

Baromètre Wiztopic sur l'information des entreprises en période de COVID 19**DEPUIS LE DÉBUT DU CONFINEMENT, LES GRANDES ENTREPRISES ACCÉLÈRENT LEUR COMMUNICATION**

Paris, le 8 avril 2020.

Contre toute attente, les grandes entreprises ont renforcé leurs actions de communication depuis le 15 mars. [Wiztopic](#), la plateforme de distribution d'information des grandes entreprises cotées et des services financiers, annonce les résultats de son étude sur la communication en période de pandémie. Il ressort de ce premier baromètre que les entreprises, loin d'avoir réduit leurs relations médias, sont devenues de véritables boussoles pour leurs parties prenantes.

La transformation digitale de la fonction communication était déjà engagée. Elle n'a jamais progressé aussi vite que ces 15 derniers jours. Les entreprises émettrices avancent dans la crise avec leurs nouveaux outils pour pallier l'impossibilité d'interactions physiques. Finalement, rares sont celles qui ralentissent leur activité de communication en raison de difficultés d'organisation.

« Nous avons mesuré l'évolution de la communication des cent principales entreprises clientes de Wiztopic, ainsi que le contenu de 705 actions, précise Jérôme Lascombe, Président de Wiztopic. Nous avons la chance d'être en contact avec les équipes communication des grandes entreprises cotées, de la plupart des banques, sociétés d'assurance et d'asset management. Comme Air Liquide, Engie, Renault ou Schneider Electric, Elles utilisent chaque jour Wiztopic pour communiquer. De fait notre plateforme constitue un échantillon représentatif de leurs actions de communication. ».

Voici une synthèse des principaux enseignements de ce premier baromètre.

Le nombre des campagnes d'information* est en forte croissance entre février et mars, et son essor est plus rapide encore depuis le début du confinement. Le nombre de campagnes a cru de +27% entre la période du 2 au 29 février et celle du 1 au 28 mars, et ce malgré un mois de février traditionnellement dense en annonces de résultats. La croissance est plus sensible à +52% entre la deuxième quinzaine de février et la deuxième quinzaine de mars, et elle s'accélère encore à + 67% entre la 1^{ère} et la 2^{ème} semaine de confinement. Les entreprises ont sans doute subi le choc d'une certaine « désorganisation » la première semaine et ont repris l'initiative ensuite.

La plupart des entreprises ont maintenu ou augmenté leur rythme de communication. C'est par exemple le cas pour Amundi, BPCE, BNP Paribas, Getlink, L'Oréal, Malakoff Humanis, Natixis. Certaines ont doublé voire triplé le nombre de leurs actions d'information, comme Beneteau, Capgemini ou MACSF.

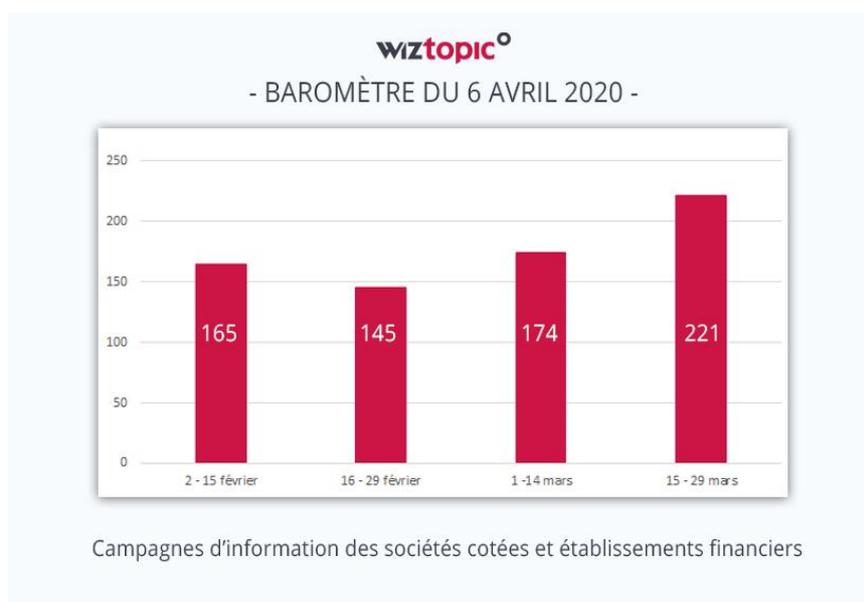
Autre phénomène, le trafic sur les newsrooms générées par Wiztopic a bondi de 74% en mars. On compte parmi les newsrooms dont le nombre de visiteurs a beaucoup cru, celles

de Klépierre ou de Renault. En à peine un mois l'audience de la newsroom de Crédit Agricole a plus que doublé et celle de la Macif a été multipliée par 6.

Le contenu des campagnes d'information a sans surprise basculé d'une majorité d'informations corporate et financières en février (comme l'annonce des résultats) à une écrasante majorité d'informations liées directement ou indirectement au Covid-19 en mars. Dès fin février et surtout début mars, on y retrouve des sujets sur l'impact de la pandémie sur l'activité de l'entreprise et sa valeur en bourse. Dès la mi-mars, les entreprises expliquent leur organisation en période de confinement et surtout partagent leurs initiatives solidaires. On peut constater que la plupart des entreprises s'obligent à créer et mettre à disposition une information plus riche et régulière.

Au global, le sujet COVID 19 ne laisse aucune équipe communication insensible et, toutes, ont dû modifier, adapter, compléter leur plan de communication en intégrant ce sujet au coeur des contenus et des diffusions. Il faut noter aussi que plus de la moitié des actions de communication externes ont été relayées simultanément en interne.

Le baromètre sera renouvelé chaque quinzaine pendant la crise, sur le même échantillon d'entreprises utilisatrices de Wiztopic.



(*) Une campagne est une action de diffusion d'une ou plusieurs information(s) sur un sujet ou une initiative concernant directement ou indirectement l'entreprise. Elle peut prendre la forme d'un communiqué ou dossier de presse diffusé par email, publié sur une newsroom et relayé sur les réseaux sociaux.

Contact presse :

Frédéric Vincent – frederic@diffusis.com – 06.29.27.69.48

Margot Bonhomme – margot.bonhomme@wiztopic.com – 09.72.55.39.23