

Nombreux sont les domaines d'activité qui souffrent de la crise sanitaire. Parmi ces derniers figurent au premier chef l'Horeca ainsi que la culture et le tourisme mais aussi les professionnels de la communication.

L'un d'entre eux, le Liégeois Olivier Moch, gérant de Hcom, tirait dès juin dernier un signal d'alarme. Et celui-ci d'estimer que la communication reste importante en temps de crise.

“ Le constat que l'on pose lors d'une crise, c'est la tendance à réduire voire à supprimer ce budget ”, déplorait-il à l'époque. Et de préconiser une présence continue et renforcée sur les réseaux sociaux. “ Communiquer, c'est une façon de reprendre la main sur la crise et de montrer que l'on fait face .”

Faire de la crise une opportunité, c'est donc ce qui est souhaité, tout en faisant état d'un récent sondage mené par l'Union professionnelle des métiers de la communication basée à Liège. C'est ainsi qu'une grande majorité d'entre eux se disent inquiets, voire très inquiets de la situation économique.

Alors que le risque d'un “ cataclysme social ” était alors épinglé par plusieurs associations de “pros” de la “com”, différentes mesures de soutien au secteur concerné étaient préconisées. De son côté, un autre Liégeois, à savoir en l'espèce Fred Colantonio, a choisi un autre biais afin de répondre à cette crise inédite à plus d'un titre.

Ce conseiller en stratégie auprès des entreprises, lequel est aussi conférencier et auteur, fait figure d'observateur avisé. Et de constater “ une polarisation aux extrêmes ”, ce qui signifie que celles déjà en difficulté l'ont été plus encore tandis que d'autres ont au contraire vu leur activité augmenter.

“ Dans certains secteurs tels que ceux du bâtiment ou de la santé, le rapport au temps a également été bouleversé ”, relève-t-il. Pour cet expert, il est essentiel de pouvoir rebondir après la crise, dépassant un état de sidération qu'il juge compréhensible. Et de proposer une méthode en trois temps. “ Il y a tout d'abord le fait de transgresser ses habitudes et de se remettre en question ”, explique-t-il, évoquant ensuite une phase de test et d'expérimentation. Et ce, avant une ultime étape consistant en le fait de ne pas oublier de communiquer.

Bruno Boutsen

Pour les experts, la communication reste plus que jamais importante en temps de crise.