

# COMMUNICATION ET CORONAVIRUS #3

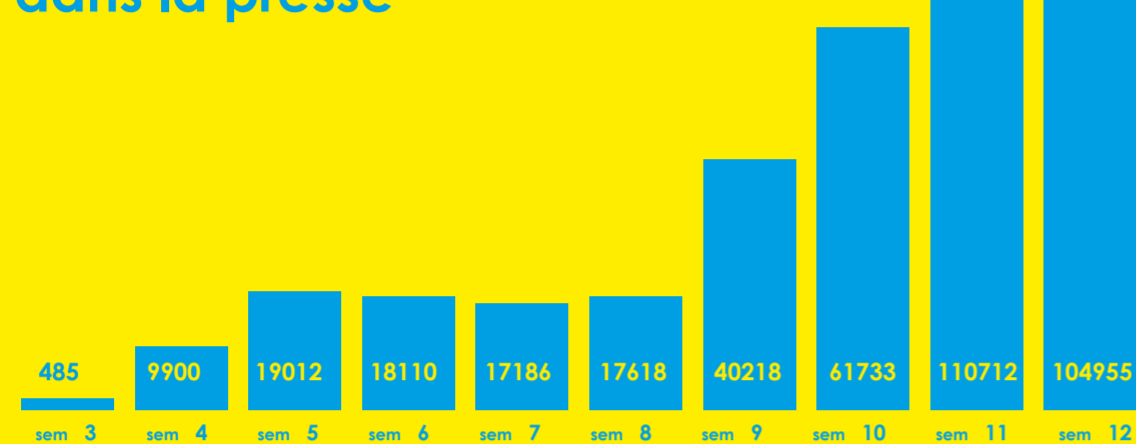
par **BABEL**  
STRATÉGIE ET CRÉATION

Alors que des mesures de confinement strictes ont été annoncées pour au moins deux semaines, voici le point sur la viralité associée au coronavirus, et quelques traits intéressants que nous avons trouvés dans la communication des entreprises cette semaine.

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



Un record en semaine 11, avec plus de 110 000 parutions. À date, déjà 104 955 parutions. Pas un journal, une radio qui ne traite bien cette actualité, avec des rédactions bien souvent éclatées. Les journaux parviennent néanmoins à boucler dans ces conditions, alors que les médias télévisés vont réviser les grilles, faute de contenus.

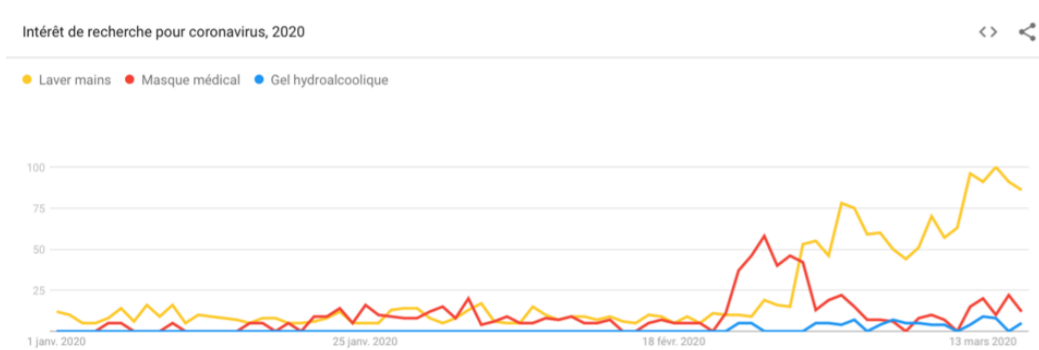
### Nombre de publications sur les réseaux sociaux



Si les occurrences « coronavirus » restent élevées, elles sont doublées par la nouvelle notion de confinement avec 3,8 millions de mentions en quelques jours.

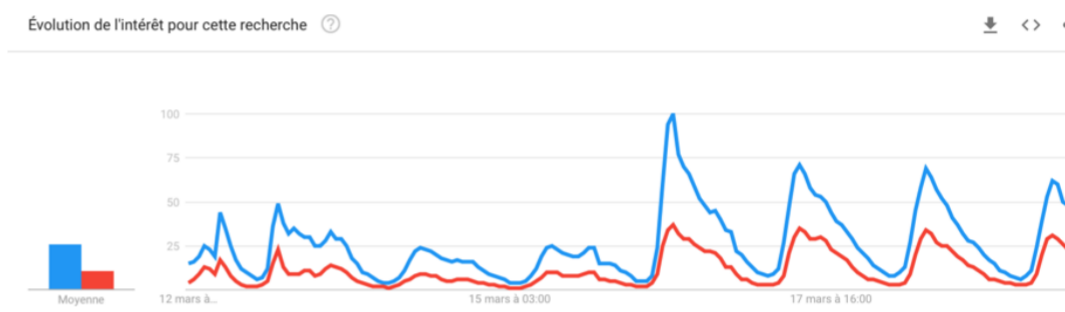
### Google Trends

Sur Google Trends, le terme de recherche « laver main » a explosé et ne cesse de progresser, quand la recherche liée aux masques et au gel hydroalcoolique régresse.



### PRONOTE

Autre signe des temps, la recherche des espaces numériques de travail ou de la plateforme pour les collégiens et les lycéens Pronote a fait une belle percée ces derniers jours.



## Du côté des entreprises

Les fournisseurs d'accès ou d'énergie, les enseignes de la distribution qu'elles soient alimentaires ou spécialisées, les services de livraison, les sites de e-commerce, nos lieux culturels ou sportifs favoris : tous ont eu recours à des courriels dédiés qui ont assailli nos boîtes mail. En substance, elles annoncent la fermeture des sites ou le maintien du service, assurent des mesures de sauvegarde pour les collaborateurs, remercient de la confiance des clients et donnent des gages pour demain. Quelques remarques.

### LE DIRECTEUR VOUS ÉCRIT :

Deux options : la signature au nom de la team ou de l'équipe, ou l'incarnation de la responsabilité par le patron

**FNAC-DARTY**



« Au nom de l'ensemble des collaborateurs du Groupe Fnac-Darty, je tenais à m'adresser à vous directement en cette période particulière. (...) Dans ce contexte, je tiens à vous assurer que l'ensemble des équipes Darty est mobilisé pour assurer la continuité de nos missions à votre service. » **Enrique Martínez**, CEO Fnac-Darty.

« En ces temps exceptionnels, les valeurs d'équité, de liberté et de fraternité de la communauté BlaBlaCar résonnent d'autant plus. » **Nicolas Brusson**, cofondateur et directeur général de BlaBlaCar.

**Carrefour**

**E.Leclerc**

**Alexandre Bompard**, PDG Groupe Carrefour signe une lettre envoyée par mail à tous les clients, sous un visuel « Votre santé, notre priorité ». Objectifs : rassurer sur la sécurité sanitaire des magasins et la disponibilité des produits ; faire appel à la responsabilité des clients et annoncer la mise en place d'un service de commande par téléphone avec livraison à domicile.

Une stratégie différente de celle de **Michel-Edouard Leclerc**, Président du Comité Stratégique qui, comme à son habitude, utilise son Blog pour rassurer sur la disponibilité des produits, et porté sa voix (à distance) sur les plateaux de télévision pour parler aux consommateurs.

### COLLABORATEURS FIRST

Hommages rendus aux travailleurs qui sont sur le terrain, ou mesures spécifiques prises pour le maintien de leur santé ou de leurs revenus : les collaborateurs sont bien souvent au centre de l'attention

**FRICHTI**



« Nous tenons sincèrement à remercier nos équipes sur le terrain, en cuisine et nos coursiers pour l'engagement et l'implication extraordinaires dont ils font preuve depuis plusieurs jours. Un grand big up à eux, sans qui tout ça serait impossible. »

« Nos livreurs partenaires sont au cœur de notre activité, (...) nous avons lancé un fonds pour nous assurer que les livreurs qui travaillent régulièrement avec nous et qui ont contracté le virus, ou ont été mis en quarantaine par une autorité médicale, puissent bénéficier d'un soutien financier. »

### C'EST CADEAU

Quelques initiatives sympathiques



**DECATHLON**



« Enfin, pour vous accompagner dans cette période, vous permettre de passer néanmoins de bons moments en famille et de distraire vos enfants, Orange offrira la diffusion en clair [des chaînes jeunesse] à tous les clients de la TV d'Orange via leur décodeur. »

« D'abord, sur [Conseils Sport](#), [Decathlon Coach](#) et [eClub](#) : vous trouverez tout ce qu'il faut pour une séance de sport à la maison, des plans d'entraînement... de quoi garder la forme, le moral et vous faire du bien ! »

« Malgré tout, nous avons prévu de diffuser des cours et d'autres contenus en ligne via des live et via des vidéos enregistrées sur notre site Internet pour te permettre de continuer à prendre ta dose d'endorphines, même confiné.e chez toi. »

### LES BONNES RÉOLUTIONS

On anticipe

**Aēsop.**

« Afin de ne pas oublier le reste de nos communautés au sens large, une fois que nos boutiques auront rouvert, nous accueillerons plus que jamais les passants souhaitant utiliser nos lavabos pour se laver les mains. »

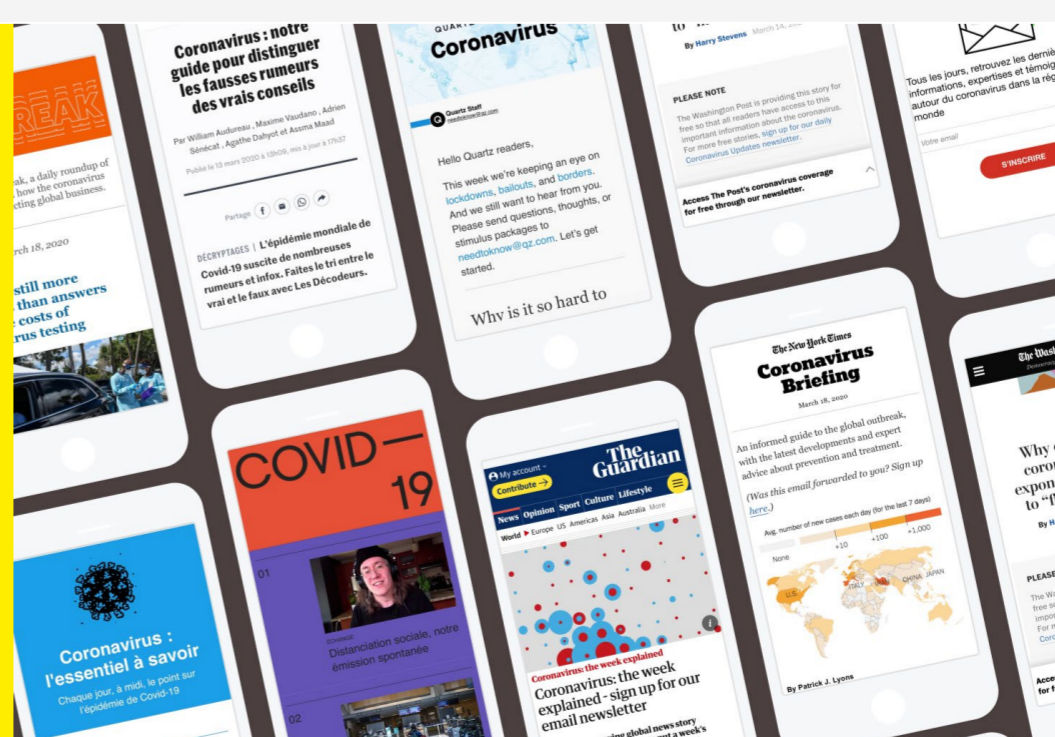
### CE QU'ILS DISENT TOUS



Prenez soin de vous et de vos proches ! en rappelant le #restezchezvous comme Engie ou en transmettant l'affichette des gestes barrières.

## Goodies

Datagif via [Medium](#) fait un tour d'horizon très complet de tous les nouveaux formats et idées chez les médias en ligne. À ne pas manquer.



Et pour plus d'informations :



Édité le 20 mars 2020

