contexte économique incertain, disposer d'indicateurs consolidés et comparables devient indispensable.

C'est pourquoi la participation active des membres est essentielle pour garantir la robustesse des résultats, au bénéfice de l'ensemble du secteur.



Nathalie
GRIGORIEFF-GODIN



Cyrille
ARCAMONE



3.4.

CERTIFICATIONS

Structurer et valoriser les engagements des agences

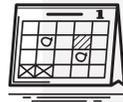
Les e-labels RSE Agences Actives et Influence Responsable donnent aux agences les moyens de structurer leurs engagements et de les valoriser efficacement, en interne et auprès de leurs clients.



RSE AGENCES ACTIVES

Créé par l'AACC et AFNOR Certification en 2018, rejoint par le SCRP en 2022, ce e-label propose un questionnaire adapté aux spécificités des agences conseil en relations publics.

139 agences e-labélisées dont **21** membres du SCRP



2 sessions
par an



ateliers Q&A
postulants-
labélisés



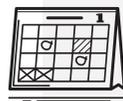
Benoit DESVEAUX
Nathalie GRIGORIEFF-GODIN
Anne-Mareille DUBOIS



AGENCE CONSEIL EN INFLUENCE RESPONSABLE

Initiée en 2023 par le SCRP, cette e-labélisation marque une avancée importante dans l'encadrement des relations influenceurs. Cette démarche s'inscrit dans la continuité de la charte Influenceurs du SCRP (2020), de la certification influence responsable de l'ARPP et de la formation SCRPxAACC "Relations marque-influenceur".

26 agences e-labélisées dont **16** membres du SCRP



2 sessions
par an



ateliers Q&A
postulants-
labélisés



Pascale AZRIA
David ZMIROV
Anne-Mareille DUBOIS

FAIRE COMMUNAUTÉ

CRÉER DU LIEN, PARTAGER LES EXPÉRIENCES
ET LES BONNES PRATIQUES

04



4.1. NOURRIR LES ÉCHANGES ENTRE PAIRS

Dans un quotidien exigeant, ces temps collectifs offrent une respiration, favorisent le lien, le partage d'expériences et nourrissent une intelligence collective précieuse à chaque étape de la vie d'agence.



LE DÎNER DU SCRP

Un rendez-vous privilégié qui réunit les dirigeants autour d'une personnalité influente ou d'un expert du secteur. Ce format confidentiel favorise les échanges en profondeur sur les grands enjeux du moment, dans un cadre convivial propice aux rencontres et au débat d'idées.



LE SÉMINAIRE DES ADHÉRENTS

Une expérience immersive et transformative proposée aux dirigeants des agences membres qui se réunissent durant une demi-journée de réflexion, de partage et d'inspiration, pour ensemble initier les changements qui transformeront notre industrie.



APÉRO SCRP

Parfois, il n'est pas besoin de prétexte pour se retrouver. Organisé au moins une fois par an, l'apéro SCRP est une occasion simple de faire connaissance ou de renouer les liens entre pairs.



LE BUSINESS CAFÉ

Chaque année, les résultats de l'étude annuelle d'activités et observatoire social sont présentés par Assaël Adary (Occurrence). Il est suivi d'un café-débat pour discuter des tendances à l'œuvre, partager vos lectures du marché et croiser les retours d'expérience entre agences.

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

Temps démocratique, stratégique et collectif

Moment fort de la vie du syndicat, l'Assemblée générale permet à l'ensemble des membres de faire le point sur les actions menées, d'échanger sur les orientations à venir, et de participer aux décisions collectives qui structurent la vie du SCRП. Elle incarne la vitalité démocratique du syndicat et la diversité de ses membres.



REPRÉSENTER LA PROFESSION À L'INTERNATIONAL

Membre fondateur de l'ICCO (International Communications Consultancy Organisation), le SCRП représente la France au sein de ce réseau mondial qui réunit plus de 40 organisations professionnelles dans plus de 80 pays. Ce lien direct avec l'instance internationale de référence permet à nos agences d'accéder à une vision globale des enjeux du secteur, d'échanger avec leurs homologues étrangers et de contribuer à l'évolution des standards de la profession.

Éthique, transparence, intelligence artificielle, éducation aux médias... Le SCRП prend activement part aux travaux de l'ICCO sur les sujets structurants de notre métier, et relaie les meilleures pratiques à l'occasion des grands rendez-vous internationaux.



Guillaume LABBEZ
Représentant du SCRП



Global Summit
9 et 10 oct.2024 (Istanbul)
12 et 13 nov. (Mumbai)



**ICCO Global
World Report**

UNE COLLABORATION ACTIVE AVEC LE SYNAP

Le SCRП collabore étroitement avec le SYNAP, organisation professionnelle qui rassemble des professionnels des relations média exerçant en indépendant, en petite agence ou en entreprise. Le SYNAP anime une réflexion continue sur les évolutions des métiers de la communication et propose régulièrement des rendez-vous ouverts aux membres du SCRП.

8 E-café SYNAP

5 Ateliers SYNAP

4.2.

INFORMER, CONNECTER, FÉDÉRER

Un fil rouge pour renforcer la cohésion du secteur

Au-delà des événements, le SCRP assure une présence continue auprès de ses membres. Pour faire circuler les idées, renforcer les liens entre pairs et offrir un cadre de référence commun, le syndicat déploie une palette d'outils et de formats accessibles, utiles et réactifs. Ensemble, ils contribuent à structurer une culture partagée du conseil en relations publics.



SCRP CAFÉ

Un rendez-vous à distance pour faire le point sur les temps forts du syndicat, Un format simple et interactif, pensé pour garder le lien.



GROUPE WHATSAPP DES ADHÉRENTS

Un canal direct et convivial entre les membres du SCRP, pour poser une question, partager une ressource ou relayer une alerte utile à la communauté.



NEWSLETTER MENSUELLE

Chaque mois, la newsletter du SCRP propose un entretien autour d'un sujet-clé (transformation du secteur, travaux de commission, étude sectorielle...) et un panorama des actualités du syndicat et de ses partenaires.



NOTES D'INFORMATION

En complément de la newsletter, le syndicat publie ponctuellement des alertes sectorielles, réglementaires ou conjoncturelles. Exemples récents : les risques liés aux faux sites d'information générés par l'IA ou les menaces d'ingérence étrangère.



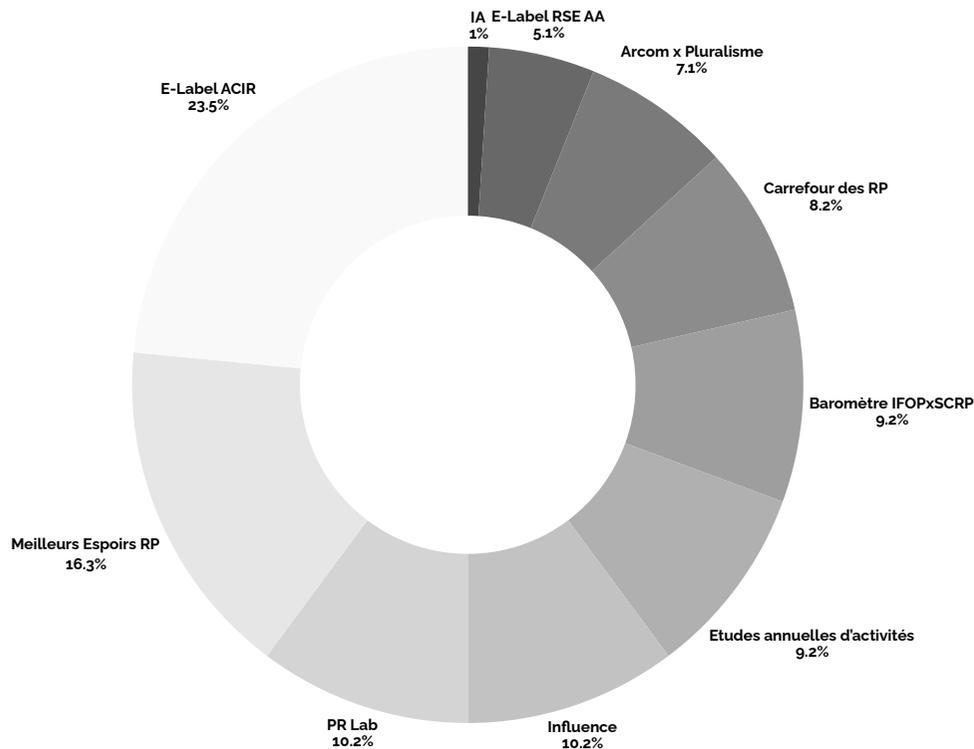
RELATIONS MEDIAS

Le SCRP porte la voix du secteur dans les médias, accompagné par Ethel Bachellerie, attachée de presse du syndicat. En valorisant nos études, nos positions et nos prises de parole sur l'actualité, nous contribuons à faire émerger les enjeux clés des relations publics.

En 2024-2025, nos actions ont donné lieu à 79 retombées presse dans 26 médias, principalement issus de la presse professionnelle MarCom.

Audience potentielle
totale estimée

4 523 669



Répartition des retombées par thématique abordée (en part d'audience)



PRÉSENCE ACTIVE SUR LINKEDIN

Canal majeur de communication externe, LinkedIn est un levier essentiel pour valoriser les actions du SCRP, relayer ses prises de parole et faire rayonner les enjeux du secteur auprès d'une audience professionnelle qualifiée.



103
publications



770 532
impressions



2180
réactions
151 commentaires
90 republications



5079
abonnés
+18,5%

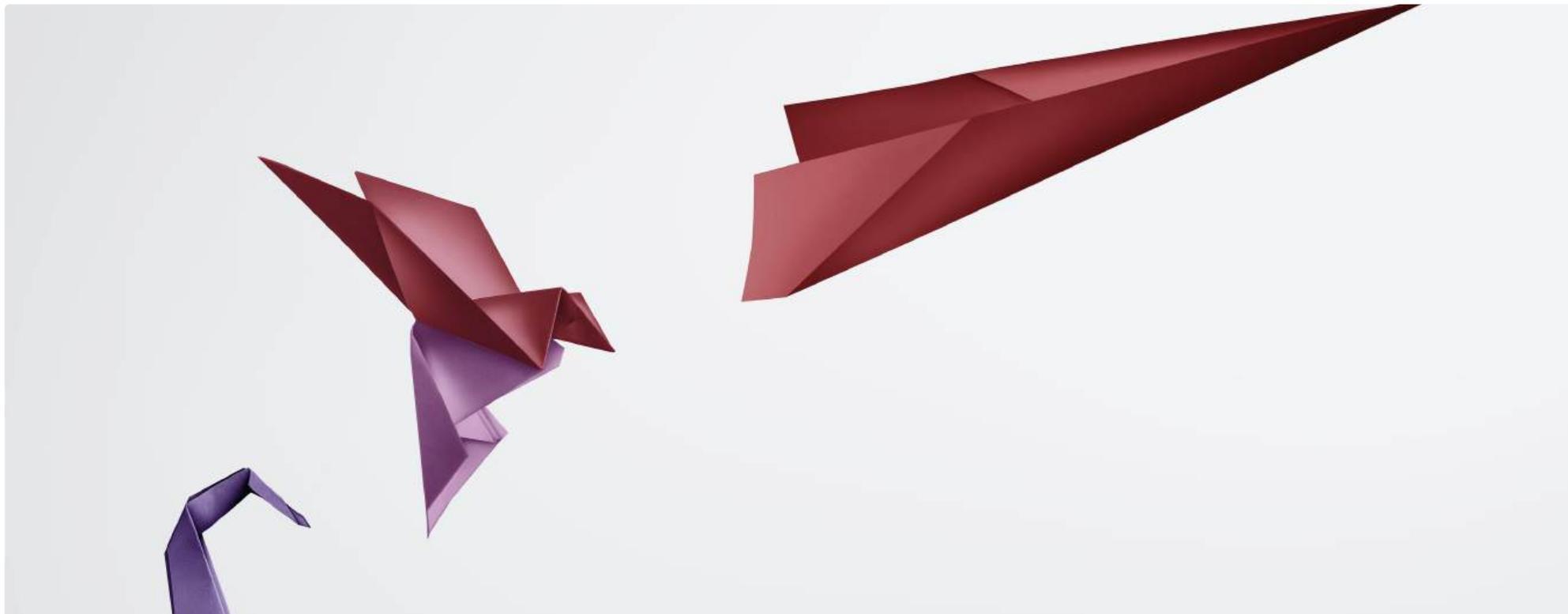


57% à Paris
4% à Lyon
2% à Bordeaux
2% à Lille...

Lancement en juin 2024 de notre newsletter :

déjà
1975
abonnés

**ENTRETIEN
DU MOIS**



**ET SI TOUTES CES ACTIONS RACONTAIENT
UNE MÊME TRANSFORMATION ?**

05

UN TOURNANT COLLECTIF VERS UNE POLITIQUE RSE DU CONSEIL RP

Tout au long de ce rapport, vous avez (re)découvert la diversité des actions portées par le SCRP : pour défendre, attirer, accompagner, rassembler. Mais derrière ces piliers opérationnels se dessine une cohérence plus profonde. Car ensemble, nous avons déjà commencé à bâtir une politique RSE de filière.

Une politique co-construite autour de 4 piliers :

TRANSFORMER NOS PRATIQUES INTERNES

Faire de la RSE un levier structurant du fonctionnement des agences : management, éthique, qualité de vie au travail, achats responsables, formation.

POSITIONNER NOS EXPERTISES AU CŒUR DES TRANSITIONS

Conseiller des stratégies de communication responsables et remettre le dialogue au centre de la transformation des organisations.



DÉFINIR UNE TRAJECTOIRE CARBONE POUR LE SECTEUR DU CONSEIL RP

Mesurer nos émissions, adapter nos pratiques et engager collectivement la profession dans la transition écologique.

AFFIRMER L'UTILITÉ SOCIÉTALE DE NOS MÉTIERS

Contribuer avec sincérité à la construction éclairée des opinions, pour une société ouverte au dialogue.

L'Assemblée générale du 12 juin 2025 a réuni les membres du SCRP pour élire les 14 administrateurs qui composent désormais le Conseil d'administration du syndicat pour un mandat de trois ans. À l'issue de cette élection, le nouveau Conseil a désigné en son sein la présidence et validé la composition du bureau, chargé de piloter les travaux collectifs.

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

2025-2028



Cyrille ARCAMONE
Maarc



Pascale AZRIA
Kingcom



Julie BARBARAS
Ekno



Yoann BESSE
CDR x Grayling



Charles-Antoine COLOMB
Hopscotch PR



François GOBILLOT
Axicom



Guillaume LABBEZ
CommStrat



Thomas MARKO
Thomas Marko & Associés



Kenza REMAOUN
Euros Agency / Group



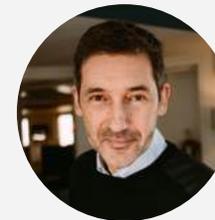
Céline TONDI
Mot Compte Double



David ZMIROV
Zmirov Communications



Présidente
Sandrine Cormary
Omnicom Reputation Group



Président délégué
Stéphane Billiet
WeChange



Trésorière
Nathalie Grigorieff-Godin
Agence Profile

LES AGENCES MEMBRES

au 12 juin 2025

aiPR
RELATIONS-PRESSA

albine.
COMMUNICATION
IMPACT-ENTREPRISE

ANGE

Aromates
Relations Publiques

AUVRAY & BORACAY
Relations médias et influence

AXICOM

BABYLONE

Burson

CAP & CIME PR

Citigate Dewe Rogerson
GRAYLING

citron plume

comcorp

CommStrat

EXNO

EUROS
AGENCY
GROUP

FHCOM

FP&A
LE RESEAUX

HAVAS
PARIS

H O P
S C O
T C H

JIN

KABLÉ
COMMUNICATION

Kalaapa

KINGCOM

La Villa

LE BUREAU DE COM

Leon.

LIBRE
PR — influence

maarc
agence de conviction

Marie ANTOINETTE
L'AGENCE

MONET+ASSOCIÉS
agence 360° conseil et accompagnement

MOT
COMPTE
DOUBLE

OCONNECTION
MEDIA | EXPERIENCE | INNOVATION

Ogilvy

Ohlala! Les influenceurs
BEAUTY | INFLUENCE | MEDIA | CONTENT

OmnicomReputationGroup
Transformative Reputation Architects

padam+
Media & Public Relations

ph

proches

Profile!

Publicis
Consultants

SYNTAGME
COMMUNICATION
// INFLUENCE

TBWA Corporate
Connect & Create

THOMAS
MARKO
& ASSOCIÉS

VP STRAT

Weber
Shandwick

wechange_

wellcom

WOÛ

YUCATAN

ZENO

ZMIROV



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 une cinquantaine des principales agences conseil en relations publics en France soit environ 1/3 du marché français et 1400 collaborateurs 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 membre fondateur de la Filière communication, le représentant Français de l'ICCO (International Communications Consultancy Organisation qui représente la profession dans 70 pays) et membre de l'ARPP.

Les professionnels des relations publics structurent le fonctionnement des organisations avec leurs parties prenantes, internes et externes. La discipline regroupe un ensemble de spécialités (communications institutionnelles et affaires publiques, communication interne, financière, anticipation du risque d'opinion et gestion de crise, communication de marque etc.) et recourt à diverses techniques (relations media, création d'événements, gestion des communautés digitales, etc.).

Pour toute question ou prise de contact, vous pouvez écrire à Anne-Mareille Dubois, déléguée générale du SCRPR
am.dubois@relations-publics.org

SUIVEZ-NOUS !

