

# COMMUNICATION ET CORONAVIRUS #10

par **BABEL**

STRATEGIE ET CREATION

Après dix semaines, voici la dernière newsletter de l'agence Babel sur le coronavirus, avec cette semaine un focus sur les transports. Distanciation physique, télétravail, gestes barrières, la circulation dans les transports en commun est un enjeu majeur à la fois de la reprise économique et de la maîtrise de la propagation du virus. Nous vous proposons un tour de France des réseaux de transports !

Merci de votre lecture et vos remarques lors de ces dernières semaines.  
Portez-vous bien !

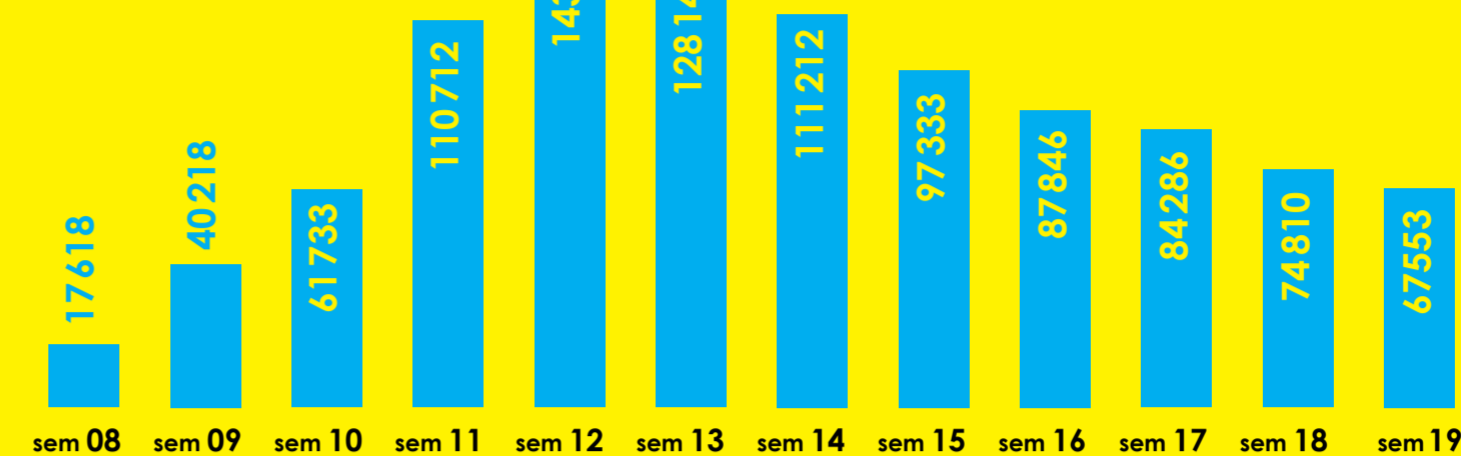
Depuis janvier 2020, Babel accompagne Santé publique France pour son programme de communication sur la prévention, la préparation et la réponse aux risques sanitaires. Dans le cadre de ce marché, nos équipes sont mobilisées sur la communication des pouvoirs publics sur le coronavirus 7 jours sur 7.

## Point sur l'intensité médiatique

### Dans la presse

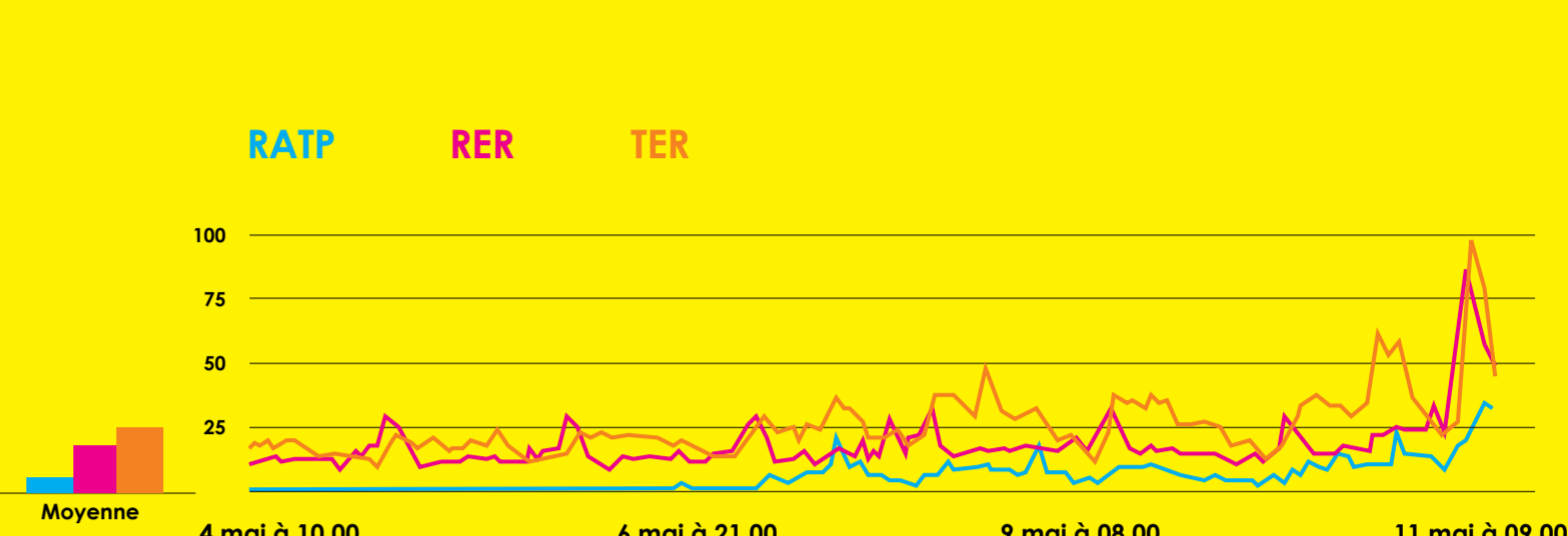
À l'heure du déconfinement, ce 11 mai, la couverture médiatique assortie à l'actualité du coronavirus suit un rythme de croisière, légèrement décroissante et semble être installée pour longtemps dans nos médias. La semaine passée, ce sont **67 553** articles dans la presse print et en ligne.

(source Aday/Pressecaj)



### Vu sur Google Trends

Les termes de recherche les plus dynamiques ces dernières heures sont les transports en commun. Que ce soient les trains régionaux (TER) ou en Ile-de-France (RER), le sujet phare est relatif aux transports. Un sujet crucial à l'heure du déconfinement progressif.



## Focus : la question clé des transports

En communication, les transports adoptent la même mécanique : ce que nous faisons / ce que vous devez faire.

La RATP lance un « **Pacte voyageurs** » et incite les usagers à adopter de nouveaux réflexes : au-delà du port du masque obligatoire et de la distanciation physique, il est demandé de ne pas manger ni de boire, d'éviter les heures de pointe et de privilégier des « solutions de mobilité alternatives ». Le pacte a été publié dans la presse du week-end : Le Parisien, Le Journal du Dimanche, en privilégiant un format texte. Sur le site, c'est un format pictogramme qui a été préféré, sous le claim **#mobilisésensemble**

La **SNCF** adopte une mécanique très proche, dans un registre visuel très corporate et fait part de ses initiatives pour : agir, informer, accompagner. La tonalité du message, à l'instar de son accroche et son bloc-marque, se veut responsable.

### Charte des transports

En effet, pour assurer la sécurité des voyageurs, la Région, Ile-de-France Mobilités, l'État, les collectivités et les partenaires sociaux ont signé une charte visant à maîtriser le flux de voyageurs lors de la reprise de l'activité économique.

Cette charte doit garantir la meilleure mise en œuvre possible **des mesures de distanciation sociale**, en favorisant la réduction du nombre de déplacements par le télétravail, et le lissage des horaires de pointe. Elle vise aussi à favoriser les modes de déplacement alternatifs tels que le vélo ou le covoiturage : vélo-boulot-dodo.

### Vers un retour à la normale

À **Lyon**, le réseau de transport souhaite la bienvenue à tous ceux qui empruntent le réseau sauf un : le Covid-19. À **Grenoble**, plus que les gestes barrières qui sont des modalités, c'est la sauvegarde de la santé qui est promue. À **Strasbourg**, comme à **Bordeaux**, très haut dans la navigation du site, le formulaire de remboursement pour les mois d'avril et début mai est proposé bien visiblement. À **Nantes**, c'est « relever le défi du déconfinement » qui a été choisi pour accueillir les usagers des transports en commun et des solutions mobiles proposées. Pour la **Métropole de Lille**, l'information voyageurs indique, en plus des gestes barrières, de privilégier le paiement sans contact. Les transports de **Mulhouse**, fortement touchée, continuent à assurer la gratuité pour les équipes soignantes, ainsi que la ville de **Nancy**.

### Une communication sanitaire de second plan ?

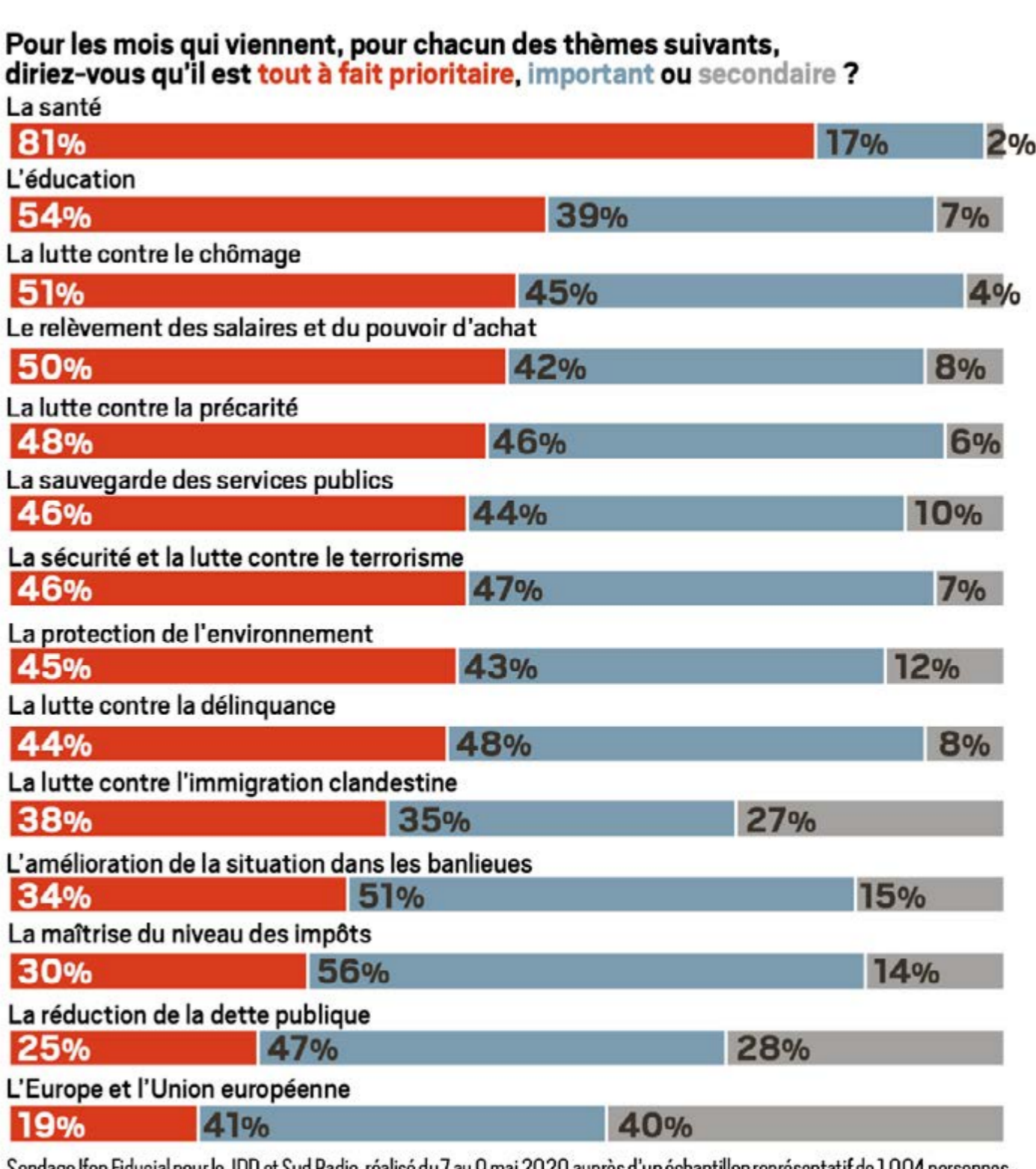
Une communication « mobilisatrice usuel » pour **Montpellier**, qui ne réhabilite pas son site aux couleurs des gestes barrières. À **Marseille**, c'est une alerte trafic, sur les conséquences pratiques de la reprise qui figure en home page, sans plus d'indications sur la santé des usagers. À **Toulouse**, ce sont également les conditions perturbées du trafic qui accueillent les passagers, sans message prioritaire de santé publique. À **Nîmes**, les informations commerciales sur les nouveaux horaires sont au même niveau que les informations sanitaires. À **Rodez**, l'organisation des lignes de bus relègue l'information sanitaire au second plan. La santé du Sud, en zone verte et moins impactées par le virus sanitaire traite les gestes barrières avec un moindre niveau de priorité, à l'exception de **Nice**.

## Et pour demain? La santé d'abord.

La santé promet de s'imposer comme la préoccupation essentielle des Français. C'est est ce qu'indique un sondage IJDD pour le JDD paru ce week-end. **81% des répondants déclarent que le thème de la santé est tout à fait prioritaire pour les mois qui viennent, ou pour 17% important.**

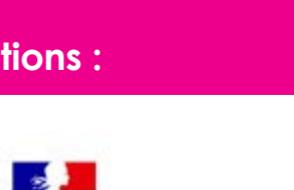
Arrivent ensuite pour un Français sur deux l'éducation, la lutte contre le chômage et le pouvoir d'achat.

La santé pourrait bien devenir pour les communicants une nouvelle balise. À suivre.



Sondage IJDD Fiducial pour le JDD et Sud Radio, réalisé du 7 au 9 mai 2020 auprès d'un échantillon représentatif de 1 004 personnes âgées de 18 ans et plus (méthode des quotas). Les interviews ont lieu par questionnaire auto-administré en ligne.

Et pour plus d'informations :



Édité le 11 mai 2020

