

## LA NEWSLETTER DES COMMUNICANTS PUBLICS CONFINÉS

L'association Communication publique publie ce mercredi 1<sup>er</sup> avril un texte de soutien aux équipes et agences de communication (lire ci-dessous).

**FRANÇOIS KOHLER, PRÉSIDENT DE COMMUNICATION PUBLIQUE**

## « Je suis stupéfait de voir à quel point tout le monde est impliqué »

### Pourquoi un tel texte aujourd'hui ?

Nous voulions d'abord saluer le travail des agents : je suis stupéfait de voir à quel point tout le monde est impliqué ! Dans un même mouvement, nous voulions aussi dire notre solidarité avec nos prestataires et partenaires. Leur santé économique nous importe !



D.R.

### De quelles difficultés témoignent ces acteurs privés, justement ?

Ils évoquent des baisses de 30, 40 voire 50 % d'activité ! Pour certaines agences de communication, l'enjeu est vital. À nous d'être vigilants dans le cadre de nos relations normales avec elles. Les institutions publiques qui ont un accord-cadre ont, par exemple, peut-être besoin d'être accompagnées par leur partenaires privés dans cette crise.

### Et comment faire en sorte que cet élan de solidarité ne demeure pas un vœu pieu ?

En reportant moins de décisions, par exemple : quand un appel d'offres est bouclé, on peut avancer ! En payant ses factures, aussi. Cela paraît évident, mais il faut se le dire en interne pour en faire une priorité. L'effet de sidération est parfois tel que la facturation est décalée. Or, pour la trésorerie des agences, c'est évidemment essentiel !

RECUEILLI PAR ANTOINE GAZEAU

## « COVID-19 : Communication publique solidaire des équipes et des agences de communication ! »

Notre pays traverse une période inédite, particulièrement difficile pour les services publics — confrontés à la nécessité de maintenir leurs activités essentielles — comme pour les entreprises, entravées dans les activités qui les font vivre, elles et leurs salariés.

Nous, membres de l'association Communication publique, responsables communication des principales institutions, collectivités et entreprises publiques du pays saluons le remarquable engagement des acteurs publics qui, confinés ou sur le terrain, permettent la continuité d'activité des services publics, partout sur le territoire. Nous sommes fiers des services de communication que nous représentons, qui démultiplient les actions pour accompagner les citoyens comme les agents dans cette période exceptionnelle où la pression ne retombe pas et qui s'assimile à une communication de crise qui dure. La communication publique se mobilise pour garder le contact avec les personnes confinées, soutenir celles qui sont au bureau ou sur le terrain, transmettre les informations, rassurer, écouter, encourager les initiatives, faire entendre les différentes voix qui s'élèvent, accélérer la solidarité. Les équipes de communication donnent ainsi sans compter en s'adaptant et se réinventant chaque jour.

Nous, membres de l'association Communication publique, apportons également tout

notre soutien aux entreprises privées partenaires de notre profession ; les agences de communication dont l'activité est principalement consacrée à l'intérêt général comme leurs sous-traitants, imprimeurs, réalisateurs, photographes... À l'heure où nous sommes tous mobilisés pour continuer à offrir à nos concitoyens le minimum de services publics dont ils ont absolument besoin, nos partenaires doivent faire face à un brutal ralentissement de leurs activités. Nous souhaitons de tout cœur qu'ils puissent retrouver rapidement les conditions normales d'exercice pour leur permettre à nouveau de répondre aux mises en concurrence auxquelles nous les invitons à participer toute l'année dans le cadre des appels d'offres publics. Mais en attendant ces jours heureux, comme les plus hautes autorités du pays nous y invitent, il est de notre responsabilité de « dircoms publics » de soutenir ces entreprises. Nous les connaissons bien ; nous savons leurs grandes difficultés et leurs inquiétudes sur leur capacité à survivre à cette crise sans précédent ; nous savons aussi qu'elles restent mo-

bilisées pour continuer à accompagner les acteurs publics et qu'elles sont en capacité de poursuivre les missions en cours ou de répondre à de nouvelles demandes des services de communication. En cette période si particulière, si difficile, soyons vigilants à attribuer rapidement les marchés en cours, à organiser des auditions par visioconférence plutôt que reporter toutes les décisions, à nous faire accompagner, autant que de besoin, à passer des bons de commande sur les contrats cadres... Nous, responsables de communication publique, avons souvent besoin, avec nos équipes de professionnels, des agences ; elles ont aujourd'hui absolument besoin de nous. Aidons-les dans toute la mesure du possible à passer ce cap difficile.

Demain, quand la crise sanitaire ne sera plus, nous pourrions ainsi de nouveau travailler avec nos équipes et avec nos partenaires à penser les conséquences de cet épisode hors normes et à reprendre avec les citoyens nos démarches de communication et de concertation sur des projets initiés « avant » pour avancer vers une société nouvelle. »