COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Paris, le 12 novembre 2026

Le SYNAP part en tournée pour convaincre les PME de l'importance des relations médias à l'heure de l'IA

À l'occasion de la Semaine de la Communication, du 23 au 27 novembre 2026, le Syndicat national des professionnels des relations médias (SYNAP) lance la Tournée des Relations Médias. Prévue sur plus de six mois à travers la France, elle réunit à chaque étape les dirigeants de TPE, PME et ETI à l'invitation d'un partenaire local. Objectif : leur montrer comment les relations médias contribuent à construire leur réputation et pourquoi l'arrivée de l'intelligence artificielle rend cette démarche plus stratégique que jamais.

Une entreprise peut avoir un excellent savoir-faire, des produits reconnus et une véritable expertise sans être connue au-delà de ses clients. Pourtant, aujourd'hui, sa réputation ne se construit plus uniquement à travers son site internet, ses réseaux sociaux ou le bouche-à-oreille. Elle dépend aussi des informations que les médias publient à son sujet et, de plus en plus, de ce que les intelligences artificielles en retiennent.

« Nous sommes ravis de participer à cette Semaine de la Communication et d'aller à la rencontre des entreprises dans les territoires. Avec la montée en puissance du GEO, qui vise à renforcer la visibilité des marques dans les réponses des intelligences artificielles, les relations médias doivent retrouver toute leur place dans les stratégies des directions de la communication et du marketing », ***soulignent Sophie Decaudin et Bruno Sanvoisin, coprésidents du SYNAP.*** *« Pendant des années, les entreprises ont cherché à être visibles sur Google. Désormais, elles doivent aussi se demander ce que les IA disent d'elles. Et sur ce terrain, la crédibilité d'une information compte autant que sa visibilité. Les relations médias ont donc un rôle stratégique à jouer. »*

C'est pour sensibiliser les dirigeants à ces enjeux que le SYNAP a imaginé cette tournée. Cette initiative s'adresse en priorité aux entreprises qui n'ont jamais fait appel à un attaché de presse ou à une agence de relations médias, ainsi qu'à celles qui connaissent encore mal les ressorts de ce métier.

L'ambition n'est pas de vendre des prestations de relations presse, mais d'expliquer leur utilité. Comment une entreprise devient-elle un sujet intéressant pour un journaliste ? Pourquoi certaines informations sont-elles reprises et d'autres ignorées ? Quel rôle les médias jouent-ils dans la construction d'une réputation ? Autant de questions auxquelles les professionnels du SYNAP apporteront des réponses concrètes.

Quand l'IA change les règles de la visibilité

L'intelligence artificielle ajoute une nouvelle dimension à ces enjeux. Les moteurs génératifs, de ChatGPT à Gemini en passant par Perplexity, deviennent de nouveaux intermédiaires dans l'accès à l'information. Ils produisent des réponses à partir de sources diverses, dont les contenus médiatiques.

Pour les entreprises, cette évolution pose une question simple : que raconte une intelligence artificielle lorsqu'on l'interroge sur leur activité, leur expertise ou leur marché ?

Les relations médias prennent ici une dimension supplémentaire. En contribuant à faire émerger des informations fiables, pertinentes et vérifiables dans la presse, elles participent à la construction d'une présence publique qui ne repose pas uniquement sur les contenus produits par l'entreprise elle-même.

Le SYNAP souhaite également rappeler un principe essentiel : les relations médias constituent un métier à part entière. Elles exigent une connaissance du fonctionnement des rédactions, une compréhension des attentes des journalistes et une capacité à identifier ce qui présente un véritable intérêt éditorial. À l'heure où l'IA facilite la production massive de contenus, cette expertise humaine conserve toute sa valeur.

Une tournée au plus près des entreprises

Lancée pendant la Semaine de la Communication, organisée par la Filière Communication, la tournée se poursuivra jusqu'en juin 2027. Chaque étape est préparée avec un acteur du territoire (CCI, antenne locale du MEDEF, Village by CA ou club de la presse selon les villes) et prend la forme d'une conférence suivie d'échanges avec les dirigeants.

Le format proposé associe une présentation d'environ 40 minutes, 20 minutes de questions-réponses et un temps de rencontre. Selon les étapes, les participants assisteront également au témoignage d'une entreprise ou d'un journaliste et à une démonstration en direct de ce qu'une IA générative répond lorsqu'on l'interroge sur une entreprise présente dans la salle.

Les premières étapes, pendant la Semaine de la Communication :

- Mardi 24 novembre : Toulouse et Montpellier (deux étapes simultanées)
- Vendredi 27 novembre : Le Mans

La tournée passera ensuite par d'autres villes, dont Grenoble, Orléans et Lille. Le calendrier complet sera publié au fil des mois. A noter que deux rendez-vous ont déjà eu lieu en avant-première en octobre à Angers et au Mans.

Avec cette initiative, le SYNAP entend aller à la rencontre des entreprises, au plus près des territoires, pour défendre une conviction : les relations médias ne sont pas l'apanage des grandes marques. Elles participent aussi au développement, à la crédibilité et à la reconnaissance des PME.

* * *

À propos du SYNAP | www.synap.org

Le Syndicat national des professionnels des relations médias représente et défend les métiers des relations presse et des relations médias en France. Il rassemble des agences, des indépendants et des professionnels engagés dans la promotion de pratiques exigeantes, responsables et respectueuses de l'indépendance des journalistes.

Contact presse

Bruno Sanvoisin
06 82 52 62 39
communication@synap.org