

COMMUNICATION ET CORONAVIRUS #5

par **BABEL**
STRATÉGIE ET CRÉATION

À l'ordre du jour cette semaine, la question de l'adéquation entre la raison d'être et l'action concrète des entreprises, avec la MAIF et toujours le suivi de la communication des sociétés cotées au CAC 40. Rendez-vous la semaine prochaine pour une synthèse.

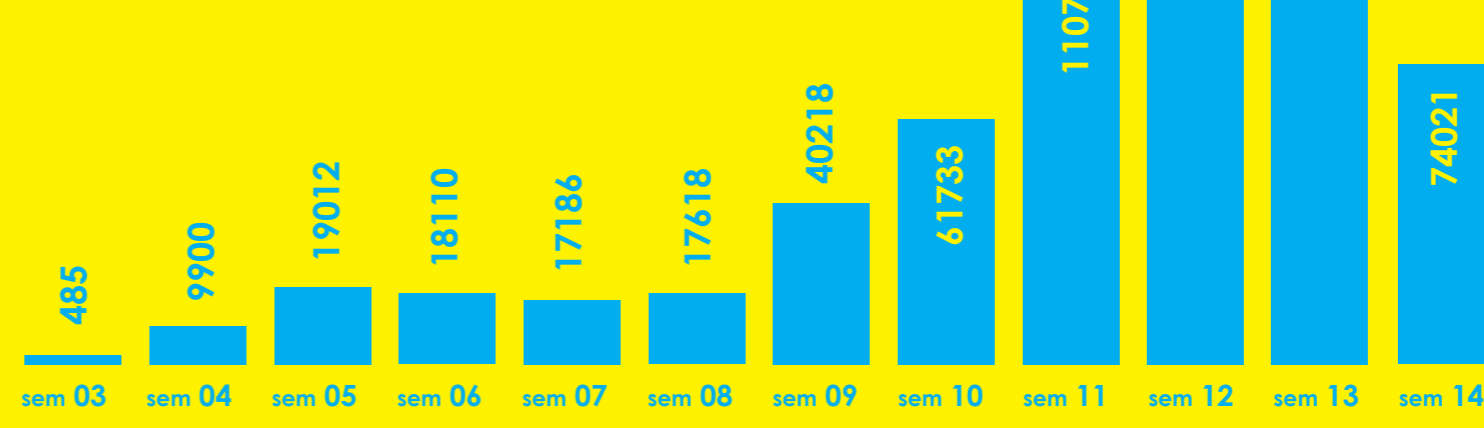
Depuis janvier 2020, Babel accompagne Santé publique France pour son programme de communication sur la prévention, la préparation et la réponse aux risques sanitaires. Dans le cadre de ce marché, nos équipes sont mobilisées sur la communication des pouvoirs publics sur le coronavirus 7 jours sur 7.

Point sur la viralité médiatique et les conversations

Nombre de parutions dans la presse

Dans les médias en France, on observe sur la semaine écoulée une légère régression des occurrences, la priorité étant désormais la gestion de crise et la vie pendant... mais aussi après.

(source Aday/Pressed)

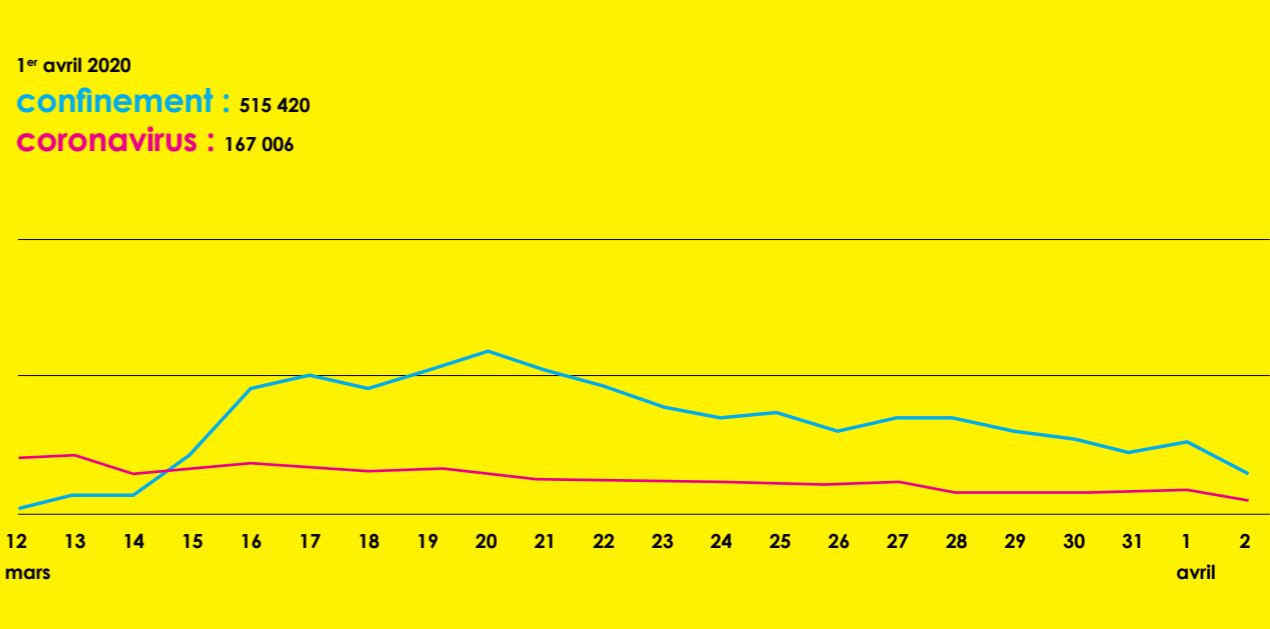


Nombre de publications sur les réseaux sociaux

Le nouveau terme « coronavirus » apparu sur les réseaux sociaux français en le 22 janvier, après des pics de mentions mi-mars, retrouve un niveau plus raisonnable avec deux fois moins de mentions, soit 200 000 mentions quotidiennes, en régression. Les mentions sont sur Twitter (84 %) principalement. En revanche, depuis l'annonce du confinement, entre 700 000 et 500 000 conversations mentionnent le terme « coronavirus », au centre de toutes les préoccupations quotidiennes.

À suivre : l'émergence de la notion de déconfinement

(source : Radarly-Linfluence)



La raison d'être à l'heure de la pandémie

En juin 2019, la MAIF annonçait vouloir placer la recherche du mieux commun au cœur de son projet. Alors que la raison d'être de certaines sociétés pourrait être contrariée par la puissance de la crise, MAIF affirme que **#chaqueacte compte**. Le 2 avril, alors que le confinement a eu pour effet de baisser les sinistres et les accidents, la MAIF a décidé de reverser 100 millions d'euros à ses sociétaires qui auront le choix entre percevoir la somme proposée (30 €) ou la reverser à trois associations qui œuvrent particulièrement pendant la pandémie. **La MAIF apporte sa contribution à ceux qui sont le plus exposés et fait vivre très concrètement sa raison d'être.**



Chère sociétaire, Cher sociétaire,

Dans la période de crise sans précédent que nous vivons actuellement, nos quotidiens sont bouleversés, nos familles, nos proches sont parfois touchés, et nous vous adressons à toutes et tous notre profond soutien.

Nous avons la conviction que la solidarité est la seule solution viable face à la crise aujourd'hui mais aussi pour le monde d'après.

Nous avons pris un certain nombre de **mesures** la semaine dernière pour préserver la santé de tous et pour venir en aide à ceux de nos sociétaires qui en ont le plus besoin.

La période de confinement actuelle générant une baisse significative des accidents de la route, nous avons décidé de faire bénéficier l'ensemble de nos sociétaires détenteurs d'un contrat d'assurance automobile* des économies réalisées durant cette période de confinement. Le montant total que nous estimons à date s'élève à environ cent millions d'euros.

La communication des entreprises : panorama du CAC 40

Partie 2

Quelques enseignements de la gestion de la pandémie due au Covid-19, avant une synthèse mise à jour la semaine prochaine.

En effet, alors que les sociétés du CAC étaient dans le rythme dense de la communication financière du premier semestre de l'année, la communication sanitaire a pris de vitesse la communication financière.

MICHELIN, qui le premier avait annoncé la [fermeture des sites industriels](#) dans les pays les plus touchés d'Europe, a pris quelques initiatives comme [l'annulation de l'événement Movin'On](#) en raison de la crise, et le [décalage](#) de son AG en juin à huis clos. Dans un entretien au Monde, Florent Menegaux, Président-Directeur général de Michelin, assure être en capacité de redémarrer la production : « *Le monde ne peut pas rester confiné* », et l'a annoncé dans une vidéo le 30 mars à l'ensemble du Groupe.

ORANGE relaie, dès sa [page d'accueil](#), ses actions impactantes dans le monde, réaffirme son rôle et la continuité du service. Dans un [communiqué](#) du 30 mars, Orange offre à ses clients en France 10 Go d'Internet mobile et 20 chaînes en clair et annonce dans un [communiqué](#) du 1^{er} avril une aide exceptionnelle de 8 millions d'euros en Europe, en Afrique et au Moyen-Orient.

PERNOD RICARD apporte son [aide](#) en faisant don d'alcool pur et en participant à la fabrication de gel hydroalcoolique dans plusieurs sites dans le monde. Alexandre Ricard, Président-Directeur général de Pernod Ricard, souligne le devoir des entreprises dans la crise actuelle : « *Alors que le monde affronte une pandémie majeure, les entreprises doivent se mobiliser pour garantir la sécurité de leurs salariés mais aussi pour contribuer aux efforts collectifs en fonction de leurs capacités.* »

PSA participe à l'effort en fabriquant des respirateurs avec Air Liquide, Schneider et Valeo, en faisant don de matériel médical, assurant la mobilité des soignants comme l'explique ce [communiqué](#) du 2 avril. L'entreprise reporte son AG des actionnaires.

PUBLICIS affirme dans un [communiqué](#) du 18 mars, suite au conseil de surveillance exceptionnel, ses trois « directions » : « *santé des collaborateurs du Groupe* », « *disponibilité sans faille* » aux clients, gestion « *avec rigueur les coûts de fonctionnement* ».

RENAULT fait part de sa contribution à travers les [« initiatives du Groupe Renault face à la crise »](#) : « *Dons, mise à disposition de véhicules, fabrications de visières et contribution à la fabrication de respirateurs : partout dans le monde, les équipes du Groupe se mobilisent.* » Son AG est elle aussi reportée.

SAFRAN annonce simplement sur sa [page d'accueil](#) prendre « *des mesures pour s'adapter à la crise exceptionnelle* », expliquées dans un [communiqué](#) du 26 mars.

SAINT-GOBAIN Dans la [page d'accueil](#), l'entreprise met en avant : « *Chez Saint-Gobain, la santé de nos collaborateurs et de nos clients est notre priorité absolue.* » Saint-Gobain partage les mesures mises en œuvre dans un [communiqué](#) et propose des vidéos sur les [gestes barrières](#) et [#SaintGobainAvecVous](#).

SCHNEIDER ELECTRIC publie simplement sur la [réduction de son activité](#) de l'ensemble de ses sites en France et dans un [communiqué](#) de presse du 31 mars sur sa participation à produire des respirateurs : « *Air Liquide, Groupe PSA, Schneider Electric, Valeo relèvent le défi de produire 10 000 respirateurs Air Liquide Medical Systems en réponse à la demande du gouvernement.* »

SOCIÉTÉ GÉNÉRALE propose dès la [page d'accueil](#) toutes ses initiatives programme de solidarité avec don d'un million d'euros à l'alliance « *Tous unis contre le virus* », prêt garanti par l'État, soutien des clients en difficulté et partage des analyses macro-économiques de la crise ainsi qu'un message du Directeur général, Frédéric Oudéa : « *Les banques vont regarder chaque situation et pourront proposer un décalage allant jusqu'à six mois pour rembourser leurs crédits, sans pénalités, ni frais additionnels, et un examen de leur situation ne dépassant pas cinq jours. Toutes les entreprises qui auront besoin de soutien pourront s'appuyer sur leurs banques.* »

Le Groupe **SANOFI** met en avant un [communiqué](#) sur le premier patient traité hors États-Unis dans le cadre du programme mondial d'essais cliniques consacrés à Kevzara® (sarilumab) pour des patients présentant une forme sévère de Covid-19. Outre un contenu pédagogique sur l'hydroxychloroquine, le site corporate relaie également un article « *générique* » sur la participation de Sanofi à la lutte contre la pandémie. Dans l'espace Investisseurs, on peut réécouter une [téléconférence](#) du 27 mars dernier sur sa collaboration avec Translate Bio pour le développement d'un nouveau candidat-vaccin à ARNm contre le virus responsable du Covid-19.

SODEXO L'entreprise affirme, par la voix de son Directeur général [Denis Machuel](#), son engagement total auprès de ses clients, fournisseurs, consommateurs et collaborateurs dans les 67 pays dans lesquels le Groupe est présent. Elle revendique comme priorité absolue « *la santé et la sécurité des employés et des consommateurs* » et énonce les mesures exceptionnelles (au-delà des gestes barrières) qui concrétisent cette priorité.

ST MICROELECTRONICS À l'exception d'un [communiqué](#) du 9 mars dernier, l'entreprise demeure très discrète sur la pandémie (via son site corporate). On apprend toutefois par la [presse spécialisée](#) que « *plusieurs initiatives viennent d'être prises par STMicroelectronics dans le cadre de la lutte contre le Covid-19, en particulier la fourniture de 6 000 cartes électroniques pour respirateurs.* »

TECHNIP Un [communiqué](#), présenté sur la page d'accueil du site corporate, affirme : « *At TechnipFMC, the health, safety and wellbeing of our employees and partners is of paramount importance in all we do. We are approaching the outbreak of coronavirus (Covid-19) with the same priority and rigor.* ». Il est complété par une [actualité](#) du 2 avril, précisant les modalités de cette approche et les actions entreprises.

Le Groupe **THALES** met en avant, à la Une de son site, la façon dont ses [employés](#) travaillent et s'organisent au profit des clients. Et ce, via des entretiens vidéo. « *Les collaborateurs de Thales assurent ainsi la continuité des opérations pour ses clients, civils et militaires, dont beaucoup contribuent également à lutter contre l'épidémie et ses effets néfastes.* »

TOTAL Action phare du Groupe, rendue publique le [23 mars](#) (et encore valorisée sur la page d'accueil du site corporate) : Total se mobilise pour soutenir les personnels soignants hospitaliers de France en mettant à leur disposition jusqu'à 50 millions d'euros de bons d'essence.

UNIBAIL RODAMCO WESTFIELD Après ses [communications financières](#) en mars, le Groupe a publié un [communiqué](#) le 2 avril, visible sur la page d'accueil de son site : « *Unibail-Rodamco-Westfield s'est engagé dans une série d'actions à travers le monde pour soutenir les communautés dans lesquelles nous sommes implantés. Nous dédions nos ressources matérielles et humaines pour venir en aide aux communautés de la manière la plus efficace face à ces circonstances exceptionnelles.* »

VEOLIA Message vidéo aux collaborateurs d'Antoine Frérot, Président-Directeur général de Veolia, qui indique les modalités de la mobilisation du Groupe : Veolia fait du Covid-19 le fil rouge de son [actualité](#). Avec un message de service fort : « *Rompus à la gestion des crises, les femmes et les hommes de Veolia s'appuient sur une organisation et des méthodes éprouvées pour remplir leurs missions auprès des collectivités comme des industriels, même dans des conditions dégradées.* »

VINCI Outre une [information](#) (en mars) sur l'impact l'activité du Groupe, Vinci s'engage via sa Fondation, dont le budget est abondé de 10 millions d'euros : « *Les dons seront orientés prioritairement vers les structures et associations dont les personnels ou les bénévoles sont mobilisés sur la gestion de la crise. VINCI cherchera également à privilégier les associations dont l'engagement dans l'économie sociale et solidaire ouvre la possibilité de partenariats avec le Groupe au-delà de la crise sanitaire, dans une logique de gestion des difficultés économiques qui suivront* », est-il précisé à la Une du site corporate.

VIVENDI Le Groupe demeure très discret sur la pandémie.

La suite à lire dans la newsletter de la semaine prochaine.

Et pour plus d'informations :



Édité le 03 avril 2020

