



SYNTEC Conseil en Relations Publics

UN AN D' ACTIONS AU SERVICE DES ADHÉRENTS

RAPPORT D'ACTIVITES 2014-2015

AU SOMMAIRE

Préambule	p.03
Gouvernance du syndicat	p.04
Instance décisionnelles	p.04
Feuille de route 2013-2016	p.06
Rassemblement de la profession	p.07
Promouvoir la création de valeur des relations publics et leur dimension stratégique	p.08
Public Réputation lab	p.09
Baromètre Publics-Réputation Viavoice-Syntec RP.....	p.10
Trophées de la Réputation 2015	p.12
Un Référentiel de mesure des Relations Publics	p.13
Les Agoras de Syntec Conseil en Relations Publics	p.14
<i>Agora Automne : Quelle éthique pour la communication de crise ?</i>	p.16
Meilleurs Espoirs Français des Relations Publics	p.18
Promouvoir nos expertises	p.20
La Certification Qualité	p.20
La Commission Affaires Publiques	p.22
La Commission Digitale	p.23
La Commission Communication de Crise	p.24
La Commission Médias.....	p.26
La Commission Formation	p.28
La Commission Prospective	p.30
Premier Séminaire des Adhérents	p.31
La Commission Veille juridique	p.32
Le Guide pratique des relations publics	p.33

Augmenter la zone d'influence du syndicat	p.34
Le Club des Partenaires.....	p.35
Relations avec les associations de communicants.....	p.36
Les Relations institutionnelles.....	p.37
Relations internationales.....	p.38
Les Relations avec les médias.....	p.40
Autres partenariats 2014 / 2015.....	p.42
Communication.....	p.43
Accompagner et soutenir les membres de notre syndicat	p.44
Services d'appui aux adhérents.....	p.45
Etudes & Points de repère.....	p.46
Etudes ad hoc.....	p.48
Les ateliers thématiques mensuels.....	p.50
Le dîner annuel des présidents.....	p.52
RH, Social & Formation.....	p.53
CSF (Commission Social & Formation).....	p.54
Mémentos pratiques 'Social & formation'.....	p.55
Matinées d'information 'Social & Formation'.....	p.56
Les accords de Branche signés depuis la dernière Assemblée Générale.....	p.57
Négociations au niveau de la Branche - 2014	
Les adhérents	p.58
L'équipe permanente	p.59

PRÉAMBULE

Les projets menés par le syndicat reposent sur une feuille de route 2013-2016, ainsi que sur des commissions permanentes et des groupes de travail ad hoc.

Généralement pilotées par un membre du Conseil d'administration, ces commissions et groupes de travail se composent de représentants volontaires parmi les agences adhérentes.

Chaque agence adhérente peut s'investir dans la ou les commissions de son choix, sous réserve d'un maximum d'engagement dans les projets menés et d'un minimum d'assiduité aux réunions organisées.

Pour participer aux travaux du syndicat, soumettre de nouvelles pistes de réflexion, et ainsi contribuer à la reconnaissance de notre profession et à la vie du syndicat, contactez la permanence du syndicat.

anne-mareille.dubois@groupement-syntec.org

GOUVERNANCE DU SYNDICAT

INSTANCES DECISIONNELLES

La gouvernance du syndicat est assurée par le **Conseil d'administration et le Bureau exécutif**.

Le Conseil d'administration se compose de **quinze administrateurs**, élus lors de l'Assemblée Générale électorale pour une période de trois ans.

Le Bureau exécutif se compose **du Président, du Vice-président et du Trésorier**, élus par le Conseil d'administration, pour une période de trois ans.

Le Conseil d'administration actuel a été élu lors de l'Assemblée Générale électorale du **13 juin 2013**.
Le Bureau Exécutif actuel a été élu lors du Conseil d'administration du **13 juin 2013**.

**CONSEIL
D'ADMINISTRATION** ▶

▼ BUREAU EXÉCUTIF

Président
Thierry Wellhoff
WELLCOM



Vice-président
Thomas Marko
**THOMAS MARKO
& ASSOCIES**



Trésorière
Florence Gillier-Larcher
**FLORENCE GILLIER
& ASSOCIES**



Cyrille Arcamone
MAARC



Sandrine Auvray
**AUVRAY
& ASSOCIES**



Pascale Azria
KINGCOM



Stéphane Billiet
WE AGENCY



Julie Espalioux
BABEL



Isabelle Gauquelin
SELF IMAGE



Nathalie Grigorieff
PROFILE PR



Claire-Valérie Guillen
HAVAS WORLDWIDE



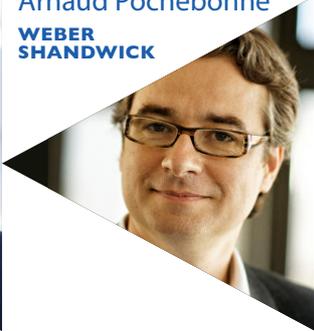
Jacques Marceau
AROMATES



Philippe Paillart
**BURSON
MARSTELLER
I&E**



Arnaud Pochebonne
**WEBER
SHANDWICK**



David Zmirov
**ZMIROV
COMMUNICATION**



LES QUATRE AXES DE NOTRE FEUILLE DE ROUTE 2013- 2016

Le conseil d'administration œuvre à l'application d'une feuille de route 2013-2016, déclinée en quatre axes prioritaires, avec un suivi administratif et budgétaire permanent :



Promouvoir la création de valeur des relations publics et leur dimension stratégique



Promouvoir les expertises des agences adhérentes



Augmenter la zone d'influence de notre syndicat



Accompagner et soutenir les agences adhérentes

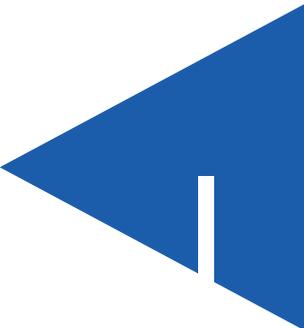
RASSEMBLEMENT DE LA PROFESSION

Syntec Conseil en Relations Publics poursuit son objectif d'élargir le nombre d'agences adhérentes afin d'accroître sa représentativité, et par conséquent sa légitimité.

Chaque adhérent se fait « l'ambassadeur » du syndicat auprès de ses collègues/confrères. A cette fin, l'équipe permanente tient à leur disposition un « kit » de prospection indiquant les conditions statutaires d'adhésion et les services attachés à la qualité d'adhérent.

Depuis la dernière Assemblée Générale, cinq nouvelles agences ont rejoint Syntec Conseil en Relations Publics :





Promouvoir la création de
valeur des relations publics
et leur dimension stratégique



PUBLIC REPUTATION LAB

#PRLab

Le 31 mars 2015, Syntec Conseil en Relations Publics et ses Partenaires ont convié tous les communicants professionnels annonceurs (TPEs, PME, Start-ups) et agences, ainsi que la presse professionnelle et économique à participer au premier PR Lab, après-midi d'échanges proposant un éclairage nouveau et prospectif sur les enjeux de la réputation. Trois tables rondes ont offerts des éclairages distincts, emmenés par le regard d'experts français et internationaux, issus d'entreprises, de médias ou de structures associatives.

Public Trend

Tour d'horizon des tendances de fond et nouvelles tendances sociétales qui auront un impact sur la réputation et les stratégies de communication des entreprises. Avec les interventions de

- Matthieu Aron, Journaliste, Co-Auteur avec Franck Cognard de Folles Rumeurs, les nouvelles frontières de l'intox, paru chez Stock, 2014
- Cyrille Frank, Journaliste, entrepreneur, consultant, formateur.
- François Miquet-Marty, Fondateur et Président de Viavoice, Etudes et Conseil en opinion et activation marketing
- Benoît Raphaël, Stratégiste éditorial, consultant et entrepreneur.

Public Power

Les mécanismes et les leviers pour promouvoir, développer et défendre la réputation des institutions, des entreprises et leurs marques. Avec les interventions de

- Fabrice Epelboin, Expert de la réputation, Enseignant à Sciences Po Paris
- Tom Liacas, Stratège Médias Sociaux
- Claire Nouvian, Directrice générale de Bloom Association
- Hervé Brusini, Directeur de FranceTV.info

Public Forum

Panorama des cas remarquables dans la promotion et la défense de la réputation en France et à l'international. Avec les case studies de

- Blablacar, par Laure Wagner, Directrice de la communication de Blablacar.
- Marc Dorcel, par Ghislain Faribeault, Vice-Président Médias de Marc Dorcel
- Glassdoor, par Scott Korda, Business Development Associate
- Le Service d'Information du Gouvernement, par Romain Pigenel, Directeur adjoint en charge du numérique

Près de 150 participants ont répondu présents à l'invitation de Syntec Conseil en Relations Publics et ses partenaires pour cette première édition.

La synthèse, les photos et les interviews-vidéo des intervenants du premier PR Lab sont disponibles en ligne sur le site dédié, développé pour cette occasion par notre Partenaire Agréé ePressPack www.publicreputationlab.com



Avec le soutien de nos Sponsors :



Avec le soutien de nos Partenaires Institutionnels :



Avec le soutien de nos Partenaires Media :



BAROMÈTRE PUBLICS-RÉPUTATION VIAVOICE-SYNTEC RP

Viavoice et Syntec Conseil en Relations Publics ont réalisé en 2015 la 4^e vague de ce baromètre exclusif consacré à l'image corporate des grandes entreprises en France.

L'originalité de ce baromètre consiste notamment en une démarche systématique de la réputation de 42 entreprises ancrées dans le marché français :

NOUVELLES TECHNOLOGIES, INTERNET ET COMMUNICATION : ORANGE - APPLE - GOOGLE FREE - SFR - BOUYGUES TELECOM - SAMSUNG MICROSOFT - **GRANDE DISTRIBUTION:** CARREFOUR - E.LECLERC AUCHAN - LEROY MERLIN - CASTORAMA - INTERMARCHÉ - IKEA JARDILAND - **BANQUE ET ASSURANCE :** CREDIT AGRICOLE - BNP PARIBAS - AXA - LCL - LA BANQUE POSTALE - CAISSE D'ÉPARGNE - SOCIÉTÉ GÉNÉRALE - CREDIT MUTUEL - **INDUSTRIE :** RENAULT - PSA PEUGEOT - CITROËN - TOTAL - AIRBUS GROUP - EDF - ARCELORMITTAL - ALSTOM - MICHELIN - GDF SUEZ - **GRANDE CONSOMMATION :** COCA COLA - L'OREAL - YVES ROCHER - DANONE - NESTLE - NIVEA - PERRIER - PANZANI - EVIAN

“**8** **critères de l'image corporate :** notoriété, confiance, qualité des prestations, responsabilité environnementale, responsabilité sociétale, responsabilité sociale, présence internationale et perspectives d'avenir. ”

“**8** **publics clés :** grand public (consommateurs ou usagers), actionnaires individuels, salariés, jeunes 18-24 ans, militants des causes citoyennes, écologistes, journalistes et professionnels de la communication. ”

“**5** **secteurs d'activité :** Nouvelles technologies Internet & Communication, grande distribution, banque & assurance, industrie, grande consommation. ”

VIA VOICE

LA SOCIÉTÉ D'ÉTUDES ET DE CONSEIL

Syntec Conseil en Relations Publics offre à ses agences adhérentes la possibilité de valoriser leur adhésion au syndicat en proposant à leurs entreprises clientes de tester leur réputation corporate selon ces mêmes critères, publics et secteurs d'activité.

L'étude personnalisée des entreprises clientes d'une agence adhérente de Syntec Conseil en Relations Publics est proposée à un tarif préférentiel de 2 500 € H.T. contre 4 500 € H.T. pour les entreprises non clientes d'une agence adhérente de Syntec Conseil en Relations Publics.

Les clients qui le souhaitent disposent ainsi, à titre confidentiel et exclusif :



D'un tableau de bord complet et détaillé concernant leur entreprise sur l'ensemble des critères, publics et secteurs d'activité mentionnés



D'éléments de comparaison avec les entreprises testées dans le cadre du baromètre



Le Baromètre Publics-Réputation Viavoice-Syntec RP donne également l'occasion de remettre les Trophées de la Réputation, un événement qui a été organisé pour sa 3^e édition le 31 mars 2015 au MEDEF.



TROPHÉES DE LA RÉPUTATION 2015

#TropheeReputation

Les Trophées de la Réputation sont fondés sur l'étude barométrique «Publics Réputation»™ réalisée chaque année par l'institut Viavoice et Syntec Conseil en Relations Publiques. Ce baromètre évalue la réputation de 42 grandes entreprises qui ont été sélectionnées selon leur notoriété.

En 2015, L'Argus de la Presse a rejoint le dispositif de l'étude barométrique en interrogeant deux nouveaux publics sur la réputation de ces entreprises et organisations : les journalistes et les professionnels de la communication.

Sept Trophées ont donc décernés en partenariat avec Viavoice, l'Argus de la Presse et La Tribune, récompensant une réputation construite selon 8 indicateurs (confiance, qualité des prestations, responsabilité environnementale, responsabilité sociétale, présence internationale, perspectives d'avenir et tonalité sur Internet) et selon 8 publics (grand public, actionnaires, salariés, jeunes (18-24 ans), militants de causes citoyennes, écologistes, journalistes et professionnels de la communication :

TROPHÉE DE LA RÉPUTATION 2015



CATÉGORIE « QUALITÉ DES PRESTATIONS »

Michelin, Groupe Danone, Nestlé

CATÉGORIE « RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE »

Yves Rocher, Jardiland, Groupe Danone

CATÉGORIE « RESPONSABILITÉ SOCIALE »

EDF, Google, Yves Rocher

CATÉGORIE « RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE »

Danone, EDF, Yves Rocher

PRIX SPÉCIAL DES JOURNALISTES

Apple, Carrefour, Renault

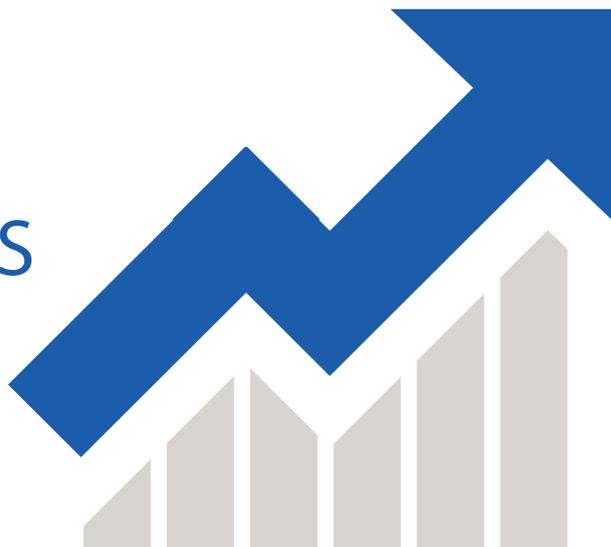
PRIX SPÉCIAL DES PROFESSIONNELS DE LA COMMUNICATION

Apple, Coca-Cola, E.Leclerc



Les prochains Trophées de la Réputation se tiendront en mars 2016.

REFERENTIEL DE MESURE DES RELATIONS PUBLICS



A l'occasion de la Semaine internationale de la Mesure et de l'Évaluation de l'AMEC en septembre 2015, Syntec Conseil en Relations Publics et ses Partenaires, acteurs de la veille et de l'analyse média et associations représentatives de la communication en France*, ont présenté le premier Référentiel de la mesure des relations publics.

Ce document de référence propose pour la première fois une grille de mesure cohérente et applicable aux métiers des relations médias et social media. Les indicateurs de mesure présentés concernent les trois objectifs principaux de ces métiers

: visibilité, évolution de l'opinion et engagement online. Et pour ancrer les relations publics dans le business, il comporte également une partie posant une grille d'indicateurs de mesure «apport d'activités».

Le référentiel sera enrichi et mis à jour régulièrement au fil de l'évolution des pratiques. Un forum est ouvert pour permettre à chacun de télécharger librement le référentiel, également disponible en version anglaise, afin de partager ses commentaires et proposer de nouveaux outils de mesure :

www.referentieldelamesure.com

(de gauche à droite)

Pascale Azria (Directrice Associée de Kingcom), **Cécile Deparis** (Responsable Marketing digital du Groupe Seb) **Arnaud Steinkuhler** (Directeur Service Etudes Médias & e-Réputation de l'Argus de la Presse), **Marie Garaud** (Directrice Associée d'Influense), **Dominique Candellier** (Directrice communication et développement durable de l'Union des Annonceurs), **François Nicolon** (Global Chief Marketing Officer de Kantar Media News Intelligence) **Thierry Wellhoff** (Président de Syntec Conseil en Relations Publics et de l'agence Wellcom)



* Amec, Argus de la Presse, Kantar Media News Intelligence, Occurrence, L'Union des Annonceurs, Augure, Communication&Entreprise, Synap, IPC

LES AGORAS DE SYNTEC CONSEIL EN RELATIONS PUBLICS

 #AgoraRP





Les Agoras de Syntec Conseil en Relations Publics sont des conférences biannuelles, organisées au Printemps et à l'Automne.

Elles ont vocation à réunir des professionnels, experts et représentants de la société civile autour d'un sujet d'actualité et/ou d'une thématique spécifique qui auront un impact fort sur l'évolution et l'avenir de la communication, tant pour les entreprises que pour les agences.

Souvent polémiques, les sujets des Agoras de Syntec Conseil en Relations Publics ne laissent jamais indifférents, tant la qualité des intervenants et du débat animé par un journaliste professionnel sont au rendez-vous.

Les agoras sont organisées par un comité de pilotage composé de dirigeants et consultants adhérents de Syntec Conseil en Relations Publics, volontaires pour mettre à disposition leurs idées, leur temps et leurs réseaux. Les partenaires agréés de Syntec Conseil en Relations Publics peuvent également participer au comité de pilotage.

Vous souhaitez proposer un sujet, contribuer activement à l'organisation d'une prochaine Agora de Syntec Conseil en Relations Publics et vivre une aventure humaine et professionnelle enthousiasmante ? Contactez :

anne-mareille.dubois@groupement-syntec.org



AGORA D'AUTOMNE QUELLE ÉTHIQUE POUR LA COMMUNICATION DE CRISE ?

 #Com2Dirigeant

Cette agora a réuni le 18 novembre 2014 près de 200 participants dans l'amphithéâtre Raymond Aron de l'université Paris Dauphine et un panel d'intervenants de grande qualité. Le débat fut animé par Pascal Berthelot.



PREMIÈRE TABLE RONDE «NOUVEAUX ENJEUX DE LA COMMUNICATION DE CRISE : ÉTHIQUE & RESPONSABILITÉ»

- ▶ **Luc Hermann**, Journaliste producteur associé de Premières Lignes, Auteur de #JeudInfluences, et producteur de #CashInvestigation France 2
- ▶ **Laurent Obadia**, Directeur de la Communication de Veolia
- ▶ **Jean Veil**, Avocat, Associé et cofondateur du cabinet Veil Jourde
- ▶ **Yves-Paul Robert**, Directeur associé de l'agence Havas Paris, Responsable de la Commission Communication de Crise de Syntec Conseil en Relations Public

SECONDE TABLE RONDE «DU BRUIT MÉDIATIQUE AU VACARME DE LA CRISE : LA COMMUNICATION DE CRISE À L'ÈRE

- ▶ **Corinne Got-Camard**, Directrice générale de H+K Strategies
- ▶ **Philippe Lucas**, Directeur général de Wellcom
- ▶ **Caroline Marchetti**, Associée fondateur de Maarc
- ▶ **Sonia Metche**, Directrice Etudes ad hoc de Kantar Media News Intelligence
- ▶ **Laura Visserias**, Directrice Pôle Corporate, Crise et Affaires Publiques de Weber Shandwick

Cette Agora a été organisée avec l'aide précieuse de ses partenaires :



MEILLEURS ESPOIRS FRANÇAIS DES RELATIONS PUBLICS

Syntec Conseil en Relations Publics et ses Partenaires, l'AACC, l'Argus de la Presse et Stratégies, ont décidé de lancer en février 2015 la 1ère édition du concours de sélection et de coaching des « Meilleurs Espoirs Français des Relations Publics », et de soutenir la participation de la France à la Young Lions PR Competition qui se tiendra lors du prestigieux Festival international de la créativité des Cannes Lions du 21 au 23 juin 2015 à Cannes.

Une vingtaine de Teams s'était initialement lancée dans le concours, et quatre d'entre elles, 100% féminines, se sont présentées à la sélection le 2 avril 2015, très enthousiastes à l'idée de représenter la France à la Young Lions PR Competition.

Un jury de 16 dirigeants d'entreprise, professionnels du monde de la communication et représentants d'associations, présidé par Isabelle Wolf, Dirigeante fondatrice de Kingcom et membre de Syntec Conseil en Relations Publics, se sont mobilisés pour élire la Team lauréate. Cette dernière bénéficiera d'un programme de coaching sur-mesure d'une durée de 6 semaines, animé par ces experts :

- ▶ **Prise de parole publique / Pitch Elevator**
- ▶ **PR minded 2015**
- ▶ **Enjeux de communication citoyenne**
- ▶ Techniques de smart slides
- ▶ Créativité et Culture RP
- ▶ Confiance en soi / Gestion du stress
- ▶ Construction budgétaire et KPIs

Karina Galvez-Ratinet et Céline Mouquet de l'agence Publicis Consultants ont été élues « Meilleurs Espoirs Français des Relations Publics » à l'issue d'une journée de préparation d'une recommandation sur un brief proposé par l'association Reporters d'Espoirs.

Elles représenteront la France aux Young Lions PR.

“

Retrouvez sur le site
www.meilleursEspoirsRP.com et
sur #YoungPRfr

Le déroulé de cette journée et la suite de
l'aventure de la Team France à Cannes. ”



(De gauche à droite)

Arnaud Pochebonne (Directeur général de Weber Shandwick), **Julie Espalioux** (Associée fondateur / en charge des stratégies d'engagement de l'Agence Babel), **Gilles Vanderpooten** (Directeur de Reporters d'Espoirs), **Charlotte Letondot** (Director & Brand Manger de Publicis Consultants), **Alexis Donot** (Directeur général de l'Argus de la Presse), **Karina Galvez-Ratinet** (Meilleur Espoir des Relations Publics 2015, de l'agence Publicis Consultants), **Alexandre Kouchner** (Consultant éditorial de Brightness), **Isabelle Wolf** (Présidente du Jury Meilleurs Espoirs des Relations Publics 2015, Dirigeante fondatrice de Kingcom), **Eric Maillard** (Directeur général d'Ogilvy PR), **Céline Mouquet** (Meilleur Espoir des Relations Publics 2015, de l'agence Publicis Consultants), **Cécile Deparis** (Responsable marketing digital – Groupe Seb France), **Samira Chakkaf Andalouci** (Directrice de Pepper Menthe Communication), **Marion Darrieutort** (CEO de l'Agence Elan / Edelman), **Thierry Wellhoff** (Président de Syntec Conseil en Relations Publics et de l'Agence Wellcom), **Céline Pasqualini** (Responsable des relations presse de Keolis)



Promouvoir les expertises des agences adhérentes



LA CERTIFICATION QUALITÉ

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

Cette certification est suivie dans plus de 15 pays dont la France, où elle est délivrée par DNV, la société internationale de prestations de services en management des risques. Véritable label de qualité adapté aux agences conseil en relations publics,

cette certification s'organise autour de 9 thèmes principaux, couvrant l'ensemble des paramètres de fonctionnement d'une agence :

1 LA DIRECTION & LA COMMUNICATION

4 LE SYSTÈME FINANCIER

7 LE DÉVELOPPEMENT

2 LE PLAN D'ENTREPRISE

5 LA MISE EN PLACE DES PROJETS DE CAMPAGNE

8 L'INTERNATIONAL

3 L'AMÉLIORATION CONTINUE

6 LA SATISFACTION CLIENT

9 RH / GESTION DU PERSONNEL

POURQUOI ?

La certification présente plusieurs atouts : par l'identification des tâches répétitives non normalisées, elle est un **levier de productivité et de gain de temps** pour l'agence ; par l'investissement de l'ensemble des équipes dirigeantes et opérationnelles, elle est un **outil de mobilisation interne et de réflexion stratégique** sur le business plan à court/moyen/long terme ; par sa mise en valeur, elle est un **vecteur d'image** auprès des réseaux de l'agence, des clients (notamment dans les secteurs réglementés) et des équipes.

COMMENT ?

La certification nécessite entre **3 à 6 mois** de réorganisation des process. Elle est pilotée dans l'agence par un membre de l'équipe (30 à 60% de son temps hebdomadaire) et par le dirigeant. Tout au long de la certification, un auditeur de DNV est à la disposition de l'agence : en amont, pour un diagnostic du contenu, la durée et le coût de la certification ; pendant, pour apporter conseils et observations ; lors de l'audit final pour l'évaluation de l'organisation de l'agence.

COMBIEN ?

En fonction de la taille de votre agence et du nombre de jours nécessaires à l'audit final.

Demandez un devis à DNV :
Jean-Christophe Carrau, Auditeur,
Jean-Christophe.Carrau@dnv.com

A ce jour, 5 agences sont certifiées:

Wellcom
VP Strat&Com
Burson Marsteller i&e
Ogilvy PR
Kingcom

Plus d'infos ? Contactez :

anne-mareille.dubois@groupe-syntec.org

LA VIE DES COMMISSIONS

LA COMMISSION AFFAIRES PUBLIQUES

Pilotée par John-David Nahon (Thomas Marko & Associés)

Composée de Patrick Bonin (kingcom), Jean-François Pascal (Wellcom),
Virginie Thomas (Burson-Marsteller), Rodolphe Vincent (Havas Worldwide Paris)

De plus en plus, les entreprises s'organisent pour défendre leurs intérêts vis-à-vis des décideurs administratifs et politiques...

...tant au niveau national (gouvernement, administrations centrales) que régional (collectivités territoriales, services déconcentrés de l'Etat). Au sein des agences conseil en relations publics, certains professionnels sont spécialisés dans la communication vers ces publics particuliers.

Pour leurs clients, ils assurent une veille réglementaire afin de les aider à anticiper les évolutions de la loi, identifient les décideurs plus spécifiquement en charge des sujets qui intéressent leurs clients et mettent en place des programmes de rencontres avec les élus et les services administratifs pour que le point de vue du secteur privé soit entendu et pris en compte par la puissance publique.

Pour rejoindre cette commission,
contactez John-David Nahon :

john-david.n@tmarkoagency.com

“ La commission a pour objectif de valoriser cette expertise spécifique, aux appellations diverses et aux leviers d'action parfois méconnus, afin de réaffirmer, si besoin, la compétence des agences conseil en relations publics sur ce territoire de la relation.”

Trois leviers sont activés :

La **légitimité**, par l'inscription du syndicat sur les registres de représentants d'intérêts de l'Assemblée Nationale, du Sénat et du Parlement Européen ;

La **notoriété**, par la création d'un corpus académique sur les affaires publiques, qui sera mis en ligne et librement accessible car sous format MOOC ;

La **visibilité**, par la préparation de l'Agora d'Automne 2015 sur ce sujet.

LA COMMISSION DIGITALE

Pilotée par Pascale Azria (Kingcom)

Composée Nicolas Boccaccio (Profile PR), Anthony Courtat (Com'IO), Frédéric Dumas (Vocus), Marie Garaud Delautier (Influelse), Dimitri Granger (Publicis Consultants), Karine Sarre (Boracay)

La commission a pour objectif de sensibiliser les entreprises et les organisations à l'impact du digital dans leur fonctionnement global.

Réflexion et mise à jour des fiches métiers, refonte de la charte d'utilisation des réseaux sociaux en agence, outils de mesure des campagnes digitales, conférence et ateliers vidéo... autant d'outils pour insuffler de l'ADN digital dans les entreprises et valoriser la dimension conseil des RP.

Les réalisations 2014/2015 de la Commission Digitale :

La finalisation du **Référentiel de la mesure des Relations publics** et sa promotion lors d'une conférence de présentation en septembre 2014, qui a réuni plus d'une soixantaine de participants clients, agences et médias, et donné lieu à une large couverture du sujet par Stratégies (n°1780) « Les RP donnent la mesure de leur influence ».

La création d'un support de présentation « Mesurer ses Relations Publics » ayant servi lors de deux ateliers pratiques, l'un devant les adhérents de l'UDA, l'autre devant la communauté des agences RP, en octobre 2014. Le support est à disposition des agences qui souhaiterait animer une session en interne.

“ La commission a pour objectif de sensibiliser les entreprises et les organisations à l'impact du digital dans leur fonctionnement global. ”



Pour rejoindre cette commission, contactez Pascale Azria :

P.Azria@kingcom.fr

LA COMMISSION COMMUNICATION DE CRISE

Pilotée par Claire-Valérie Guillen et Yves-Paul Robert (Havas Worldwide France)

Composée de Stéphanie Bastide (Wellcom), Sylvain Camus (Thomas Marko & Associés),
Corinne Got (Hill+Knowlton Strategies), Caroline Marchetti (Maarc),
Laure Visserias (Weber Shandwick)

A lors que les communicants de crise n'ont jamais été aussi utiles aux dirigeants, que les crises n'ont jamais été aussi fréquentes et protéiformes...

... et que la crise représente une part croissante du revenu de nos agences, le métier subit un intérêt croissant, mais pas toujours bienveillant, de la part des médias.

Cette exposition nous place au cœur des problématiques de responsabilité / respectabilité et impose de construire aujourd'hui les conditions d'exercice durable de notre activité.

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

Pour rejoindre cette commission,
contactez Claire-Valérie Guillen :

claire-valerie.guillen@havasww.com



Charte éthique des professionnels de la communication de crise

Les principes édictés dans cette charte guident le professionnel de la communication de crise dans l'accomplissement de ses missions

1. Statut

Le communicant doit justifier d'un savoir-faire dans le domaine de la communication de crise.

2. Engagements

- 2.1. Le communicant exerce sa mission avec dignité, conscience, indépendance, probité et humanité.
- 2.2. Il fait preuve, à l'égard de ses clients et de ses collaborateurs, de compétence, de dévouement, de diligence et de prudence.

- 2.3. Lorsqu'il a des raisons de suspecter une opération ayant pour objet ou pour résultat la commission d'une infraction, le communicant doit immédiatement s'efforcer d'en dissuader son client. A défaut d'y parvenir, il doit se retirer du dossier.

- 2.4. Le communicant s'engage à ne diffuser aucune information qu'il soupçonne fautive ou trompeuse aux parties prenantes (politique, médiatiques, judiciaires, administratives ou associatives...) avec lesquelles il pourrait être en contact dans l'accomplissement de sa mission.

3. Devoirs

- 3.1. Dans le cadre de ses missions liées à la communication de crise, le communicant est tenu au secret professionnel.
- 3.2. Le communicant doit faire respecter le secret par tous ses collaborateurs et par toute personne qui coopère avec lui. Il répond des violations du secret qui seraient ainsi commises.
- 3.3. Le communicant s'engage à ne pas utiliser à des fins commerciales ou à d'autres fins extérieures à la mission, des documents qu'il aurait pu collecter dans le cadre de sa mission.
- 3.4. Sauf accord des parties, le communicant ne peut être le conseil de plus d'un client dans une même affaire s'il y a conflit entre les intérêts de ses clients ou s'il existe un risque sérieux d'un tel conflit.

A l'occasion de l'Agora d'Automne 2014, la commission a présenté la première charte éthique des professionnels de la communication de crise.

Mise en commun des bonnes pratiques, la charte - dotée d'une valeur de partage - est constituée de droits et de devoirs avec pour ambition de faire respecter les standards éthiques, indispensables aux clients, entreprises et institutions, aux médias autant qu'aux professionnels eux-mêmes.

Téléchargez sur le site www.syntec-rp.com la Charte éthique des professionnels de la communication de crise.



4. Droits

- 4.1. Dans le cadre de ses missions liées à la communication de crise, le communicant se prévaut du secret professionnel.
- 4.2. Le secret professionnel couvre toutes formes de communication (voix, mail, documents papier...) et le communicant ne peut être contraint, sauf demande judiciaire, à divulguer la source de ses informations recueillies dans le cadre de sa mission.
- 4.3. Sous réserve des strictes exigences de sa propre défense devant toute juridiction et des cas de déclaration ou de révélation prévues ou autorisées par la loi, le communicant ne peut commettre aucune divulgation contrevenant au secret professionnel.

5. Publicité

- 5.1. Le communicant dispose du droit de publicité sur son activité tout en s'engageant à ne pas divulguer publiquement (par voie de presse par exemple) d'informations sans l'accord préalable des parties concernées.
- 5.2. Il s'engage à ne pas publiquement dénigrer un client, un client d'un autre cabinet ou un concurrent.

6. Refus de client

- 6.1. Le communicant peut faire valoir une clause de conscience et refuser de collaborer, même à titre gratuit, avec des clients privés ou publics ayant été condamnés de façon notoire pour les crimes contre des personnes (viol, torture, esclavage, meurtre, génocide, crime contre l'humanité) ou contre un état (complot, attentat, crime contre la sûreté de l'Etat, intelligence avec une puissance étrangère, trahison, espionnage, désertion).
- 6.2. Il s'engage à ne s'associer à aucune opération qui, sous couvert de promouvoir certains intérêts légitimes, tendrait délibérément à en promouvoir d'autres de manière clandestine.

LA COMMISSION MÉDIAS

Pilotée par Arnaud Pochebonne (Weber Shandwick)

Composée de Stéphane Billiet (We Agency), Olivier Cimelière (Wellcom), Julie Espalioux (Babel), Olivier Provost (Havas Worldwide Paris), François Ramaget (Gootenberg)

LA COMMISSION MÉDIAS A ÉTABLI UN PLAN D'ACTION 2013/2014 REPOSANT SUR 3 OBJECTIFS :

1 La valorisation auprès des médias du rôle positif des agences conseil en relations publics dans la construction de l'information

2 La défense de la réputation de notre profession lorsque celle-ci est attaquée dans les médias ou par des tiers sur des questions d'éthique et de déontologie

3 De façon ultime, le positionnement des agences conseil en relations publics comme acteurs incontournables de la relation entre les journalistes et les entreprises / organisations, y compris sur les nouveaux médias.

“L’Agora de Printemps 2014 sur le sujet « Les Médias traditionnels sont-ils toujours les acteurs de référence dans la formation des opinions ? » est l’une des premières réalisations de la commission Médias. ”

POUR Y PARVENIR, LA COMMISSION MEDIAS LANCERA 5 CHANTIERS SUR LA PÉRIODE 2013-2016 :

- 1 Evaluer la perception de notre profession auprès des journalistes
- 2 Renforcer les liens entre Syntec Conseil en Relations Publics et les principales organisations professionnelles représentatives de la presse et des journalistes (SNJ, Association des journalistes économiques et financiers, Association des journalistes scientifiques de la presse d’information, etc.), mais aussi avec quelques grands médias ou groupes de presse
- 3 Développer un discours collectif sur les médias et notre rôle dans la construction de l’information
- 4 Définir une posture collective vis-à-vis de la presse et vis-à-vis des acteurs dont les pratiques non-éthiques peuvent nuire à l’ensemble de notre profession
- 5 Enfin, communiquer auprès des entreprises sur notre rôle clé dans la construction d’une relation durable avec les médias.

Pour rejoindre cette commission, contactez Arnaud Pochebonne :

apochebonne@webershandwick.com

LA COMMISSION FORMATIONS

Pilotée par Sandrine Auvray (Auvray&Associés)

Composée de Patricia Azzaro (Florence Gillier & Associés), Jean-Christophe Danchaud (Boracay),
Céline Coronas (Hill+Knowlton Strategies), Velina Gaillard (Lewis PR)
Laurie Deringer (Syntec Etudes & Conseil), Florence Oyon (Burson-Marsteller i&e)

Composée de professionnels des Relations Publics et des Ressources Humaines, la commission Formations intervient à la fois sur la formation initiale (destinée aux étudiants), et sur la formation continue, qui s'adresse aux professionnels

FORMATION INITIALE

Objectif de la commission : Développer la notoriété et l'attractivité des métiers des Relations Publics auprès des étudiants. Actions mises en œuvre :

CARREFOUR DES MÉTIERS



L'événement annuel « Carrefour des Métiers »

Organisation chaque année, par Syntec RP et la commission Formations, d'un événement regroupant des élèves de différentes écoles

#CMRP

Participation à des forums et des tables-rondes

Forum Emploi de Sciences-Po, le 31 octobre 2014 à la Maison de la Chimie à Paris

Rencontres avec les équipes pédagogiques ou dirigeantes des écoles

Réalisation d'outils pédagogiques ou de communication

Flyers, plaquettes métiers, brochures, film...



FORMATION CONTINUE

Objectif de la commission : les compétences des professionnels des Relations Publics. Actions mises en œuvre :

Elaboration d'un programme de formations

Rencontre et sélection des intervenants

Organisation des sessions de formation

Evaluation des actions de formation

Quelles sont les caractéristiques de ces formations ?

Prises en charge par le FAFIEC selon les critères paritaires appliqués

Tarif négocié pour les agences adhérentes

Animées par des formateurs reconnus pour leur expertise,

localisées dans les locaux de la Fédération Syntec

En 2105, le programme est le suivant :

10 février & 3 mars - **La relation Clients**

Par Elisabeth Johnston / Johnston&Johnston
850€ HT / participant

22 Septembre & 13 octobre

Savoir négociier ses honoraires

Par Elisabeth Johnston / Johnston&Johnston
850€ HT / participant

14 Avril - **Influence & Bad Buzz**

Par Emmanuel Vivier / Hub Institute
500€HT / participant

Automne 2015 - **Art oratoire**

850€ HT / Participant

24 juin - **Communication de crise**

Par Philippe Etienne / PHE Communication
500€HT / participant

Pour rejoindre cette commission,
contactez Sandrine Auvray :

sandrine.auvray@auvray-associes.com

LA COMMISSION PROSPECTIVE

Pilotée par Alexandra Gauquelin-Roché (Profile PR)

La Commission Prospective propose d'anticiper les tendances et les évolutions pour notre métier et nos organisations

VIA DEUX LEVIERS D'ACTION :

- 1 En ouvrant de nouvelles perspectives aux membres de Syntec Conseil en Relations Publics, en leur permettant d'appréhender les nouvelles mutations des années à venir avec un regard différent sur les changements de paradigme.
- 2 En nourrissant la réflexion des agences grâce aux visions d'experts et d'intervenants reconnus sur des problématiques liées à ces nouveaux enjeux.

TROIS AXES DE TRAVAIL :

1 Prospective Métier

(modèle économique, transformation des compétences)

2 Prospective des Organisations

(mobilité, intergénérationnel, RH et digital)

3 Prospective des Tendances

(valeurs, innovations, nouvelles tendances et leur impact sur le métier)

OCTOBRE 2014,

Atelier « La culture de l'innovation »

avec Brice Challamel

La culture de l'innovation permet de transformer les contraintes en opportunités, en comptant non plus sur le talent ou la chance de quelques créateurs solitaires, mais sur la mobilisation des organisations dans leur ensemble. Qu'il s'agisse de réinventer Apple ou de sauver Lego, de remporter le contrat du siècle pour Thales ou de dominer les ventes mondiales de parfum comme Calvin Klein, la culture de l'innovation rend enfin possible une collaboration performante au service des idées neuves. Cet atelier en deux temps, keynote et cas pratique, a sensibilisé les participants à la mutation de l'autorité individuelle vers la responsabilité partagée.

L'ensemble des travaux de la Commission Prospective ont contribué à l'élaboration du programme du premier séminaire des Adhérents, qui s'est tenu le 21 novembre à Saint-Cloud.

Pour proposer des sujets d'Ateliers Prospective, contactez Alexandra Gauquelin-Roché :

agauquelin@profilepr.fr

PREMIER SEMINAIRE DES ADHERENTS

Pilotée par Alexandra Gauquelin-Roché (Profile PR) Cyrille Arcamone (Maarc) Thomas Marko (Thomas Marko & Associés) et Thierry Wellhoff (Wellcom)

21 NOVEMBRE 2014,

« 2020, Avant-première »

avec Brice Challamel

Dans un esprit de cohésion et d'action collective, une quarantaine de Présidents et Directeurs Associés des agences adhérentes ont participé à cette journée de réflexion et de partage de connaissance qui s'est voulue rafraîchissante, constructive et joyeuse, le 21 novembre 2014 au Renaissance Country Club, organisée avec des contributions extérieures le matin :



Brunot Paillet
Président de Conseils
& Annonceurs Associés



Luc Laurentin
Président de
Limelight Consulting



François Fouasson
Codirigeant de
VT Scan



Paul Holmes
Editeur du
Holmes Report



Hervé Mathe
Professeur à l'ESSEC
Business School

L'après-midi fut dédiée au brainstorming en groupes pour répondre à la question suivante : « à quoi ressemblera l'agence de 2020 : quelle offre ? Quelle organisation ? Quelle création de valeur ? »

Une synthèse de cette riche journée de réflexion est disponible sur le site. Le succès de cette journée, aussi bien productive que sympathique, a décidé le conseil d'administration de programmer la 2e édition du Séminaire des Adhérents, le 20 novembre 2015.

Volontaires pour piloter cet événement ? Contactez-nous.

LA COMMISSION VEILLE JURIDIQUE

Pilotée par Jean-Philippe Lecocq (Profile PR)
avec le concours du cabinet juridique C2J

La Commission Veille Juridique est née de la volonté de plusieurs agences adhérentes du syndicat de réviser leur cadre juridique et d'actualiser leurs contrats-types, afin de suivre, voire d'anticiper, l'évolution des métiers et pratiques en agences.

LA COMMISSION S'EST AINSI FIXÉE QUATRE OBJECTIFS :

- 1 Identifier les problèmes « contrat » les plus courants rencontrés par les agences membres
- 2 Recenser les solutions mises en place par les uns et les autres afin de solutionner les différents problèmes rencontrés façon « Best practices »
- 3 Recenser et comparer les différents types de contrat actuellement existants au sein des agences afin d'actualiser conjointement le contrat type Client permettant de préserver et protéger au mieux et le plus largement possible les intérêts des agences
- 4 Recenser et comparer les différents types de contrat actuellement existants au sein des agences afin d'élaborer conjointement un contrat type collaborateur.

A date, 4 modèles de contrats sont disponibles et téléchargeables sur l'extranet du site www.syntec-rp.com :

- Contrat-cadre agence-client
- Contrat-cadre agence/client – version anglaise
- Contrat-cadre de prestations de service (indépendant, autoentrepreneur)
- Contrat-cadre salarié (édité par la Fédération Syntec)

L'actuel chantier pour la Commission Veille Juridique est l'actualisation du contrat de travail type pour les collaborateurs en agences conseil en relations publics.

“

Les modèles de contrats-cadres sont disponibles
et téléchargeables sur l'extranet du site

www.syntec-rp.com ”

Pour rejoindre la commission,
contactez Jean-Philippe Lecocq :

jplecocq@profilepr.fr

LE GUIDE PRATIQUE DES RELATIONS PUBLICS

Pilotée par Benoît Desveaux (le Public Système),
en partenariat avec les commissions de travail

Les ouvrages universitaires sur la communication sont pléthore, et il existe une littérature sur les métiers spécifiques de la relation avec les publics. Il manquait néanmoins un guide pratique de ces métiers qui soit accessible tant aux (futurs) clients qu'aux (futurs) collaborateurs en agences.

C'est la raison pour laquelle Syntec Conseil en Relations Publics a lancé en septembre 2013 un projet de réalisation d'un guide pédagogique sur les métiers des Relations Publics à destination des étudiants en communication et des clients entreprises/organisations.

Les différents acteurs de la profession ont tout à gagner à partager une compréhension et vision communes des relations avec les publics. Ce sera chose faite avec ce guide dont la publication est prévue pour le premier semestre 2015.

AU SOMMAIRE DE CE GUIDE :

- Définition des relations publics
- Les relations publics, à qui les confier ?
- Quelles sont les agences ?
- Organisation de l'agence conseil en relations publics
- Qui fait appel aux relations publics ?
- Quels sont les enjeux et les leviers des relations publics
- Les spécialités des relations publics
- Comment mesurer les relations publics ?
- Quelques conseils pour l'appel d'offre d'une prestation de relations publics
- Le marché des relations publics en quelques indicateurs



3

Augmenter la zone d'influence du syndicat



LE CLUB DES PARTENAIRES

Le Club des Partenaires de Syntec Conseil en Relations Publics a été créé en 2012 et officiellement lancé en janvier 2013, en réponse au besoin d'un renforcement de la relation entre les agences conseil en relations publics et leurs partenaires traditionnels.

Le Club des Partenaires se compose de prestataires potentiels des agences de relations publics : surveillance medias/web, enquêtes, études, données barométriques, solutions logicielles...

“

Retrouvez leur présentation, offres d'expertises et contacts sur le site

www.syntec-rp.com ”

PARMI LES NOMBREUX INTÉRÊTS POUR NOS PARTENAIRES :

1

La possibilité de mentionner ce partenariat officiel auprès de l'ensemble de la profession des relations publics et plus globalement, de toute la fédération Syntec

2

Celle de participer à nos événements et de contribuer à nos commissions de travail

3

Celle d'accéder directement aux dirigeants des plus importantes agences françaises.

LES 11 PARTENAIRES AGREES DE SYNTEC CONSEIL EN RELATIONS PUBLICS SONT :



RELATIONS AVEC LES ASSOCIATIONS DE LA COMMUNICATION



AACC

Le partenariat avec l'AACC aura été renforcé en 2015, notamment grâce à deux projets : la poursuite de la promotion de la **Charte La Belle Compétition**, avec près de 140 signataires agences, dont 11 agences adhérentes de Syntec Conseil en Relations Publics, et une dizaine d'annonceurs signataires ; l'organisation de la première édition des **Meilleurs Espoirs français des Relations Publics**

www.aacc.fr



afci
LA COMMUNICATION
AU CŒUR DES ORGANISATIONS

L'Association Française de la Communication Interne (500 adhérents) et Syntec Conseil en Relations Publics ont établi un partenariat permettant aux adhérents de Syntec Conseil en Relations Publics de participer aux excellentes conférences « Les Demi-journées » à un tarif privilégié.

www.afci.asso.fr



ANAE
ASSOCIATION NATIONALE
DES ANNONCEURS

Syntec Conseil en Relations Publics est heureux de pouvoir compter sur le soutien renouvelé de l'ANAE à ses différents événements, permettant un utile échange de visibilité entre les deux associations et de bonnes pratiques entre les adhérents respectifs de ces organisations.

www.anae.org



**Communication
et Entreprise**

Syntec Conseil en Relations Publics renouvelle chaque année son partenariat pour les Grands Prix de la Communication de cette association de directeurs de la communication (1 425 adhérents), permettant ainsi aux agences adhérentes de Syntec RP de pouvoir candidater à un tarif privilégié.

www.communicationentreprise.com



**INFORMATION
PRESSE &
COMMUNICATION**

Les adhérents de Syntec Conseil en Relations Publics peuvent désormais participer aux rencontres et formations de l'IPC, tout en bénéficiant d'un tarif privilégié. Ce partenariat renforce la relation avec l'association IPC et complète les services proposés à ses agences adhérentes.

www.infopressecom.org



**union des
annonceurs**

Syntec Conseil en Relations Publics et l'Union des Annonceurs ont renouvelé leur partenariat en 2014-2015 lors des événements organisés par Syntec Conseil en Relations Publics (Référentiel de la mesure des RP, Public Reputation Lab, Agoras), consistant en un utile échange d'opinions et de bonnes pratiques au service de l'évolution des métiers de la communication.

www.uda.fr

LES RELATIONS INSTITUTIONNELLES

La présence institutionnelle de Syntec Conseil en Relations Publics au sein de la Fédération Syntec, du Medef et du Groupement des Professions de Services (GPS) s'appuie sur sa qualité de membre du groupement des syndicats « Syntec Etudes & Conseil » - présidé par François Humblot (GRANT ALEXANDER) depuis 2011.

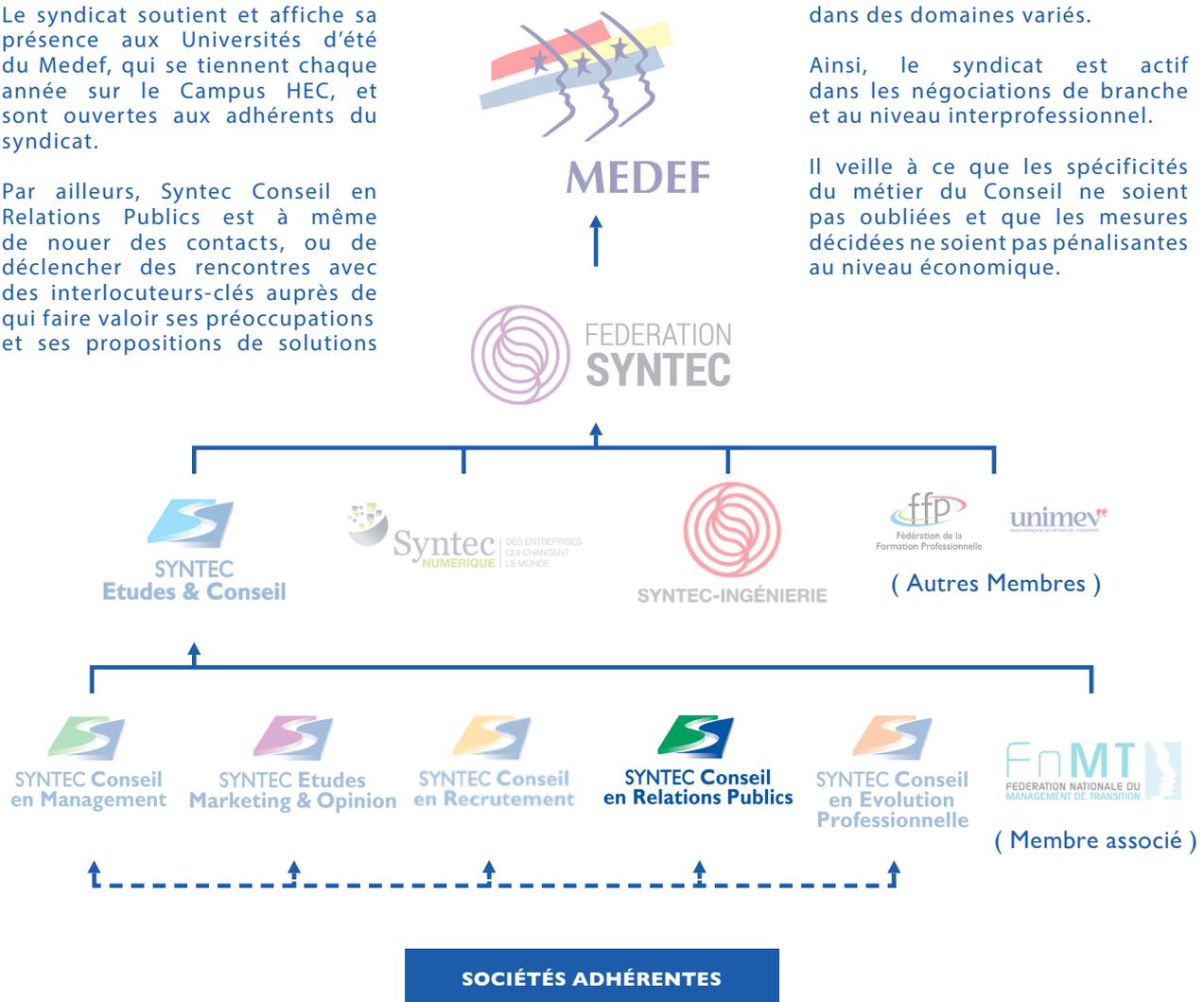
Le syndicat soutient et affiche sa présence aux Universités d'été du Medef, qui se tiennent chaque année sur le Campus HEC, et sont ouvertes aux adhérents du syndicat.

Par ailleurs, Syntec Conseil en Relations Publics est à même de nouer des contacts, ou de déclencher des rencontres avec des interlocuteurs-clés auprès de qui faire valoir ses préoccupations et ses propositions de solutions

dans des domaines variés.

Ainsi, le syndicat est actif dans les négociations de branche et au niveau interprofessionnel.

Il veille à ce que les spécificités du métier du Conseil ne soient pas oubliées et que les mesures décidées ne soient pas pénalisantes au niveau économique.



RELATIONS INTERNATIONALES



L'International Communications Consultancy Organisation est l'association professionnelle des agences de relations publics

Les membres de l'ICCO sont des syndicats professionnels de 29 pays d'Europe, d'Afrique, d'Asie, d'Amérique du nord et du sud et d'Australie, réunissant environ 2 000 agences conseil en Relations Publics.

L'ICCO a pour objectifs d'offrir à ses membres, responsables des agences conseil en relations publics du monde entier, un forum d'échanges où partager les bonnes pratiques, mettre en commun des projets, et faire évoluer la profession.

Ainsi, les membres de l'ICCO travaillent ensemble afin d'améliorer les standards de qualité (via la certification qualité CMS), résoudre les questions de déontologie, et harmoniser les pratiques des Relations Publics à l'échelle internationale.

“

Retrouvez l'ensemble de ces documents sur le site

www.syntec-rp.com

> Rubrique Actualités & Evénements

> Publications internationales ”

L'ICCO EST PAR AILLEURS À L'ORIGINE :

1 Du **World PR Report**, le rapport mondial annuel des évolutions économiques de la profession, réalisé avec Paul Holmes, et incluant un classement de agences du monde entier, une présentation des domaines d'activités et secteurs d'activités privilégiant les relations publics.

www.holmesreport.com

2 Du **World PR Summit**, le rendez-vous international de la profession auquel sont conviées les agences adhérentes de Syntec Conseil en Relations Publics. En 2014, les agences s'étaient donné RDV à Delhi pour un sommet au thème suivant : New Market, New Business, New PR. En 2015, la profession se retrouvera les 8 & 9 octobre à Milan.

www.iccosummit.com



Le président de l'ICCO est David Gallagher (Ketchum).

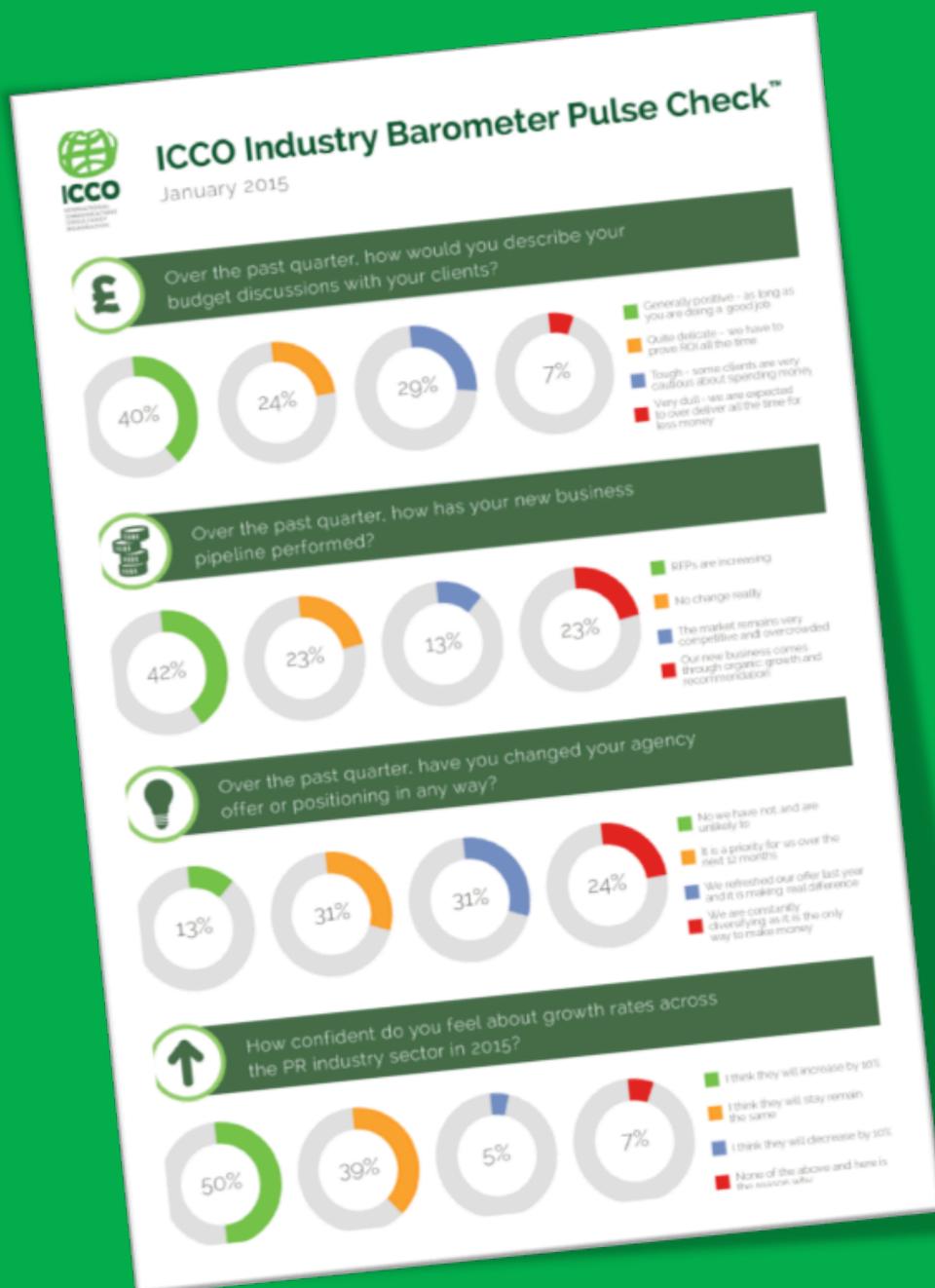
La France y est représentée par Florence Gillier-Larcher (Florence Gillier&Associés) depuis 2007.

“

Plus d'informations sur le site www.iccopr.com ”

Baromètre trimestriel des tendances du marché international des Relations Publics « Pulsecheck »

L'ICCO est également à l'origine du Baromètre trimestriel des tendances du marché international des Relations Publics « Pulsecheck », auquel participent les agences membres de chacune des associations de l'ICCO. A la clé, une analyse trimestrielle des tendances par activités, secteurs et expertises du marché international des RP.



LES RELATIONS AVEC LES MÉDIAS

Le partenariat avec le magazine Stratégies se poursuit pour la saison 2014/2015, concernant la diffusion d'une tribune mensuelle d'une agence adhérente de Syntec à la rubrique « Opinions ».

Stratégies

L'angle de la tribune : un sujet d'actualité analysé sous l'angle des relations publics. Largement relayé sur les réseaux sociaux, ces tribunes sont des opportunités concrètes de faire entendre la voix des agences membres de Syntec Conseil en Relations Publics. Retrouvez les tribunes suivantes sur Strategies.fr ou sur le site de Syntec Conseil en Relations Publics :

RETROUVEZ LES TRIBUNES SUIVANTES SUR STRATEGIES.FR OU SUR LE BLOG DE SYNTEC CONSEIL EN RELATIONS PUBLICS :

- ▶ **Twitter et les patrons**, par Pascale Azria (Kingcom)
- ▶ **Les marques face aux défis du real time**, par Dimitri Granger & Rémi Barra (Publicis Consultants)
- ▶ **Qu'est devenue l'influence**, par Dimitri Granger & Joiakim Tuil (Publicis Consultants)
- ▶ **La carte de presse pour les twittos**, par Nicolas Boccaccio (Groupe Profile PR)
- ▶ **Au nom de l'urgence, la communication détruit l'envie !** par Olivier Bas (Havas Paris)
- ▶ **Foules sentimentales**, par Pascale Azria (Kingcom)
- ▶ **Chacun cherche son think tank**, par Julien Landfried & Benjamin Martin (Publicis Consultants)
- ▶ **Une ou deux choses qui méritent d'être enregistrées**, par Cyrille Arcamone (Maarc)
- ▶ **Du lobbying d'alcôves au lobbying d'idées**, par Benjamin Martin et Floriane Delandre

Vous souhaitez publier une tribune dans un prochain numéro de Stratégies ?
Contactez :

anne-mareille.dubois@groupement-syntec.org



Les relations publics
développent la visibilité
et sont essentielles pour construire
une relation de confiance
entre une entreprise
ou une marque
et ses différents publics.

- ADOCOM • ALBINE & CO • ALTERIS ENVIRONNEMENT • AMALTHEA • AREVACOM
- AROMATES • AUVRAY & ASSOCIES • BASEL • BORACAY • BURSON-MARSTELLER I&E
- CAP&CINÉPR-CAPITALIMAGE-COHN&WOLFE • EDELMAN • FHC • FLEISHMAN-HILLARD
- FLORENCE GILLIER & ASSOCIES • GOUN HARRIS GROUPE LOWE STRATEGIES
- HAVAS WORLDWIDE PARIS • H&B COMCORP • HILL+KNOWLTON STRATEGIES
- IDENIUM • INFLUËSE • KABLE COMMUNICATION FINANCE • KALAAPA • KINGCOM
- LE PUBLIC SYSTEHE • LES ATELIERS CORPORATE • MAARC • MONET+ASSOCIES
- OGILVY PUBLIC RELATIONS • PROFILE PR • PUBLICIS CONSULTANTS FRANCE
- SELF IMAGE • TBWA CORPORATE • THOMAS MARKO &
- VFC RELATIONS PUBLICS • VP STRAT & COM • WE
- WEBER SHANDWICK • WELCOM • YUCATAN • ZIBROW COMMUNICATIONS

► Enfin, Syntec Conseil en Relations Publics soutient également le magazine Stratégies via des insertions publicitaires récurrentes, notamment dans les numéros spéciaux « RP ».



AUTRES PARTENARIATS

2014 / 2015

Syntec Conseil en Relations Publics est le partenaire de nombreux rendez-vous de la profession, en France et à l'international, dédiés à une meilleure compréhension des innovations et évolutions du métier.

Ces partenariats offrent aux agences adhérentes l'opportunité de participer aux grandes rencontres de la profession et de développer leur réseau professionnel. Le syndicat, quant à lui, développe sa notoriété en tant qu'acteur institutionnel incontournable de la communication et des relations publics en France. En outre, les agences adhérentes peuvent bénéficier de tarifs privilégiés pour ces rencontres, conférences, salons, formations, etc.

“ Plus d'infos sur le site
www.syntec-rp.com
 > Rubrique « Événements de nos partenaires » ”



European Communications Convention à Munich

Syntec Conseil en Relations Publics était partenaire de ce colloque convention, deux journées pour décrypter les tendances RP, avec un focus sur la communication CRM, Sport et l'Ethique, en juin 2014. Prochaine édition en juin 2015 !

Plus d'infos sur : **www.communications-convention.eu**

Com en Or Day à Lille

Premier RDV rendez-vous des dirigeants et des communicants de la région Nord-Pas-de-Calais, le Com en Or Day s'est associé à notre syndicat pour sa 1ère édition en mars 2015.

Plus d'infos sur : **comenordday.com**

Amec Summit à Stockholm

Les travaux du syndicat seront à l'honneur de ce sommet international des acteurs de la veille et de la mesure des actions de communications, avec une conférence dédiée à notre Référentiel de la mesure des Relations Publics, en juin 2015 !

Plus d'infos sur : **amecinternationalsummit.org**

reputa on social stratégique relations publics sociaux

SyntecRP

COMMUNICATION EXTERNE

Syntec Syntec Conseil en Relations Publics met à disposition de ses différents publics, agences adhérentes et non-adhérentes, médias, partenaires, clients, étudiants... des plateformes et réseaux d'information

► LE NOUVEAU SITE INTERNET

La création du nouveau site est un projet piloté par Julie Espalioux (Babel), avec pour ambition de rafraîchir l'image du syndicat et des métiers des relations publics !

Découvrez-le sur www.syntec-rp.com !

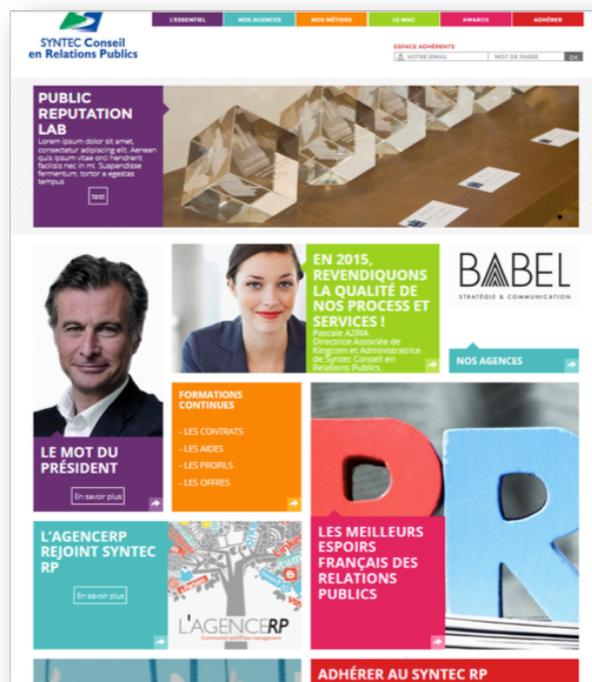
► LA NEWSLETTER MENSUELLE

Retrouvez chaque mois l'actualité du syndicat, de nos partenaires et du monde la communication.

Pas encore inscrit sur la liste de diffusion ?
Contactez Anne-Mareille Dubois



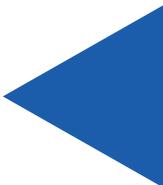
A vous de « Follow » et de « Liker » !





4

Accompagner et soutenir les membres de notre syndicat



SERVICES D'APPUI AUX ADHÉRENTS

Adhérer à SYNTEC Conseil en Relations Publics c'est bénéficier d'un ensemble de services dédiés. Ces services sont nés de besoins exprimés par les adhérents au fil du temps, la philosophie du syndicat étant d'être à l'écoute des attentes de tous ses membres, d'adapter ses modes de communication et de contacts en fonction de leurs retours.

► CONSULTATIONS JURIDIQUES

Les adhérents de Syntec Conseil en Relations Publics ont accès à un service de consultations juridiques. Le cabinet C2J, société d'avocats intervenant en droit social, droit des affaires, droit fiscal et droit pénal, répond à vos questions :

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

► PRODUITS D'ASSURANCE

SYNTEC Etudes & Conseil, groupement dont fait partie Syntec Conseil en Relations Publics, a décidé de renforcer son offre de services dédiée à l'assurance de votre entreprise. En tant qu'adhérent, vous bénéficiez de l'accompagnement de notre courtier partenaire, de garanties spécifiques issues des meilleurs assureurs et de conditions tarifaires préférentielles.

Une ne offre complète d'assurances pour les adhérents

Suite à l'appel d'offres mené par ADD VALUE ASSURANCES, courtier spécialiste de l'assurance professionnelle, vous bénéficiez d'une offre complète, à des conditions tarifaires préférentielles, pour couvrir les risques de votre entreprise

En plus des solutions d'assurance mises à votre disposition, vous bénéficiez à titre gratuit d'un éventail de services de la part de notre courtier partenaire :

1. Un audit de vos contrats d'assurances existants
2. Des conseils sur votre politique de gestion des risques
3. Examen des clauses d'assurance de vos contrats clients
4. Analyse des attestations d'assurance de vos fournisseurs

“ Pour une étude ou un audit de vos contrats existants, contactez notre courtier partenaire, Sandra Poulmarech, sandra.poulmarech@add-value.fr ”

► NEGOCIATION D'UN CONTRAT-CADRE AVEC LE CENTRE FRANÇAIS DU DROIT DE COPIE

Syntec Conseil en Relations Publics, le Syndicat national des Attachés de Presse et le Centre Français d'exploitation du droit de Copie ont conçu un contrat-cadre «Droit de copie numérique», entré en vigueur en 2014, avec une simplification des déclarations et une réduction négociée pour les agences adhérentes.

ETUDES & POINTS DE REPÈRE

ETUDE ANNUELLE D'ACTIVITÉS

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

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

	Honoraires en 2013	CA Moyen (K€)	Honoraire moyen (K€)	% moyen des honoraires sur CA	Effectif moyen 2013
Ensemble		3 677 021	2 707 008	74%	27
Petits	Honoraires < 1 M€	814 492	661 321	81%	7
Moyens	3 M€ > honoraires > 1 M€	2 704 393	1 723 436	64%	26
Grands	5 M€ > honoraires > 3 M€	5 411 741	3 864 320	71%	30
Majors	Honoraires > 5 M€	13 577 997	10 792 333	79%	79

Extrait EAA 2013-2014

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

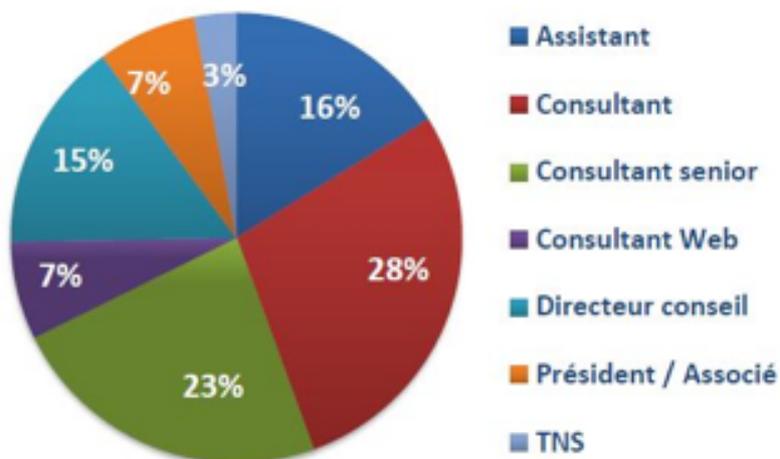
En 2015, le Business Café se tiendra le 11 septembre à Syntec.

ENQUÊTE ANNUELLE RÉMUNÉRATIONS

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

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

Répartition de l'effectif Conseil

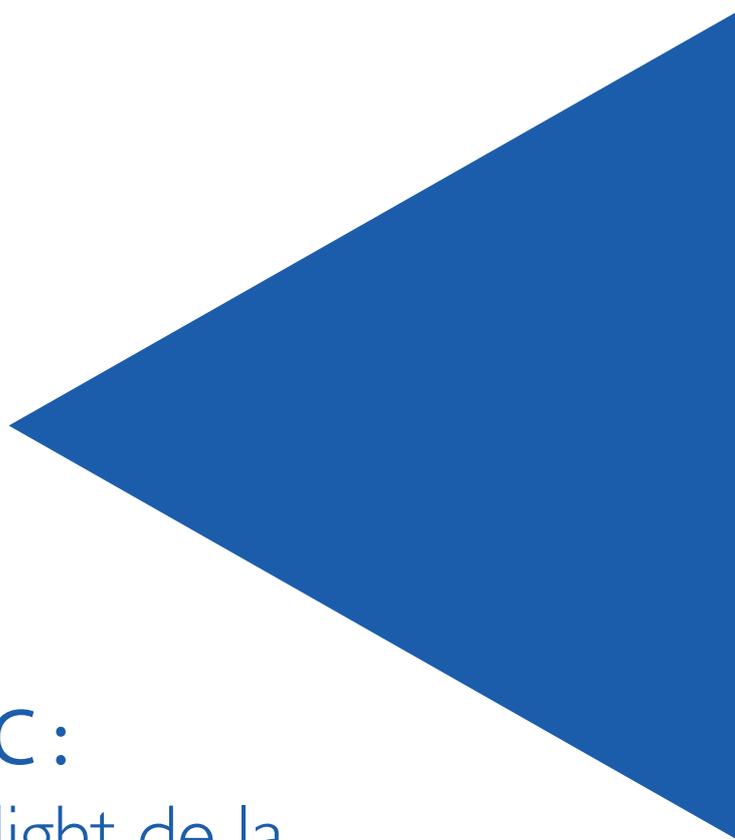


Homme	Femme
22%	78%
Cadre	Non cadre
69%	31%
CDI	CDD
91%	9%
Conseil	Support
86%	14%

Répartition par âge de l'effectif opérationnel :

- de 26 ans	26 / 35 ans	36 / 45 ans	46 / 55 ans	+ de 55 ans
16%	54%	19%	8%	3%

Extrait Enquête Rémunérations 2013-2014



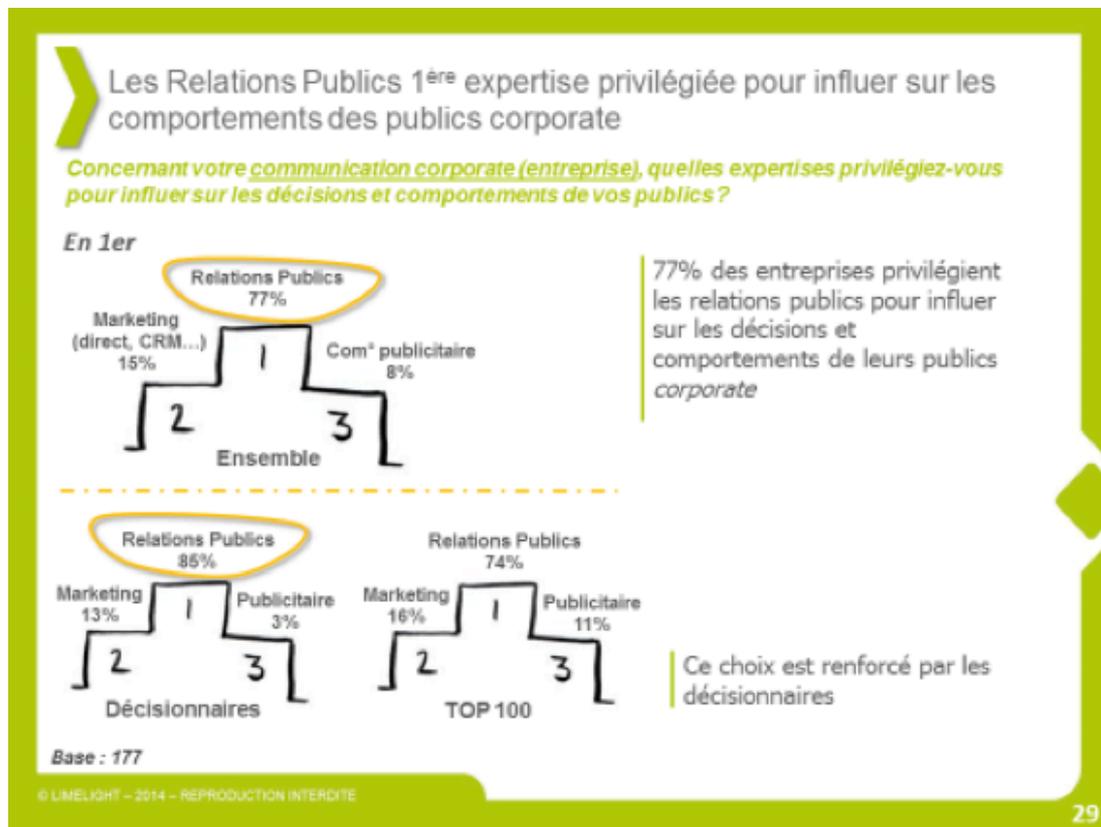
ETUDES AD HOC :

Baromètre Limelight de la relation agence-annonceurs

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

Deux points majeurs se dégagent de l'édition 2014 du Baromètre Limelight de la relation agence-annonceurs :

- 1 ▶ Les annonceurs ont gagné en maturité, ils se sont professionnalisés et leurs attentes vis-à-vis des agences se durcissent. Ils attendent que celles-ci s'immergent dans les changements de la société pour insuffler les tendances au lieu de les subir, puisque les changements du monde social contraignent à ouvrir leurs champs de réflexion. Dans ce contexte, la responsabilité sociale et sociétale des entreprises représente un véritable accélérateur de transformation.
- 2 ▶ Les annonceurs ont exprimé un vrai besoin de clarté sur le savoir-faire et les expertises de chacun.



Extrait du baromètre 2014

LES ATELIERS THÉMATIQUES MENSUELS



Organisés tous les derniers vendredis de chaque mois (sauf jours fériés !), les ateliers thématiques ont vocation à réunir les professionnels des relations publics, ou DRH, autour de sujets d'actualités, concernant tant l'évolution de la profession que celle de la gestion



- 1** **JUIN 2014 - Atelier Partenaire**
« Veille Plurimédias et mesure de l'impact médiatique »
Animé par Baptiste Legeay, Directeur de Clientèle de Trendybuzz
- 2** **SEPTEMBRE 2014 - Atelier Partenaire**
« Mieux connaître les journalistes & optimiser sa visibilité dans les médias »
Animé par Barbara Letscher, Référente Réseaux Médias de l'Argus de la presse et Sandrine Giraud, Responsable des pôles d'activité Younomie
- 3** **SEPTEMBRE 2014 - Atelier Syntec Etudes & Conseil**
« Responsabilité Civile Professionnelle : Les 5 erreurs les plus courantes, sinistralités et tendances de la jurisprudence »
Animé par Add Value
- 4** **OCTOBRE 2014 - Atelier Prospective**
« La Culture de l'Innovation »
Animé par Brice Challamel, fondateur d'Act One, enseignant à Sciences Po Paris et HEC
- 5** **OCTOBRE 2014 - Atelier Partenaire**
« Comment recruter de nouveaux clients avec le Marketing d'Influence ? »
Animé par par Caroline Baron, Responsable Marketing France et Rodrigue Laurent, Responsable Agences d'Augure
- 6** **NOVEMBRE 2014 - Atelier Partenaire**
« Tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur le new bizz ... sans jamais oser le demander »
Animé par Jean-Philippe Gilbrin, Directeur des Stratégies et du Développement de Pitchville et Christophe Wilmart responsable Agences chez Nomination
- 7** **FEVRIER 2015 - Atelier Partenaire**
« Diffusion d'un sujet TV/Radio : Comment mesurer l'impact? »
Animé par Ali Mouhoub, Directeur Général adjoint de Yacast
- 8** **AVRIL 2015 - Atelier Prospective**
« La Smart Data au service des agences : découvrez la nouvelle plateforme Kantar Media »
Animé par Florence Doré, Directrice Marketing et Guillaume Moi, Chef de projet de Kantar Media News Intelligence

“

Retrouvez les synthèses et les présentations de ces ateliers dans l'extranet du site

www.syntec-rp.com ”

LE DINER ANNUEL DES PRESIDENTS

Organisé chaque année, le Dîner des Présidents est une occasion privilégiée pour les Présidents et Associés d'agences de rencontrer et d'échanger de manière informelle avec une personnalité du monde des médias et/ou de la communication.

En octobre 2014, Syntec Conseil en Relations Publics a convié les Présidents et Associés à venir échanger avec **Gaspard Gantzer**, Chargé des relations avec la presse et Chef du pôle communication à la Présidence de la République, au Pavillon Ledoyen.





RH, SOCIAL & FORMATION

Syntec Conseil en Relations Publics est un membre actif du groupement de syndicats Syntec Etudes & Conseil. C'est au niveau de ce groupement que les représentants du Conseil en Relations Publics en France s'investissent dans le dialogue social de branche réalisé au sein de la Fédération Syntec.

Cette mutualisation s'explique par la proximité des activités qui composent ces six syndicats professionnels, tout particulièrement en termes de problématiques RH, sociales et formation.

C'est la raison pour laquelle la représentation des 5 syndicats constitutifs, et de leurs **350 adhérents** cumulés, ainsi que les négociations de branche sont assurées par le groupement Syntec Etudes & Conseil.

Les négociations menées par Syntec Etudes & Conseil, aux côtés des représentants de

Syntec Numérique, Syntec Ingénierie et de la CICF participent à l'évolution de la **Convention Collective Syntec** par la signature d'avenants.

Les adhérents qui souhaitent plus particulièrement s'investir et participer à l'animation des travaux de la branche sur ces sujets peuvent participer à la **Commission Social & Formation de Syntec Etudes & Conseil**.

CSF (COMMISSION SOCIAL & FORMATION)

Pilotes : Latifa Boutourach – DRH de Kurt Salmon – adhérent de Syntec Conseil en Management et Florence Oyon – DRH de Burson Marsteller i&e – adhérent de Syntec Conseil en Relations Publics
Membres du GT : DRH et RRH des sociétés adhérentes des 5 syndicats constitutifs de Syntec Etudes & Conseil

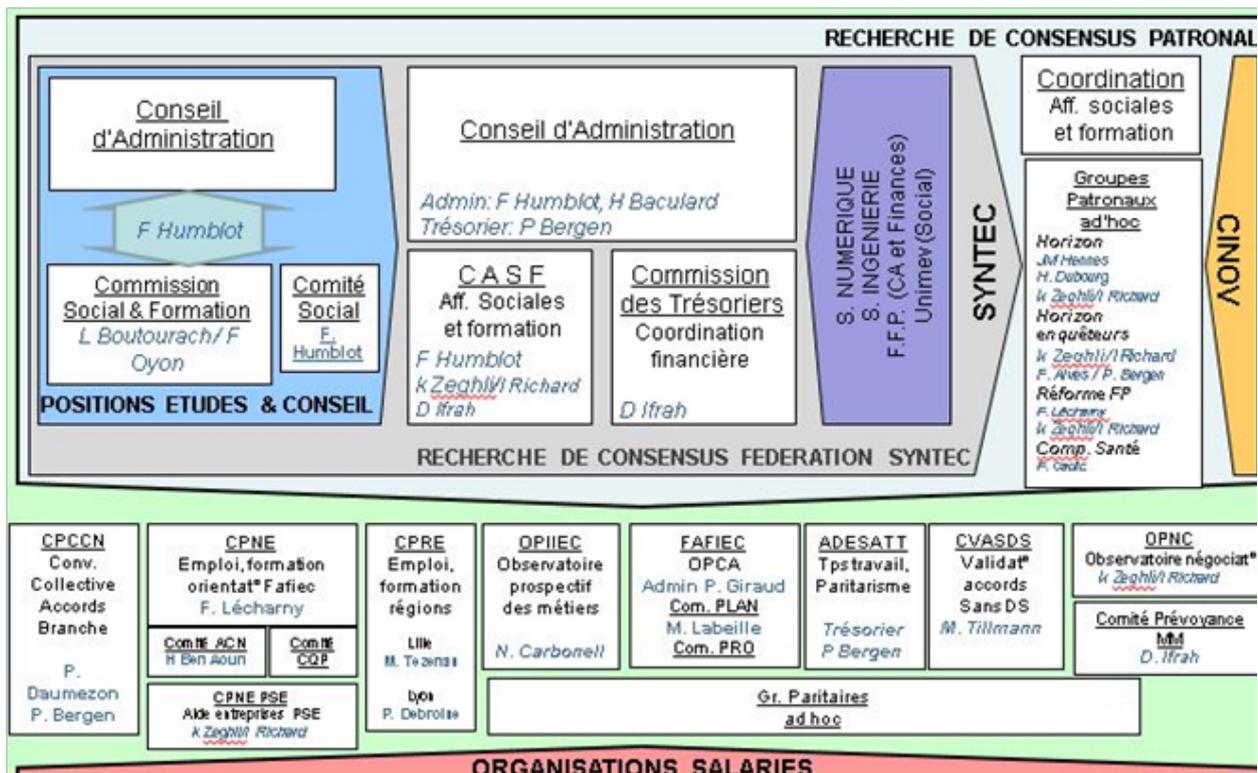
La Commission Social & Formation (CSF) de SYNTEC Etudes & Conseil est l'une des instances importantes du dispositif de recherche de consensus patronal au sein de la Fédération Syntec.

C'est le lieu où se préparent concrètement les positions patronales en matière de négociations collectives et où se décident les grandes orientations sociales & formation.

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

A chaque CSF, une heure est consacrée à des échanges autour de l'actualité sociale et des bonnes pratiques et une heure trente à la préparation des positions patronales sur les négociations collectives en cours.

En complément, une fois par trimestre, un membre de la CSF présente un sujet RH traité de façon particulièrement innovante.



MÉMENTOS PRATIQUES 'SOCIAL & FORMATION'

La Fédération SYNTEC réalise et diffuse des mémentos sur des sujets d'actualité sociale ou réglementaire. Leur usage est strictement limité aux adhérents, via leur extranet.

AU 12 MAI 2014, LA LISTE DES MÉMENTOS DISPONIBLES EST :

- | | | | |
|----|--|----|--|
| 1 | La rupture conventionnelle | 15 | Organisation des élections professionnelles + Outils pratiques |
| 2 | Lois en TEPA et PA au regard de l'accord de Branches sur la réduction du temps de travail | 16 | Conséquences de la Loi sur la formation du 24 nov. 2009 |
| 3 | Politique de formation de la Branche 2009-11 | 17 | Sécurité et santé au travail |
| 4 | Rénovation de la démocratie sociale | 18 | Elaboration du contrat de travail en conformité avec la Convention collective |
| 5 | Réforme de la durée du travail | 19 | Rapport de branche 2011 |
| 6 | Modernisation du marché du travail | 20 | Critères de rattachement à un OPCA |
| 7 | Le chômage partiel + Guide pratique | 21 | Contrôle de l'usage de l'outil informatique en entreprise |
| 8 | Rôle de la Branche dans le renouvellement du dialogue social et de la négociation collective | 22 | Emploi des jeunes : stages, contrats d'apprentissage, contrats de professionnalisation |
| 9 | Temps de trajet et frais de transport | 23 | Accord formation signé le 28 juin 2011. |
| 10 | Se préparer à une pandémie grippale | 24 | Rapport de Branche 2012 |
| 11 | La réglementation applicable aux Seniors : Retraite et Emploi | 25 | Rapport de Branche 2013 |
| 12 | Comparatif contrat d'apprentissage & contrat de professionnalisation | 26 | Le Compte Epargne Temps-CET |
| 13 | Mise à niveau de la Convention Collective Nationale du 15 décembre 1987 | 27 | Le document unique |
| 14 | Rapport de branche | 28 | Le forfait annuel en jours |

MATINÉES D'INFORMATION

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

**DEPUIS L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE 2013,
DES MATINÉES ONT ÉTÉ ORGANISÉES SUR LES THÈMES :**

1 **Contrats de génération : mode d'emploi
(5 juillet 2013)**

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

2 **Egalité professionnelle Homme-Femme
(7 novembre 2013)**

Si souhaitez abonner un(e) collaborateur(rice)
à cette alerte, contactez

social@groupement-syntec.org

LES ACCORDS DE BRANCHE SIGNÉS DEPUIS LA DERNIÈRE ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

Depuis l'Assemblée Générale 2013, les avenants à la Convention Collective et accords suivants ont été signés :

- ▶ **12 JUIN 2013 :**
Accord national de méthode relatif à la mise en place d'une couverture collective de Branche à adhésion obligatoire en matière de remboursements complémentaires des frais occasionnés par une maladie, une maternité ou un accident couvrant les salariés ne bénéficiant pas de couverture complémentaire dans le cadre de leur entreprise.
- ▶ **16 OCTOBRE 2013 :**
Avenant du 11 février 2009 à l'Accord national du 25 Octobre 2007 relatif aux missions de l'ADESATT et au financement du paritarisme.
- ▶ **16 OCTOBRE 2013 :**
Accord national portant sur l'accompagnement des entreprises et le développement de l'employabilité de leurs salariés dans un contexte de difficultés économiques (applicable depuis le 1er mai).
- ▶ **1^{ER} AVRIL 2014 :**
Forfait Jours, avenant de révision de l'article 4 du chapitre 2 de l'accord du 22 juin 1999 sur la durée du travail.

“ La Convention Collective, les avenants et accords signés ainsi que les arrêtés d'extension sont disponibles sur le site de la Fédération Syntec www.syntec.fr ”

NÉGOCIATIONS AU NIVEAU DE LA BRANCHE - 2014

Les thématiques des négociations 2014 sont les suivantes :

- ▶ **RÉFORME DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE**
- ▶ **ÉGALITÉ HOMME/FEMME**
- ▶ **TEMPS PARTIEL**
- ▶ **PRÉVOYANCE**
- ▶ **COMPLÉMENTAIRE SANTÉ**

LES ADHÉRENTS

- ▶ **ADOCOM**
www.adocom.fr
- ▶ **ALBINE & CO**
www.albineco.com
- ▶ **ALTERIS ENVIRONNEMENT**
www.alterisenvironnement.com
- ▶ **AMALTHEA**
www.amalthea.fr
- ▶ **AREVACOM**
www.areva.com
- ▶ **AROMATES**
www.aromates.com
- ▶ **AUVRAY & ASSOCIES**
www.auvray-associes.com
- ▶ **BABEL**
www.agencebabel.com
- ▶ **BORACAY**
www.boracay-presse.com
- ▶ **BURSON-MARSTELLER I&E**
www.burson-marsteller.fr
- ▶ **CAP & CIME PR**
www.capetcimepr.fr
- ▶ **CAPITAL IMAGE**
www.capitalimage.net
- ▶ **COHN & WOLFE**
www.cohnwolfe.fr
- ▶ **EDELMAN**
www.edelman.com
- ▶ **FHCOM**
www.fhcom.net
- ▶ **FLEISHMAN-HILLARD**
www.fleishman.fr
- ▶ **FLORENCE GILLIER & ASSOCIES**
www.fgcom.fr
- ▶ **GOLIN HARRIS**
www.golinharris.com
- ▶ **HAVAS WORLDWIDE PARIS**
www.havasworldwideparis.com
- ▶ **H&B COMCORP**
www.hbcommunication.fr
- ▶ **HILL+ KNOWLTON STRATEGIES**
www.hkstrategies.fr
- ▶ **IDENIUM**
www.influelse.fr
- ▶ **INFLUELSE**
www.agencebabel.com
- ▶ **KABLE COMMUNICATION**
www.kable-cf.com
- ▶ **KALAAPA**
www.kalaapa.com
- ▶ **KETCHUM**
www.ketchum.com
- ▶ **KINGCOM**
www.kingcom.fr
- ▶ **LE PUBLIC SYSTEME**
www.lepublicsysteme.com
- ▶ **LES ATELIERS CORPORATE**
www.lesatelierscorporate.com
- ▶ **MAARC**
www.maarc.fr
- ▶ **MONET+ASSOCIES**
www.monet-rp.com
- ▶ **OGILVY PUBLIC RELATIONS**
www.ogilvy-pr.fr
- ▶ **PROFILE PR**
www.profilepresse.com
- ▶ **PUBLICIS CONSULTANTS FRANCE**
www.publicis-consultants.fr
- ▶ **SELF IMAGE**
www.selfimage.fr
- ▶ **TBWA CORPORATE**
www.tbwa-corporate.com
- ▶ **THOMAS MARKO & ASSOCIES**
- ▶ **VFC RELATIONS PUBLICS**
www.vfc.fr
- ▶ **VP STRAT & COM**
www.vpstrat.com
- ▶ **WE AGENCY**
www.we-agency.fr
- ▶ **WEBER SHANDWICK**
www.webershandwick.com
- ▶ **WELLCOM**
www.wellcom.fr
- ▶ **YUCATAN**
www.yucatan.fr
- ▶ **ZMIROV COMMUNICATION**
www.zmirov.com

L'ÉQUIPE PERMANENTE

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

- ▶ **Anne-Mareille DUBOIS**, Délégué Opérationnel
01 44 30 49 91 - anne-mareille.dubois@groupement-syntec.org
- ▶ **Isabelle RICHARD**, Déléguée Affaires Sociales
01 44 30 49 00 - social@groupement-syntec.org
- ▶ **Laurie DERINGER**, Chef de projet Taxe d'apprentissage
01 44 30 49 29 - social@groupement-syntec.org
- ▶ **Céline BARBE**, Chargée d'Etudes
01 44 30 49 23 - celine.barbe@groupement-syntec.org
- ▶ **Marie-Laure HUPELIER**, Responsable comptabilité
01 44 30 49 22 - marie-laure.hupelier@groupement-syntec.org
- ▶ **Valérie VERGEZ**, Office Manager
01 44 30 49 27 - valerie.vergez@groupement-syntec.org

La Fédération Syntec a déménagé en juillet 2014 :

ADRESSE :

148 boulevard Haussmann
75008 Paris

Plus d'infos sur www.syntec-rp.com



SYNTEC Conseil en Relations Publics

148 BOULEVARD HAUSSMANN 75008 PARIS

TÉL : 01 44 30 49 91

E-MAIL : ANNE-MAREILLE.DUBOIS@GROUPEMENT-SYNTEC.ORG

SITE : WWW.SYNTEC-RP.COM

FACEBOOK : SYNTEC CONSEIL EN RELATIONS PUBLICS

TWITTER : @SYNTEC_RP