

## **Communiqué de presse**

### L'appel des agences de communication publique : « Le monde d'après a besoin de démocratie, de participation et de services publics »

*Paris, le 2 avril 2020*

Confrontées comme toutes les entreprises françaises au confinement mis en place le 16 mars pour lutter contre l'épidémie de Covid19, les agences de communication publique se sont rapidement organisées pour continuer leur activité. Une forte culture du télétravail et des outils collaboratifs ont sans nul doute facilité cette rapidité d'adaptation. Nos forces stratégiques et créatives restent mobilisées pour poursuivre les projets qui nous sont confiés par les communicants publics.

Pour autant, la baisse de notre activité est d'ores et déjà très significative. Dès avril, elle serait de 50% à 90% selon les domaines de spécialisation des agences. Et les mois suivants pourraient être tout autant, voire plus difficiles encore pour la survie économique de nos entreprises.

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... Les raisons de cette chute d'activité sont nombreuses.

Aujourd'hui, nos inquiétudes sont fortes. Aurons-nous un fond de roulement suffisant pour faire face à nos charges dans les mois à venir ? Les aides économiques et sociales promises par le gouvernement nous seront-elles accessibles et à la hauteur pour pallier nos difficultés et sauver nos emplois ?

Nous en appelons 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 !

Une fois que nous serons sortis de la crise, 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.

Nous y sommes prêts !

Assaël **Adary**, président d'Occurrence

Philippe **Adenot**, président de Mullenlowe Group France

Frédéric **Chaussée**, président de stratéact'  
Mathieu **Delemme**, directeur ecedi, SimplonProd, numerik-ea  
Xavier **de Fouchécour**, directeur de Bastille  
Dominique **Jouve**, président de Sennse  
Christian **de La Guéronnière**, directeur d'Épiceum  
Grégoire **Milot**, président d'Etat d'Esprit Stratis  
Sophie **Nunziati**, directrice de l'Agence Verte  
Claire **Peltier**, directrice de Citizen Press  
Jean-Baptiste **Poinclou**, directeur général de Parimage  
Laurent **Sablic**, directeur associé de Grand Public  
Eric **Zajdermann**, associé de Babel  
Robert **Zarader**, président d'Equancy&co