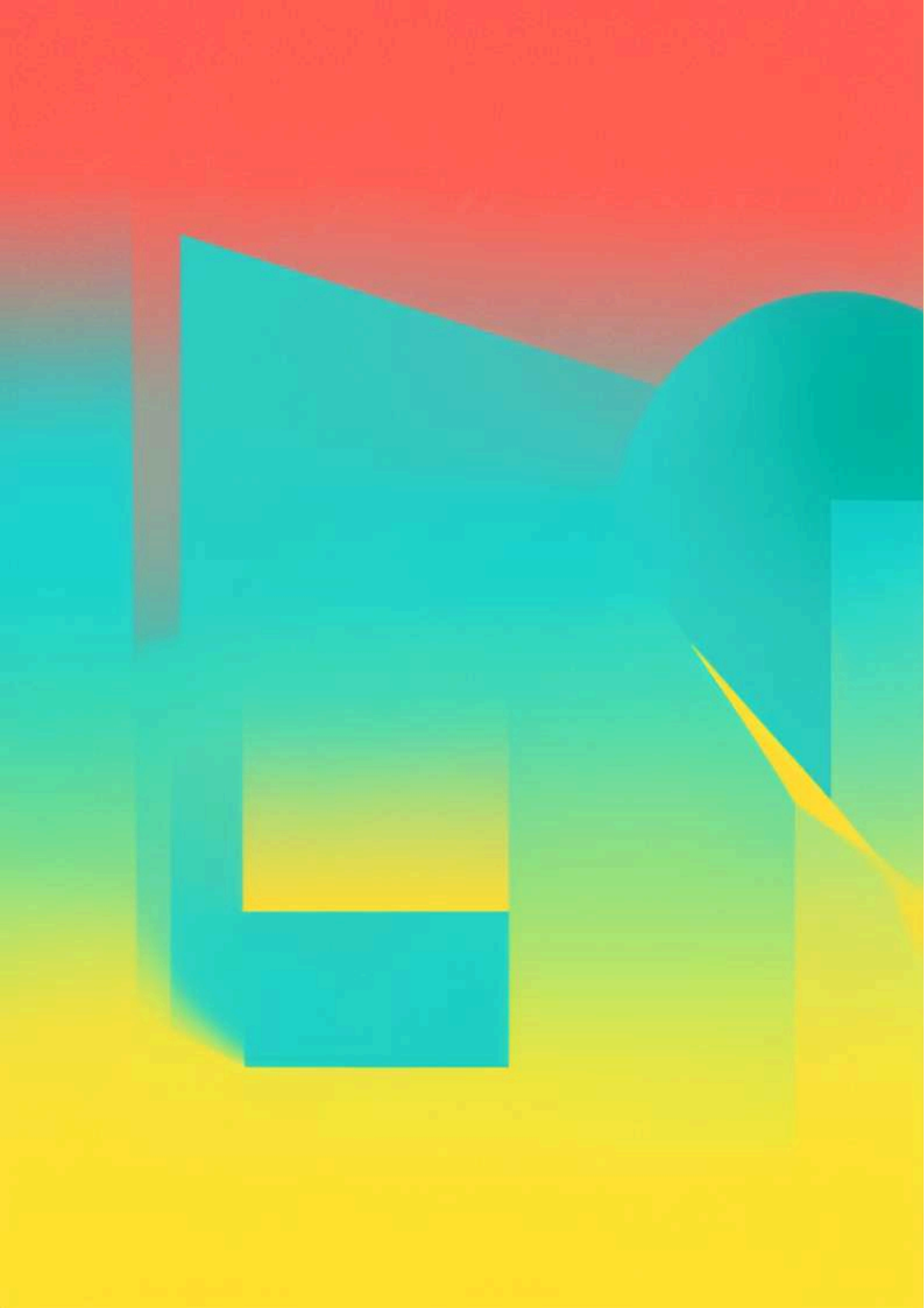


**Votre
Cahier de
vacances**

Relations Presse

**3ème
édition**

purpl.rp



Sommaire

Édito	4
Jeux	5
Test - Etes vous prêt pour le GEO ?	6
Jeux	7
L'horoscope RP	8-9
La recette RP	10
LinkedIn Tips	11
Jeux	12-13
Les astuces de nos expertes RP	14
Jeux	15
Connaissez-vous le SYNAP ?	16
L'agence Purpl RP	17-18
Solutions	19

Cet été, pas de prise de tête pour les relations presse.

Cette année encore, le cahier de vacances RP s'invite chez vous pour vous faire décompresser tout en travaillant votre culture RP. Que vos retombées aient fait (les) **Echos** ou qu'elles aient traversé **Le Monde** cette année, embarquez avec nous pour cette troisième édition du cahier de vacances RP !

L'équipe Purpl RP s'est donné à fond pour vous proposer des **Challenges** à vous, acteurs de la tech et de l'industrie, dirigeants, marketeurs et communicants du monde de demain.

Rien de plus simple, installez vous confortablement, lunettes sur le nez, claquettes aux pieds. Et laissez-vous porter.

Bonne lecture de cette édition 2026 !

L'équipe Purpl RP

Relations presse et GEO

Votre entreprise est-elle prête à briller dans les médias... et dans les réponses des IA ? Faites le test !

Le GEO — Generative Engine Optimization — consiste à optimiser la visibilité et la crédibilité d'une entreprise pour qu'elle soit mieux comprise, citée et recommandée par les moteurs de recherche intégrant l'IA et les assistants génératifs. Les médias étant une source très utilisée par les IA, les relations presse deviennent un levier stratégique à actionner.

Cochez chaque affirmation vraie (1 point par case cochée)

- ☐ Nous avons au moins une actualité forte à communiquer dans les 6 prochains mois (croissance, recrutement, innovation, partenariat, levée de fonds, étude, etc.).
- ☐ Un porte-parole est identifié pour représenter l'entreprise dans les médias.
- ☐ Nous avons déjà été cités ou interviewés dans un média professionnel ou généraliste.
- ☐ Nous produisons régulièrement du contenu expert (tribunes, études, analyses, prises de position).
- ☐ Nous savons précisément quels médias et journalistes touchent nos clients ou prospects.
- ☐ Nous disposons de données, chiffres ou retours d'expérience susceptibles d'intéresser les journalistes.
- ☐ Notre visibilité est aujourd'hui un enjeu business important (croissance, crédibilité, recrutement, investisseurs, notoriété).
- ☐ Nous sommes capables de répondre rapidement à une demande d'interview ou de commentaire d'un journaliste.
- ☐ Nous relayons les articles de presse sur notre site internet, newsletters, réseaux sociaux.

Résultats



Médaille d'or GEO | 7-9 points

Bravo ! Vous êtes prêts à briller dans les médias ET dans les réponses des IA. Vos RP sont un levier stratégique actif.



Médaille d'argent GEO | 4-6 points

Bon potentiel ! Les bases sont là, mais il reste des leviers à activer pour maximiser votre visibilité RP et GEO.



Médaille bronze GEO | 0-3 points

Tout est encore à construire ! C'est le moment idéal pour structurer votre stratégie RP et préparer votre présence dans les réponses IA.



Le jeu des 7 différences

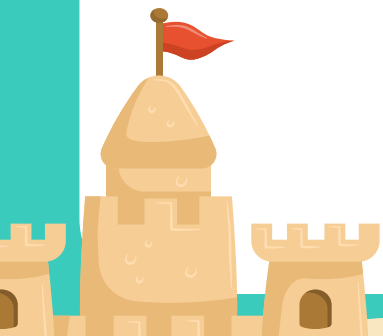
Ces deux images représentent un rendez-vous chez un client pour préparer un avis d'expert. Cependant, 7 différences notables y sont présentes. Lesquelles ?



Nuage de mots des redflags

Le monde de la presse regorge de mots surutilisés qui donnent des boutons aux journalistes, en voici un échantillon.

Leader incontesté
Holistique
écoresponsable
Scalable
Révolutionnaire
Synergie
Innovant
Paradigme
Disruptif
Notre ADN
Phygital
Unique
Agile
Incontournable
Inédit
Innovation
Éthique
Engagé
Pépète





La recette RP de l'été

Salade de pastèque "Feu et Glace"

Cette recette revisite un classique de l'été en ajoutant une note fumée qui change tout.

Temps de préparation : **15 min** | Temps de cuisson : **4 min** | Pour : **2 à 4 personnes**



Ingrédients

1/2 petite pastèque, coupée en triangles épais.

100g de feta.

Une poignée de menthe fraîche et de basilic.

1 citron vert (jus et zestes).

30g de pignons de pin ou de graines de courge torréfiées.

Huile d'olive, fleur de sel, poivre.

Optionnel : Un filet de crème de balsamique pour le contraste.



Préparation

Faites chauffer un gril ou une poêle à feu vif. Badigeonnez légèrement vos morceaux de pastèque avec un pinceau d'huile d'olive.

Posez les triangles de pastèque sur le gril pendant 2 minutes par face. On veut juste de belles marques de saisie sans que le fruit ne devienne mou.

Le dressage : Disposez la pastèque grillée dans un grand plat. Émiettez généreusement la feta par-dessus pendant que la pastèque est encore tiède (elle va légèrement ramollir, c'est divin).

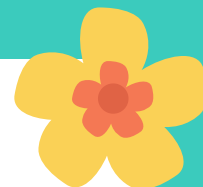
La touche finale : Parsemez de menthe et de basilic ciselés. Ajoutez les pignons de pin, les zestes et le jus du citron vert.

L'assaisonnement : Terminez avec un filet d'huile d'olive, la fleur de sel et le poivre.



Le conseil du chef : Si vous voulez transformer ça en boisson, mixez les restes de pastèque avec du jus de citron vert, de la menthe et un peu d'eau gazeuse (ou de la tequila, si c'est l'heure de l'apéro !).





L'horoscope RP



Bélier (21 mars - 19 avril)

Votre esprit de conquête est à son maximum. Vous êtes prêt à appeler ce journaliste de BFM sur son portable perso à 8h02. Le conseil des astres : Calmez-vous. Mercure rétrograde, il risque de vous bloquer sur WhatsApp. Respirez avant de relancer.



Taureau (20 avril - 20 mai)

Fidèle à vos habitudes, vous refusez obstinément de raccourcir ce communiqué de presse de cinq pages en police 10. Le conseil des astres : Le confort de vos traditions est beau, mais n'espérez pas un taux d'ouverture au-dessus de 2%. Consolez-vous avec un bon café.



Gémeaux (21 mai - 20 juin)

Champion du small talk, vous avez réussi à charmer trois rédacteurs en chef au téléphone ce matin en parlant de la météo et de la grève des trains. Le conseil des astres : C'est génial, mais n'oubliez pas d'aborder le sujet de votre client la prochaine fois. Et n'oubliez pas la pièce jointe.



Cancer (21 juin - 22 juillet)

Un journaliste a répondu "DÉSABONNEMENT" en majuscules à votre dernier pitch. Votre petit cœur est brisé. Le conseil des astres : Ne le prenez pas personnellement. Essayez vos larmes, ce n'est pas vous qu'il rejette, c'est juste sa ligne éditoriale (et un peu le lundi matin).



Lion (23 juillet - 22 août)

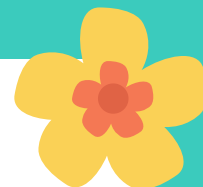
Vous êtes absolument convaincu que la nouvelle mise à jour de l'application de votre client mérite l'ouverture du 20H de TF1. Le conseil des astres : Visez les étoiles, votre panache est admirable ! Mais préparez tout de même un plan B avec un blog spécialisé, juste au cas où.



Vierge (23 août - 22 septembre)

Votre tableau Excel de suivi des relances est une œuvre d'art : sept codes couleur, filtres dynamiques, alertes automatisées. Le conseil des astres : C'est magnifique. Dommage que la colonne "Retombées presse" soit encore vide. Lâchez un peu le fichier et décrochez votre téléphone.





L'horoscope RP



Balance (23 septembre - 22 octobre)

Vous avez passé 45 minutes à hésiter entre "Bonjour", "Cher(e)" ou "Hello" pour commencer votre e-mail, de peur de froisser votre interlocuteur. Le conseil des astres : L'heure tourne, le scoop de votre client est en train de périmé. Tranchez et cliquez sur envoi !



Scorpion (23 octobre - 21 novembre)

Grâce à votre logiciel de tracking diabolique, vous savez que le journaliste du Monde a ouvert votre mail à 14h02, 14h08, puis a cliqué sur le lien à 14h12. Le conseil des astres : Restez caché dans l'ombre. Attendez qu'il morde à l'hameçon avant de bondir. Vous l'avez presque.



Sagittaire (22 novembre - 21 décembre)

Pas de fioritures, pas d'emojis, vous pitchez des chiffres, du factuel et du ROI. Un journaliste tech vous a répondu : "Intéressant. À voir." Le conseil des astres : Vous pouvez sabrer le champagne (intérieurement, pour ne pas vous déconcentrer). C'est une victoire écrasante.



Capricorne (22 décembre - 19 janvier)

Vous avez profité du mois d'août pour pitcher vos sujets à des journalistes qui s'ennuyaient dans leurs rédactions. Bingo ! Ils s'intéressent enfin à vous. Le conseil des astres : Bien vu, mais ce n'est pas une raison pour harceler les journalistes le 15 août.



Verseau (20 janvier - 18 février)

Vous avez décrété que le communiqué de presse PDF était "so 2015". Vous envoyez désormais vos pitchs sous forme de notes vocales LinkedIn ou de memes. Le conseil des astres : C'est avant-gardiste. Les journalistes sont soit fascinés par votre audace, soit profondément terrifiés.



Poissons (19 février - 20 mars)

Vous avez envoyé votre communiqué sous embargo à 23h30 un vendredi soir, parce que "les énergies étaient alignées" et que vous le "sentiez bien". Le conseil des astres : Redescendez sur Terre. Votre mail vient de couler paisiblement vers les abysses des spams. Préparez une relance pour mardi.



LinkedIn tips

Les bonnes pratiques pour valoriser ses retombées presse dans un post LinkedIn



PURPL RP

L'agence RP des entreprises qui font avancer la tech B2B

1j • 12



L'intro est la partie la plus importante, commencez par une phrase d'accroche percutante, une anecdote, un contexte, une statistique



Résumez en quelques points les idées clés de la retombée sous forme de puces pour faciliter la lecture de votre réseau



N'oubliez surtout pas de taguer le média pour lui donner de la visibilité



Évidemment, remerciez le journaliste sans qui ce post n'aurait pas existé



Au lieu de mettre le lien de l'article directement dans le corps du post, mettez-le en 1er commentaire (attention à ne pas proposer la lecture gratuite sur un article payant)



Illustrez votre propos avec une image adéquate qui suscite l'intérêt

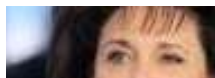
L'astuce GEO

Utilisez votre post LinkedIn pour "nourrir" les IA. Structurez votre texte de manière très lisible et utilisez les mots-clés exacts de votre secteur. En associant votre nom, votre expertise et le lien d'un média à forte autorité dans un même post bien structuré, vous augmentez considérablement vos chances d'être cité comme "l'expert de référence" la prochaine fois que quelqu'un posera une question à une IA sur votre domaine !

Devine le journaliste

Ici, 9 journalistes du paysage français.
Saurez-vous les reconnaître ?



















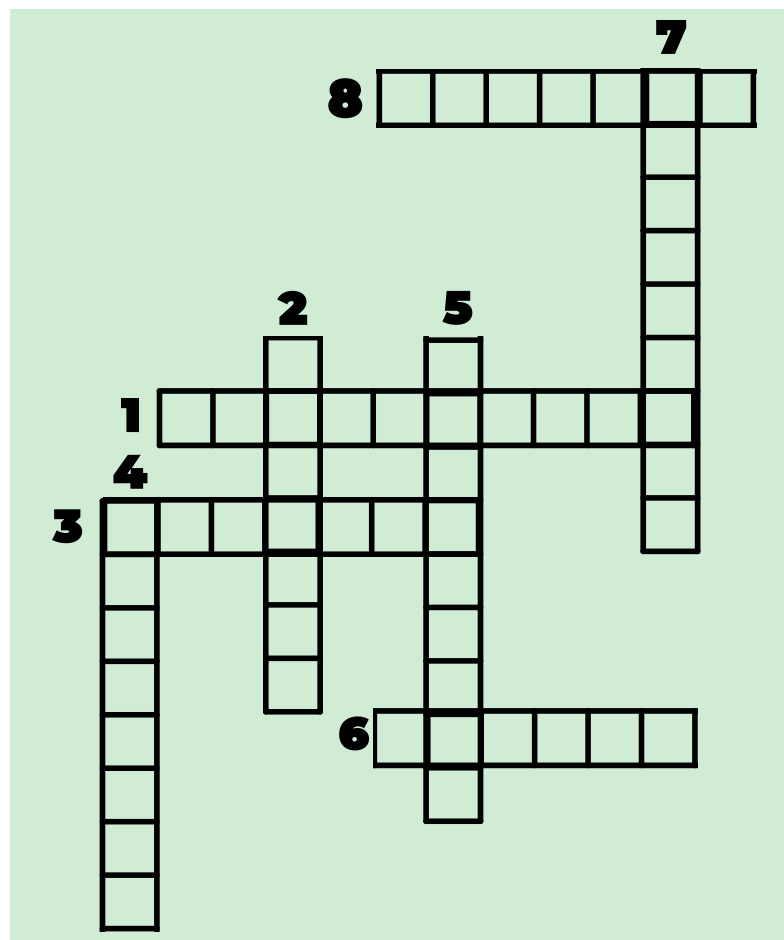
Le jeu des doubles

Tous ces médias sont en double sauf 1, trouvez-le !



Mots croisés RP

1. Bouteille à la mer au **format PDF**, envoyée à 500 personnes dans l'espoir qu'une seule **l'ouvre sans l'effacer**.
2. Pacte de silence très fragile consistant à **retenir une information brûlante** jusqu'à mardi, 8h00 pétantes.
3. L'art subtil de glisser un **"Vous avez bien reçu mon e-mail ?"** tout en donnant l'impression de prendre des nouvelles de la famille.
4. Le **Saint Graal**. L'apparition quasi miraculeuse du nom de votre client **dans un article**, provoquant une danse de la joie immédiate.
5. Le moment où l'on croise les doigts pour que notre client ait des **réponses exploitables** sur une tribune ou un avis d'expert
6. Activité légèrement paranoïaque consistant à **rafraîchir Google Actualités** à 7h00 du matin en tremblant devant sa tasse de café.
7. Ce que tous **les clients espèrent** en faisant des **relations presse** mais qu'ils n'auront qu'en travaillant avec **Purpl RP**
8. Long cri du cœur de **800 mots** où le client explique comment il va **révolutionner son secteur**, souvent **rédigé secrètement** par l'attaché(e) de presse



Les astuces de nos expertes RP

L'astuce d'Aude

« Arrêtez les envois massifs en copie cachée ! Mon meilleur conseil est de cibler drastiquement vos pitches. Prenez cinq minutes pour lire les derniers articles du journaliste et proposez-lui un sujet qui correspond exactement à sa ligne éditoriale, via un e-mail ultra-court avec un objet percutant. Un message ultra-personnalisé vaudra toujours mieux que mille envois à l'aveugle. »



L'astuce d'Annabelle

« Ne vendez pas votre produit, vendez une histoire. Les médias ne sont pas des espaces publicitaires gratuits. Pour capter leur attention, reliez systématiquement votre annonce à une véritable tendance de société, une actualité chaude ou un chiffre clé de votre marché. Apportez-leur un angle de réflexion, pas un catalogue commercial. »



L'astuce de Ludivine

« L'objet de votre e-mail est votre seule chance de survie dans une boîte de réception saturée. Bannissez le jargon commercial et les superlatifs. Mon astuce : testez votre objet en vous posant cette question : Est-ce que ça ressemble à un titre d'article de presse ? Si la réponse est non, réécrivez-le. Mettez l'information clé et l'angle directement dans l'objet (à ajuster en fonction du type de presse). »



L'astuce d'Alexandra

« Pour obtenir des retombées de qualité, donnez aux journalistes de la matière pour vous positionner en leader d'opinion : une analyse à contre-courant du marché, des données sectorielles inédites ou une vision forte sur l'avenir de votre secteur. C'est cette expertise reconnue, et non la promotion directe, qui assoira votre crédibilité et nourrira durablement l'image de la marque. »



Actu ou Déçu ?

Mettez-vous dans la peau d'un attaché de presse pour une société grenobloise qui a conçu un logiciel à destination des marchands de glace pour faciliter la gestion des stocks et le suivi de la chaîne du froid.

Reliez chaque objet d'e-mail à la cible média adaptée.

New Message

To	media@purpl.fr
Subject	Innovation en Isère : La startup grenobloise Icecare part à la conquête des glaciers français

New Message

To	journalisme@purpl.fr
Subject	Ice-tech : La pépite grenobloise Icecare innove dans la gestion prédictive de la chaîne du froid

Presse conso

Presse nationale

Presse IT

Presse locale

Presse éco

New Message

To	presse@purpl.fr
Subject	Canicule et gaspillage : la solution technologique française qui vient en aide aux glaciers cet été

New Message

To	actu@purpl.fr
Subject	Dans les coulisses de nos vacances : le secret (technologique) d'une glace artisanale irréprochable

New Message

To	news@purpl.fr
Subject	Comment la startup grenobloise Icecare protège le chiffre d'affaires des artisans glaciers face aux pertes thermiques

Connaissez-vous le SYNAP ?

SYNAP
Le syndicat national des professionnels
des relations médias

Le Syndicat National des Attachés de Presse

1960

C'est la date à laquelle ce syndicat a été fondé, par Philippe A. Boiry et Lucien Matrat



C'est le porte-parole des métiers des relations presse et relations publiques



Présent dans toute la France

Nos attachées de presse témoignent



Aude Staub - Directrice agence Purpl RP

“Aujourd’hui, en tant qu’administratrices au SYNAP, nous nous engageons à contribuer activement aux réflexions et aux actions collectives qui accompagnent l’évolution de notre métier de relations presse. Notre volonté première est de mieux faire comprendre, reconnaître et soutenir la transformation de la profession, en lien étroit avec celle des journalistes, mais aussi avec les nouvelles attentes des responsables marketing et communication.”



Annabelle Chamiot - Attachée de presse

“Notre engagement au SYNAP s’inscrit dans cette dynamique : défendre la valeur des relations presse, accompagner les mutations du secteur et faire émerger des pratiques plus pertinentes, plus responsables et mieux comprises par l’ensemble de notre écosystème. À travers notre expertise sur les sujets liés à l’intelligence artificielle, au GEO et aux nouveaux usages médiatiques, ainsi que par des initiatives concrètes comme nos « Petits-déj’ RP », nous cherchons à créer davantage de dialogue entre les RP, les médias et les entreprises.”

Purpl RP, l'agence RP 100 % dédiée aux acteurs de l'IT et de l'industrie.

Deux cabinets spécialisés. Une seule agence RP.

Chez Purpl RP, nous ne faisons pas des Relations Presse "généralistes". Nous nous appuyons au quotidien sur deux cabinets de conseil qui vivent les enjeux de leurs marchés.

Gtec, pour les acteurs de l'IT,
Miti, pour les acteurs de l'industrie.

Ainsi, nos attachés de presse travaillent aux côtés d'experts métier capables d'identifier les vrais sujets qui intéressent les journalistes.



Gtec accompagne les entreprises technologiques dans leur développement commercial et leur visibilité.



MITI accompagne les industriels B2B confrontés à des cycles de vente complexes et à des sujets techniques.

Ce que ça change pour vous ?

- ✓ Des attachés de presse qui comprennent votre marché
- ✓ Des messages qui parlent vraiment à votre cible
- ✓ Des territoires d'expertise crédibles
- ✓ Une meilleure compréhension des attentes des journalistes
- ✓ Une visibilité qui nourrit à la fois les médias... et votre référencement dans les IA (GEO)



Notre mission : faire parler de vous... auprès des bons médias, avec les bons messages.

Une équipe ancrée dans l'écosystème Tech B2B

Basée à Grenoble et Paris, notre équipe accompagne exclusivement les entreprises de la Tech numérique et industrielle.

Nous parlons votre langage.

Et celui des journalistes.

Cette double expertise nous permet de transformer des sujets complexes en histoires qui intéressent réellement les médias.

Une relation fondée sur la confiance (et les résultats)

Chez Purpl RP, nous ne faisons pas "à votre place".

Nous construisons avec vous une stratégie éditoriale cohérente qui nourrit durablement votre visibilité.

Notre objectif n'est pas seulement d'obtenir des retombées presse, c'est de faire de votre entreprise :

- une **référence** pour les journalistes ;
- une **source** crédible pour les décideurs ;
- une **marque** davantage citée par les moteurs de recherche génératifs grâce à des contenus fiables et repris par les médias.

Parmi nos références



“ Les meilleures relations presse ne parlent pas d'une entreprise : elles parlent des enjeux de son marché. Notre rôle est d'aider nos clients à prendre la parole là où leur expertise est réellement attendue, pas uniquement lorsqu'ils ont une annonce à faire. En travaillant des territoires d'expertise, des analyses de fond, des cas clients et des prises de position, nous construisons une visibilité qui dure. Les RP ne sont pas un coup de projecteur mais bien un travail de fond qui crée de la crédibilité, de la confiance... et, au final, du business.”



Aude Staub,
Directrice agence Purpl RP.

SOLUTIONS

Les 7 différences

- Lunettes de l'attachée de presse
- Boucles d'oreilles de l'attachée de presse
- Titre du journal sur le bureau
- Mot sur le carnet du client
- Texte sur l'ordinateur
- Mois sur le calendrier à droite de la fenêtre
- Plante sur l'étagère

Devine le journaliste

- Anne-Sophie Lapix
- Anne Sinclair
- Gilles Bouleau
- Élise Lucet
- Apolline de Malherbe
- Thomas Sotto
- HugoDecrypte
- Natacha Polony
- Claire Chazal

Mots croisés RP

1. Communiqué
2. Embargo
3. Relance
4. Retombée
5. Interview
6. Veille
7. Notoriété
8. Tribune

Le jeu des doubles

C'est Challenges qui s'est retrouvé sans doublon !

Actu ou déçu

- media@purpl.fr → Presse locale
- journalisme@purpl.fr → Presse IT
- presse@purpl.fr → Presse nationale
- actu@purpl.fr → Presse conso
- news@purpl.fr → Presse éco

Pour nous retrouver

Par mail
rp@groupe-purpl.fr



Sur LinkedIn



Sur notre site



Par téléphone
01 89 53 22 18



On vous souhaite de très bonnes vacances !

purpl.rp

This image shows a single page from a notebook or binder. The page has rounded corners and a light cream-colored background. At the top center, the word "Notes" is printed in a large, bold, dark blue font. Below the title, there are approximately 20 horizontal grey lines spaced evenly down the page, providing space for writing. In the bottom left corner, there is a faint, light blue rectangular stamp that appears to say "STAMP HERE". In the bottom right corner, there is a small, stylized graphic of a green leaf or corner tab.



purpl.rp