

EDITO



Dr. Nawal HOUTI
 Founder & CEO

LE FLOU DU DÉ-CONFINEMENT !

Ce que nous vivons actuellement est très nouveau pour l'ensemble des secteurs d'activité de notre pays et sans aucun doute cela restera gravé dans les annales de l'histoire pour les générations futures et même au-delà.

Jusqu'à et sur les plans sanitaire, économique et social, le confinement a été plutôt bien géré par le gouvernement. Toutefois, ses répercussions sont très négatives sur les populations les plus vulnérables, mais pas seulement.

Les dirigeants des TPE et les jeunes auto-entrepreneurs, qui démarraient dans l'entrepreneuriat la tête pleine d'idées et le cœur à l'œuvre, se sont vus touchés de plein fouet par cette crise tombant, dans des cas extrêmes, dans la précarité. Sans compter les plus de 900 000 salariés (chiffres Avril 2020) qui, mis au chômage forcé, se retrouvent aujourd'hui sur le carreau. Le dé-confinement serait donc plus que salutaire.

Mais à l'approche de la date du 20 mai, se pose avec acuité la question du comment va-t-on dé-confiner ? Plusieurs pistes sont proposées et le débat est ouvert depuis quelques jours sur les différents scénarii, mais encore rien d'officiel. Lors de son allocution télévisée du jeudi 7 mai, le Chef de gouvernement Saad Eddine El Othmani est resté très évasif et a invité les marocains à patienter encore avant de leur exposer le plan de sortie. Pour lui, «le dé-confinement sera plus difficile à instaurer que le confinement au vu de la situation épidémiologique du coronavirus». La crainte d'un dé-confinement mal géré pourrait s'accompagner d'une recrudescence de l'épidémie et voir tous ces efforts vains. Les tests de dépistage en masse, la disponibilité des masques, le maintien des mesures de distanciation, etc... sont autant de paramètres à maîtriser avant que nous ne soyons relâchés et vaquer à nouveau à nos occupations. Donc forcément, il y aura un avant et un après Coronavirus. La responsabilité nous incombe à tous !

RP&MEDIA

VIVE LES MÉDIAS, VIVE LES RELATIONS PRESSE, VIVE L'INFORMATION !

Aujourd'hui plus que jamais, le confinement obligatoire instauré par les autorités sanitaires bénéficie aux médias nationaux. En effet, la grande majorité affiche de fortes croissances d'audience, et profite de l'occasion pour consolider leur image de marque forte, mais surtout dynamique et professionnelle. En effet, la sphère médiatique, particulièrement la télévision et le digital se portent bien. S'ajoute à cette bonne santé audiométrique, des investissements publicitaires en légère hausse durant le premier trimestre et même pendant cette période de crise sanitaire, relativement à la même période de l'année dernière.

Dans une étude réalisée par Impérium, pour évaluer les investissements publicitaires au premier trimestre 2020, on y découvre sans grande surprise que les investissements publicitaires médiatiques sont en hausse de 4.4% par rapport à l'an dernier. Ces derniers ont atteint 1.44 milliard de dirhams (montant brut), contre 1.38 milliard de dirhams pour l'année précédente. Il en ressort également que sur la période de crise prenant en compte les dates du 16 mars au 20 avril, les investissements publicitaires de la télévision et du digital ont connu une hausse du chiffre d'affaires de +6% et +4% respectivement. Par contre la presse, la radio et l'affichage ont eux connu des chutes vertigineuses de l'ordre de -62%, -38% et -32% respectivement. Il va sans dire que cette baisse est en corrélation directe avec celle du nombre d'annonceurs qui a diminué de 28%, par rapport à l'année dernière. Le haut du



L'audiovisuel retrouve sa vogueur

podium est tenu par les opérateurs télécoms qui continuent à communiquer. En toute vraisemblance au Maroc, excepté les journaux papier et l'affichage, toutes les audiences des médias sont au vert ! Qu'il s'agisse de la télévision, de la radio, des e-journaux... et des sites d'informations, tous connaissent une hausse des spectateurs/visiteurs. Ce nouvel air qui plane sur les médias nationaux est sans nul doute la conséquence du travail d'accompagnement du gouvernement dans le combat des fakenews qui pullulent sur les réseaux sociaux, et qui sont désormais sanctionnés par les autorités compétentes. En dépit du désamour que l'on constatait, cette conjoncture a permis de resceller la confiance altérée des marocains avec l'information diffusée sur les media nationaux. Pourvu que ça dure !

LES RP EN RENFORT POUR UNE COMMUNICATION PLUS RESPONSABLE...



Autant que les médias, les agences conseil en RP et communication font aussi partie de ces acteurs nationaux de la communication, qui jouent un rôle important dans l'économie nationale en travaillant de pair avec les entreprises. En effet, ces dernières accompagnent plusieurs entreprises à dépasser la crise en offrant leurs services en conseil stratégique en communication, en gestion de crise, relations média, digital... le tout pour la création de contenus adaptés à la situation de covid-19, et pour informer l'opinion publique des actions et mesures prises en cette période de crise et d'incertitude.

Dans ce contexte aussi spécial qu'inédit, certes les médias sont soucieux de mettre en lumière les informations sur la crise sanitaire, mais il est tout aussi important de communiquer sur les entreprises et les marques nationales, surtout celles parmi elles qui jouent un rôle clé dans la gestion de cette pandémie (textile, agriculture, banque, distribution...). Les spécialistes des RP et les attachés de presse restent des partenaires de premier ordre, une véritable courroie de transmission d'informations justes et pertinentes entre les entreprises et les media.

... et en préparation de l'après confinement !

Plus que jamais, les entreprises auront besoin du concours des agences de communication en général et RP en particulier pour les accompagner dans la préparation à la phase de dé-confinement. En effet, après une longue période d'absence, les entreprises vont devoir se reconnecter avec leurs clients et partie-prenantes, car en dépit de toutes les difficultés que nous traversons, les relations media continueront de jouer leur rôle de vecteur de notoriété et d'image de marque pour une économie plus forte.



Brand Factory, votre partenaire communication en toutes circonstances !

Nous sommes tous confrontés à une crise sanitaire sans précédent. Nous devons faire front et respecter les consignes de lutte contre la propagation du Covid-19.

Brand Factory, agence de communication spécialisée dans les relations média (traditionnels et 2.0), relations publiques, relations influenceurs, social media et e-réputation, offre un accompagnement sur-mesure pour la communication de votre plan de déconfinement.

#restez_chez_vous

Contact : secretariat@brandfactorycom.com / Tél : 0668409601

On va s'en sortir, sans sortir !

INFLUENCE ET RÉSEAUX SOCIAUX



Influenceurs, le paradoxe du confinement !

Fin d'année 2019, le coronavirus entamait sa propagation mondiale. Asie, Europe, Amérique...Afrique, tous les continents subissaient peu à peu ses ravages. Une situation inédite qui finit par créer une crise sanitaire sans précédent, l'OMS déclare une pandémie mondiale !

Un mouvement de panique général s'empare des secteurs d'activité. Le tourisme, l'hôtellerie, la restauration, l'événementiel, la culture,....Aucun secteur d'activité n'est épargné. Toute l'industrie de la communication et de la publicité subit les revers de cette crise hors normes. Les entreprises freinent des quatre fers et bloquent leurs budgets de communication. Au Maroc, dans une étude réalisée par Imperium, on apprend que le nombre d'annonceur publicitaire a baissé de 28% par rapport à la même période de Mars-Avril de l'année dernière.

Dans ce contexte de crise, où on assiste au confinement tous azimuts, le marketing d'influence et les influenceurs ont quelque peu perdu de leur superbe. Mais paradoxalement, leur audience et taux d'engagement ont continué à augmenter malgré la baisse des collaborations.

Faire valoir une communauté gonflée à bloc ouvrira à coup sûr de nouvelles opportunités pour les influenceurs au moment où les marques reprendront la communication. Charge à eux de travailler sur le contenu et d'abandonner la course aux followers !

L'instant confinement



Visio-conférences, Webinaires, ces nouvelles stars du Covid-19 !

Dans cette situation de confinement provoquée par le Coronavirus, les leviers de communication des entreprises ont connu un véritable boom technologique. Sur les réseaux sociaux, de multiples webinaires, des visioconférences et événements en ligne sont organisés au quotidien. En effet, aussi brusque soit-elle, cette crise a de manière fulgurante facilité l'expansion des outils de communication à distance en particulier celles des visioconférences telles que Zoom, Google Meet, JitsiMeet, Webikeo, ClickMeeting,....sans oublier les réseaux sociaux.

Il est vrai qu'au début du confinement, plusieurs entreprises étaient pour le moins déboussolées quant à la gestion de leur communication. La fermeture temporaire des entreprises, les distanciations sociales, le confinement des particuliers,....étaient autant de situations nouvelles pour tous. Il était impératif de trouver une option pour se réinventer, mais aussi pour accompagner la réflexion de ce que nous vivons et sur l'après Covid-19. Bien évidemment dans la limite de l'éthique et de la déontologie.

Dans ce contexte, ces outils de communication à distance ont été d'une utilité remarquable. Ils ont permis de minimiser quelque peu les pertes liées à cette crise. Mais ils ont surtout permis à certaines entreprises de gagner en notoriété, de développer de nouvelles solutions et parfois même de réaliser de meilleurs chiffres d'affaires qu'en temps normal. Comme quoi le télétravail, les visioconférences et les webinaires seront les grandes révélations de cette crise du coronavirus !

COUP DE CŒUR



Comme de coutume, en période de Ramadan, plusieurs actions de solidarité sont organisées pour les démunis et les sans-abris. Cette année encore, malgré les difficultés de cette crise sanitaire inédite, ces actions solidaires se sont même multipliées.

Au nombre de ces entreprises ayant opté pour des actions citoyennes, s'est inscrit notre agence **Brand Factory**, spécialisée en communication, RP et influence. En effet, l'agence a sollicité l'appui de certains de ses clients et partenaires tels que le Groupe **Barceló Hotel & Resorts**, **Glovo**, **Valencia**, **Coca-Cola Maroc**, **les Fromageries Bel et Koutoubia** ; pour une opération spéciale nommée « **Fleur du Cœur** ». L'objectif de cette opération est de venir en aide aux sans-abris et aux nécessiteux, afin de leur offrir un bon moment de fêter et de plaisir. En effet, il est question pour **Brand Factory** et ses partenaires de distribuer des packs « **fleur du cœur** » à 100 personnes par jour et ce, jusqu'à la fin du mois sacré. Au terme de cette opération solidaire, c'est plus de **1000 packs** fleur qui seront distribués dans les villes de Casablanca et Rabat durant ce mois de Ramadan. Pour réaliser cette opération avec succès, une petite chaîne organisationnelle a vu le jour. Plusieurs **influenceurs** ont accepté d'en faire partie pour accompagner cette action inédite de **Brand Factory** en période de Covid-19.

Chiffres clé -86%

Une grosse perte pour le secteur de l'automobile et ses partenaires dont la communication et l'événementiel

A fin Avril, le secteur automobile a enregistré une baisse des ventes de voitures de **86%** par rapport à la même période en 2019. Avec l'annulation du salon Auto Expo, cette perte abyssale risquerait de s'aggraver si la période de confinement est encore prolongée.

En effet, 2020 est l'année où le secteur automobile devait organiser un des salons d'exposition les plus attendus. En effet, le Salon Auto-Expo organisé par l'AIVAM rassemble à chaque édition plus de 50 exposants, mobilise plus de 2500 collaborateurs et accueille plus de 200 000 visiteurs, qui se déplacent pour découvrir les nouveautés, mais surtout pour acheter ou passer commande.

L'AIVAM a été l'un des premiers à annoncer l'annulation du salon jugeant plus responsable d'annuler cet événement phare de l'année où le secteur réalise des ventes exceptionnelles (23 400 véhicules vendus en 2018). En outre, cette décision a été motivée par le souci d'assurer la sécurité sanitaire des participants et des visiteurs face à cette pandémie du coronavirus. Plusieurs secteurs accusent un gros coup dur dans cette annulation, notamment ceux de la communication et l'événementiel !



3 Questions à

Kaoutar Benjelloun,

Tik Tok, une application d'avenir pour les influenceurs !



Followers

 147K abonnés

1 Comment se passe le confinement avec la crise du corona-virus ?

.....

A l'heure actuelle, je peux dire que tout va bien. Je remercie Dieu pour cela. J'essaie de vivre sainement en respectant les règles établies par les autorités sanitaires. Je ne vais pas continuer de m'apitoyer sur cette situation quand-même !? C'est vrai que les débuts étaient difficiles pour ma petite famille et moi, mais aujourd'hui on a fini par accommoder nos habitudes à cette situation de confinement. Rester contre son gré à la maison n'est pas chose facile. Mais je me dis que tout le monde subit les mêmes restrictions de déplacement, et donc on essaie de faire avec. D'ailleurs, je me préoccupe moins de ma situation, puisque je continue de travailler avec mes partenaires et je ne manque de rien à la maison. Par contre, plusieurs personnes ont perdu leur emploi et n'arrivent pas à joindre les 2 bouts afin de subvenir aux besoins de leurs familles. Malheureusement pour ces personnes, cette crise et ce confinement sont encore plus pénibles.

2 Avez-vous mené des actions pour accompagner cette crise et avez-vous reçu l'adhésion de votre communauté sur un sujet inhabituel ?

.....

Oui, bien sûr ! Je ne pouvais surtout pas rester indifférente face à cette crise inédite. Cependant, j'ai préféré ne pas communiquer sur ces actions. Je préfère les aides qui se font à huit-clos. Du coup, je ne trouvais pas l'utilité de les communiquer sur les réseaux sociaux, à moins que cela puisse aider à faire des appels aux dons. Généralement les personnes qui communiquent sur les aides et les dons, le font pour la collecte de fonds ou d'aides de distribution pour des œuvres caritatives. Moi c'est vraiment à titre personnel. Je choisis le sujet qui me touche le plus !

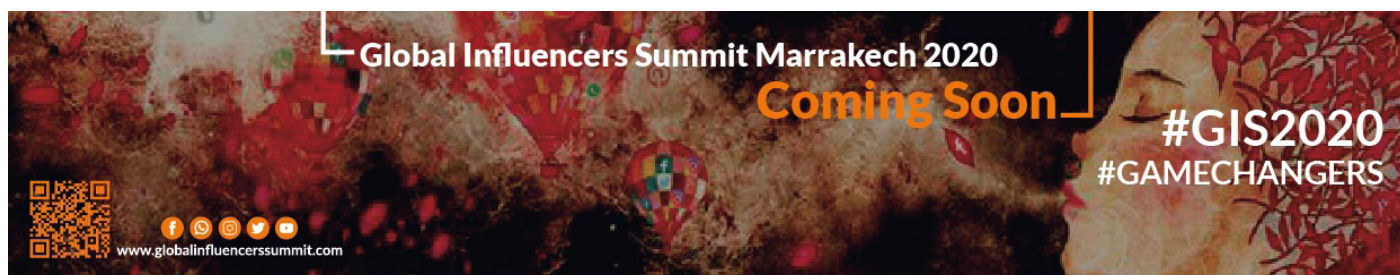
Quant aux sujets à aborder, je me réserve de me lancer sur un sujet inhabituel pour le moment, quand bien-même j'ai reçu certaines invitations à le faire.

3 Pensez-vous que les lives sont appréciés par vos abonnés et quels sont les sujets que vous y abordez ?

.....

De façon générale, je fais très peu de live. Exceptionnellement, j'en ai fait deux pendant cette période de confinement avec des influenceuses qui m'ont interviewé. Sinon, moi particulièrement, les lives ne m'intéressent pas vraiment.




Actuellement, je ne vais pas vous cacher que je me concentre beaucoup plus sur TikTok, qui est l'application de l'avenir. Je commence à me familiariser avec ce réseau. C'est pour moi un nouveau challenge de développer ma communauté sur TikTok.



#brandfactorycom #agencerp #soyezjusteunique #restezchezvous #onsensortira_sanssortir

Nos équipes sont à votre disposition !

Contactez-nous dès maintenant pour en savoir plus:
Mail : secretariat@brandfactorycom.com / brandfactorycom.com

 <https://www.instagram.com/BrandFactorypr/>
 https://www.facebook.com/brandfactorycom/?ref=br_rs
 <http://globalinfluencerssummit.com/>