

# COMMUNICATION ET CORONAVIRUS #2

par **BABEL**  
STRATÉGIE ET CRÉATION

Pour assurer la meilleure continuité de service auprès de nos clients et la santé de nos collaborateurs, l'agence Babel anticipe et a pris les dispositions nécessaires pour faire face à la situation créée par la pandémie Covid-19. Si nécessaire, une organisation appropriée et des outils de travail à distance permettront à l'agence de viser à maintenir un excellent niveau de service.

Au sommaire de cette newsletter consacrée à la communication des entreprises sur le coronavirus,

- Point sur l'intensité médiatique
- Quelques bonnes pratiques et exemples inspirants
- Une synthèse de l'état de l'opinion, avant l'annonce d'Emmanuel Macron.

Depuis janvier 2020, Babel accompagne Santé publique France pour son programme de communication sur la prévention, la préparation et la réponse aux risques sanitaires. Dans le cadre de ce marché, nos équipes sont mobilisées sur la communication des pouvoirs publics sur le coronavirus 7 jours sur 7.

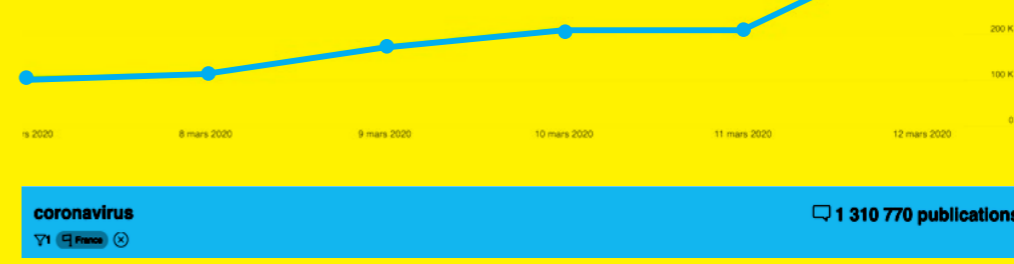
## Point sur l'intensité médiatique

### Nombre de parutions dans la presse



Alors que la semaine n'est pas terminée, à date (13/03), un record de nombre de parutions dans les médias avec plus de 68 000 parutions (source PressEdd).

### Nombre de publications sur les réseaux sociaux



Sur les réseaux sociaux, et Twitter largement en tête, un pic de mention hier avec près de 400 000 publications, pour un cumul de 1,3 millions de mentions sur la semaine (source Radarly).



WIKIPÉDIA

A voir, la page Wikipédia consacrée au [Coronavirus](#), consultée en moyenne **46 000 fois par jour**, avec un cumul de près d'**un million de vues**.

Google Trends

Via Google Trends, la recherche sur le terme « pandémie » a augmenté de plus de **1 400 %** le 11 mars en France, après que l'ONU ait déclaré cet état.

## Du côté des entreprises

AD  
AUGUST DEBOUZY

Le cabinet d'avocats August&Debouzy propose [une page Web](#) de conseil aux entreprises, en soulevant de nombreux points de droit relatifs aux conséquences de l'épidémie de coronavirus : obligations de l'employeur, droits et devoirs des employés, gestion des données personnelles, point sur les fake news, obligation d'information des sociétés cotées, assurances... Par exemple : Le coronavirus est-il un cas de force majeure ? Ou encore les initiatives de l'Union européenne, avec une mise à jour quotidienne.

Doctolib

La licorne Doctolib a décidé de renforcer son engagement contre la progression du virus en mettant à disposition gratuitement la consultation vidéo pour tous les médecins de France. Elle financera intégralement les coûts d'équipement, de formation et de gestion de ce service. Une augmentation de 40 % des téléconsultations a été enregistrée.

AXA  
AXA Prévention

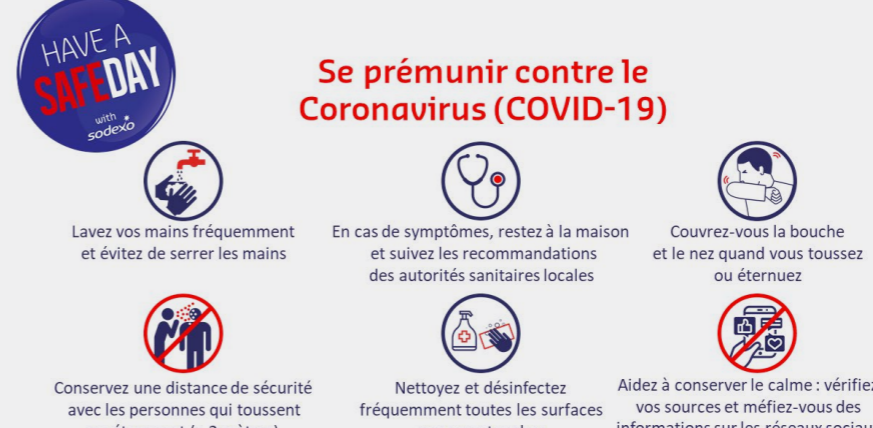
Axa Prévention propose [le point de vue](#) d'un expert sur la dangerosité du coronavirus, assorti de conseils, et le point sur une dizaine d'idées reçues.

MERCER

Mercer, (leader en conseil et solutions de gestion des risques, de stratégie d'entreprise et de gestion des ressources humaines) propose [un guide d'accompagnement](#) sur le coronavirus en téléchargement gratuit pour les entreprises : communication aux employés, plan de continuité, mécanismes d'accompagnement des salariés et de leurs familles, protocoles, travail à distance, impact sur les pensions...

sodexo

Sodexo a publié [un communiqué de presse](#), dans lequel le groupe international réaffirme que la santé et la sécurité des employés comme des consommateurs est leur priorité absolue. Au-delà du message, une infographie est mise à disposition qui rappelle les gestes barrières mais aussi une attitude responsable vis-à-vis de l'information et des réseaux sociaux.



### DU CÔTÉ DE LA PRESSE

Un point sur l'organisation des rédactions des médias US, de Condé Nast au Washington Post : aux États-Unis, les rédactions ont pris des dispositions avec, par exemple, des périodes de test pour du télétravail. Des podcasts, newsletters, dossiers spéciaux sont lancés sur le coronavirus, mais la priorité reste au maintien de la rédaction et à la continuité de l'information. Les entretiens sont davantage au téléphone et les émissions sans public. [En savoir plus.](#)

## Pour faciliter l'adoption des gestes barrières, la créativité est autorisée !

Chez Babel, nous nous lavons les mains en musique !

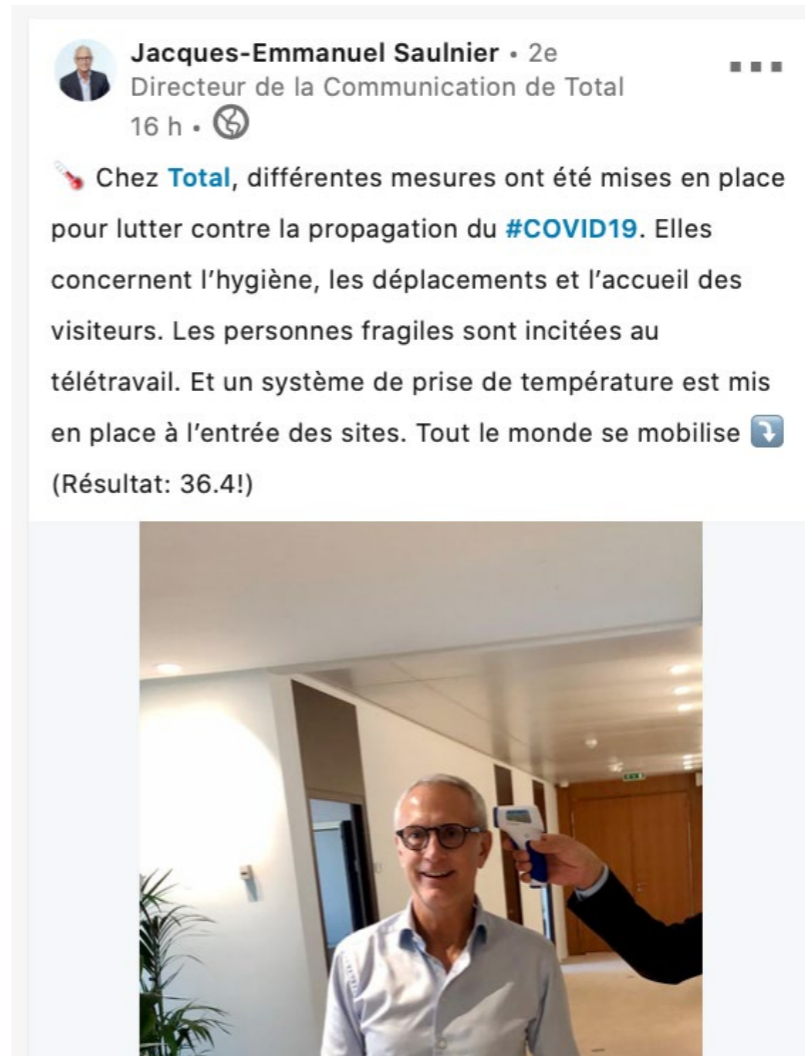
### KARAOKEVIRUS

Bien se laver les mains, ça prend 20 secondes... ou le temps d'un refrain.

<p>Pour que tu m'aimes encore (Céline Dion)</p> <p>J'irai chercher ton cœur si tu l'emportes ailleurs Même si dans tes draps D'autres dansent des heures J'irai chercher ton âme dans les frocs dans les flammes Je te jeterai des sorts pour que tu m'aimes encore</p>	<p>Hotel California (Eagles)</p> <p>Welcome to the Hotel California Such a lovely place Such a lovely place Such a lovely place Such a lovely face Plenty of room at the Hotel California Anytime of year Anytime of year You can find it here</p>
<p>We are the Champions (Queen)</p> <p>We are the champions, My friends And we'll keep on fighting 'til the end We are the champions No time for losers 'Cause we are the champions... Of the world!</p>	<p>La Boulette (Diam's)</p> <p>Akous ouais, on déconne Ouais ouais, on étonne Nan nan C'est pas l'école Qui nous a dicté nos codes, nan nan Génération nan nan Akous ouais, on déconne, Ouais ouais, on étonne Nan nan C'est pas l'école Qui nous a dicté nos codes, nan nan Génération nan nan</p>

BABEL  
STRATÉGIE ET CRÉATION

Chez Total, c'est le Directeur de la Communication qui montre l'exemple des mesures prises via son compte LinkedIn.



## Une enquête qui questionne les représentations et attitudes des Français

Le 9 mars a été dévoilé le résultat d'une enquête IFOP intitulée « Face au coronavirus, les Français ont-ils changé leur quotidien ? ».

Cette étude dresse le constat de citoyens aux réactions assez paradoxales vis-à-vis de l'épidémie.

Ils se révèlent zélés sur des pratiques pas (encore ?) recommandées, en témoignent la désaffection de certains lieux publics comme les bars ou les restaurants (21 % ont déjà évité d'y aller et 38 % l'intention) ou les intentions de mobilisation pour les élections municipales (28 % sont susceptibles de ne pas aller voter à cause des risques de transmission).

Par ailleurs, on observe une certaine inertie dans l'adoption des bons gestes de prévention en matière d'hygiène. Le lavage des mains n'est qu'en légère progression (47 % des Français effectuent ce geste après utilisation des transports en commun contre 45 % fin janvier) et l'utilisation de mouchoirs à usage unique ou le fait de tousser dans son coude stagnent à 42 %, sans évolution depuis le début de l'épidémie.

Enfin, cette étude témoigne de l'ancrage profond des rites de salutation malgré les risques encourus. 85 % des Français serrent la main aux personnes qu'ils connaissent et 75 % aux inconnus, 91 % font la bise à ceux qu'ils connaissent et 40 % aux inconnus.

<https://www.ifop.com/publication/face-au-coronavirus-les-francais-ont-ils-change-leur-quotidien/>

À SUIVRE : un changement de comportement suite aux annonces du Président du 12 mars ?

Et pour plus d'informations :



Édité le 13 mars 2020

BABEL  
STRATÉGIE ET CRÉATION