

Affronter la crise, préparer la reprise, responsables et solidaires

31/03/20

La crise est là, forte, mais sa portée réelle est encore impossible à appréhender. Chaque citoyen de notre pays et dans la plupart des pays du monde, chaque entreprise, chaque institution est, à son niveau, impacté(e) par cette crise sans précédent. Aujourd'hui plus que jamais, il est indispensable pour les marques de ne pas rompre les liens qui les unissent à leurs publics. La communication est le moyen de maintenir ces liens aujourd'hui et sera demain un moyen essentiel pour les renforcer.

Dans ce contexte sans précédent, nous devons tous agir de manière bienveillante, responsable et solidaire envers nos partenaires et intégrer dans nos décisions et nos actions, les contraintes qui pèsent sur chacun d'entre nous. A l'heure où de nombreuses entreprises et marques sont entièrement coupées de leur marché et où leurs production et distribution sont à l'arrêt, à l'heure où nombre d'acteurs de l'industrie de la communication connaissent d'ores et déjà des situations extrêmement préoccupantes, à l'heure où le confinement entrave nos organisations, nous devons nous adapter à ce nouvel environnement et veiller les uns aux autres.

Dans ce contexte, et forte de sa mission « Unis pour construire des marques durables », l'Union des marques s'adresse à ses membres pour les guider dans cette crise et dessiner dès aujourd'hui notre éco-système de demain dans lequel marques et partenaires retrouvent une activité solide et durable.

L'Union des marques avec de très nombreuses organisations professionnelles de la filière de la communication, met en place une série d'actions concrètes qui permettront d'accompagner leurs membres ou confrères dans cette épreuve et de les aider à unir leurs énergies pour sortir de cette crise. Dans cet esprit, l'Union des marques a notamment ouvert ses services à toutes les marques, adhérentes ou non, pendant la crise.

1. Maintenir nos engagements autant que possible

Quand production et distribution sont souvent à l'arrêt et que le public est légitimement avant tout préoccupé de sa santé, la question de maintenir, amender, reporter ou annuler les actions de communication se pose à chacun et ce même si la communication, et la publicité en particulier, ont démontré que leur contribution est essentielle au développement des marques. Parallèlement, beaucoup d'acteurs, les médias en particulier, doivent pouvoir, maintenant et au-delà, continuer à informer, créer du lien, divertir et assurer la liberté de communiquer dans notre pays.

Mettre tout en œuvre pour maintenir tout ou partie des actions planifiées pour l'année en cours, chaque fois qu'il est possible et réaliste de le faire.

Selon que son activité ou sa capacité à investir parviennent ou non à se maintenir, chacun doit apporter ses propres réponses et agir en toute responsabilité pour préparer ses marques à la reprise. Chacun doit déployer ses meilleurs efforts, de manière réaliste et éclairée, souple et réactive, pour accompagner ses partenaires dans le respect des intérêts de chacun.

2. Envisager les possibilités de report

Selon les vecteurs de communication et les messages, le maintien des actions prévues est rendu impossible par les circonstances. Les opérations événementielles en particulier ne peuvent se tenir du fait du confinement.

Envisager le report dans l'année en cours de toute action de communication planifiée, chaque fois qu'il est possible et réaliste de le faire.

L'Union des marques appelle chacun des intervenants de notre écosystème à adopter une attitude responsable et envisager les possibilités de report pour éviter les annulations qui conduisent à des pertes d'activité irrémédiablement dommageables pour de nombreux acteurs.

3. Agir avec bienveillance envers nos partenaires et ne pas exercer de pressions injustifiées

L'urgence, la gravité et le caractère exceptionnel de la situation actuelle ne devraient jamais conduire certains à choisir des voies insuffisamment respectueuses de leurs partenaires et de l'impératif absolu de concentrer les forces de chacun vers une reprise la plus rapide possible.

**Prendre en compte dans chacune de nos actions, la particularité de la période que nous traversons, tant en termes de sollicitations que de délais, dans le plus grand respect de nos collaborateurs, de nos partenaires et de leurs équipes.
Ne pas exercer de pressions injustifiées, et en particulier, s'interroger plus que jamais sur l'opportunité des appels d'offres non-urgents.**

4. Respecter les équilibres économiques de chacun

Certaines structures, où qu'elles se situent dans notre éco-système, sont mises en péril par la baisse dramatique de leur activité. Pour, le moment venu, permettre une sortie de crise rapide, nous devons agir de manière responsable et solidaire vis-à-vis de nos partenaires.

Respecter les équilibres économiques de chacun en s'acquittant des travaux et prestations réalisés dans le respect des délais de paiement et en favorisant systématiquement dialogue et bienveillance.