

LA NEWSLETTER DES COMMUNICANTS PUBLICS CONFINÉS

ÉCONOMIE

Le SOS des agences de communication publique

Annulation des événements et des réunions publiques, interruption des chantiers, report du second tour des municipales, suspension de nombreuses campagnes de communication, gel des appels d'offre... Dans un communiqué diffusé en fin de semaine dernière, les dirigeantes et dirigeants de quatorze agences de communication, membres du Club des partenaires de l'association Communication publique, énumèrent les nombreuses raisons d'une chute d'activité déjà significative: « Dès avril, elle serait de 50 % à 90 % selon les domaines de spécialisation des agences, précise le texte. Et les mois suivants pourraient être tout autant, voire plus difficiles encore pour la survie économique de nos entreprises. »

Les signataires, confrontés au confinement depuis le 16 mars, entendent insister sur au moins trois points. D'abord, écrivent-ils, leurs « forces stratégiques et créatives restent mobilisées »: « une forte culture du télétravail et des outils collaboratifs ont sans nul doute facilité [leur] rapidité d'adaptation ». Ensuite, leurs inquiétudes sont importantes. Les fonds de roulement seront-ils suffisants? Les aides du gouver-

nement sauveront-elles les emplois? Enfin et surtout, les quatorze agences en appellent aux acteurs publics « pour qu'ils relancent leur activité et leurs projets de communication sans tarder, autant que possible sans attendre la fin du confinement! »

Cette sortie de crise, elles l'invoquent comme argument ultime: « La communication publique devra contribuer à insuffler une nouvelle dynamique dans tous les secteurs et sur tous les territoires. Les Français auront besoin de sentir que la vie reprend son cours pour se remettre eux-mêmes en activité. Au-delà, cette crise historique nous invite dès maintenant à penser le "monde d'après", et notamment à réhabiliter et renforcer le rôle des services publics au sein de notre société et de nos organisations collectives. Des investissements massifs ont été promis pour l'hôpital public. Ils devront être tout aussi importants dans notre mode d'alimentation, nos chaînes d'approvisionnement, pour réussir la transition écologique... Aux côtés des communicants publics, les agences de communication publique ont un rôle crucial à jouer pour valoriser et accompagner ces transformations. » **ANTOINE GAZEAU**

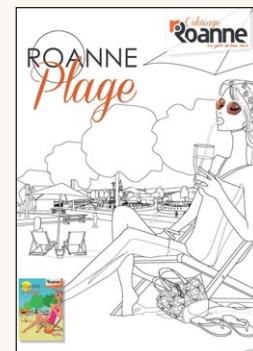
Saint-Malo fait parler les professionnels de santé

INITIATIVE. Voilà une affaire rondement menée. Le maire de Saint-Malo (35) avait à cœur de montrer la coopération entre les acteurs de santé sur son territoire. En un temps record, l'équipe de communication a mis au point un message qui contenait une vidéo des trois responsables au cœur du dispositif mis en place, et du maire. Celui-ci « voulait dire aux Malouins à quel point collaboraient l'hôpital public, la clinique privée et les médecins libéraux à l'origine du centre médical de consultation ouvert dans un stade mis à disposition par la ville », explique Arnaud Le Vacon, community manager. Après une discussion avec l'édile



sur Skype, il contacte les professionnels de santé, auxquels il envoie ensuite une liste de questions en vue d'une interview: « Au départ, nous pensions les faire sur Skype et capter les réponses sur mon écran, mais il a fallu que je m'adapte aux moyens techniques de mes interlocuteurs et à leur capacité à les utiliser. » L'un était sur Skype, l'autre sur Zoom, le troisième sur Facetime... Finalement deux ont

enregistré eux-mêmes leur interview, et Arnaud Le Vacon a mené les deux autres. Ce dernier a envoyé des extraits des messages de professionnels de santé au maire dans le but d'un discours de synthèse. En trois jours, les films étaient montés. Le post a été diffusé sur tous les médias en ligne de la ville. Une semaine après, plus de 15 000 personnes avaient visionné, sur Facebook, cette vidéo durant pourtant plus de 8 minutes! Le community manager s'en félicite: « Il y a eu quelques commentaires, aucun de négatif. Je n'ai pas eu à modérer. » **FABIENNE COLIN**



Roanne à colorier

La Ville de Roanne propose quelques instants créatifs : coaching sportif, balades culturelles et... coloriage ! Elle a ressorti les affiches de ses événements estivaux et lieux emblématiques en version à colorier. « Un vrai carton en téléchargement sur notre site », selon Emmanuel Demont, son dircom.

Cap'Com prolonge

Les délais de candidature pour les Prix de la presse et de l'information territoriale 2020 sont prolongés jusqu'au 15 avril.

Le CNFPT s'adapte

Le CNFPT propose un dispositif spécial Covid-19. Une page dédiée de son site Web donne notamment accès à de nombreuses ressources (guide « décryptage des dispositions de la loi d'urgence du 23 mars », vidéos, wiki-territorial, revue de presse, etc.), à un recueil de notes, circulaires et analyses, ainsi qu'à tous les textes à jour (lois, ordonnances, décrets).