

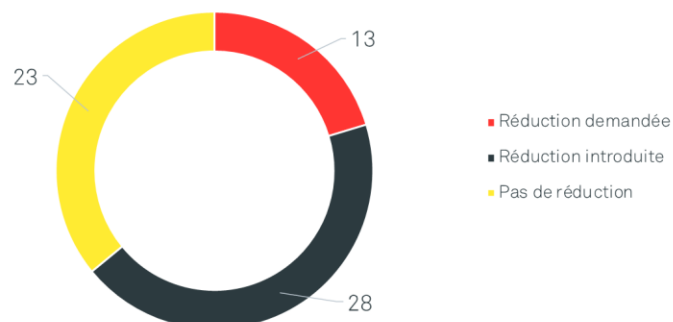
La branche de la communication particulièrement concernée par la réduction de l'horaire de travail

Communiqué de presse

Près de deux tiers des agences de communication interrogées par les associations professionnelles LSA et AARPS / BPRA ont déjà introduit la réduction de l'horaire de travail (RHT) ou sont sur le point de le faire. La crise actuelle a toutefois également des aspects positifs : les échanges et le réseautage au sein de la branche de la communication se sont renforcés. LSA et AARPS / BPRA proposent également de favoriser le partage des ressources humaines disponibles grâce à une plateforme regroupant plusieurs agences.

Zurich, le 21 avril 2020. La crise liée à la pandémie de coronavirus s'est très rapidement abattue sur les agences de communication en Suisse. Les principales associations des agences de communication en Suisse, Leading Swiss Agencies (LSA) et l'Association des Agences de Relations Publiques en Suisse (AARPS / BPRA) ont mené un sondage auprès de leurs membres. Celui-ci montre que, parmi les 64 agences qui ont répondu, 28 agences ont déjà réduit l'horaire de travail de leurs collaboratrices et collaborateurs. 13 autres agences ont déposé une demande de réduction de l'horaire de travail.

2/3 DES AGENCES LSA/BPRA ONT DEMANDÉ OU INTRODUIT LA RHT



Nombre d'agences interrogées parmi les membres LSA/BPRA : 64

En revanche, seule une petite minorité d'agences a déposé une demande de crédits de transition, à titre préventif, pour éviter tout problème de liquidités. Les demandes de crédits atteignent des montants compris entre 250'000 et 500'000 CHF.

Le sondage démontre que les agences de communication évoluent dans un environnement particulièrement dynamique et doivent par conséquent s'adapter rapidement aux changements économiques. « En temps de crise, ce sont les budgets de communication que l'on coupe en premier. Pourtant, c'est justement à ce moment que les organisations rencontrent d'importantes difficultés pour rester présentes, explique Michael Hählen, président de LSA. Il est donc compréhensible que les agences planifient le futur avec une grande prudence et adoptent rapidement les mesures nécessaires. Après la crise, quand les entreprises voudront relancer leurs activités de communication, les agences devront être de nouveau pleinement opérationnelles pour leurs clients. C'est un défi important. »

Durant la crise, le souhait de renforcer les échanges et le réseautage s'est fait entendre au sein de la branche. Les membres ont pleinement profité des offres de soutien proposées par les associations LSA et AARPS / BPPRA. Ces dernières semaines, des échanges intenses ont eu lieu au sujet de différents aspects du télétravail (acquisition de nouveaux clients, intégration des nouveaux collaborateurs et collaboratrices, ateliers, maintien de la motivation de l'équipe, etc.) et de questions juridiques pertinentes. Cette évolution positive réjouit Andreas Hugi, président du AARPS / BPPRA : « Je suis très heureux de voir que la coopération au sein de la branche se renforce avec la crise actuelle. Cette étroite collaboration est particulièrement importante sur le plan associatif, car elle permet de soutenir nos membres au mieux dans cette situation exceptionnelle. »

LSA et AARPS / BPPRA lancent en outre pour la première une plateforme réunissant plusieurs agences. Cette plateforme doit permettre aux agences membres de proposer des ressources disponibles, respectivement de solliciter des ressources supplémentaires auprès d'autres agences.

Pour toute information :

Michael Hählen, président LSA, michael.haehlen@inflagranti.ch / 079 434 47 58

Andreas Hugi, président BPPRA, andreas.hugi@furrerhugi.ch / 079 675 55 21

LEADING SWISS AGENCIES réunit les principales agences de communication en Suisse. Ses 80 membres fondent leur travail sur des principes éthiques rigoureux. Leurs prestations de première classe apportent une plus-value à leurs clients. Des solutions complètes en matière de communication et de gestion, y compris des mandats de gestion de la marque à long terme, assurent le succès de leurs clients. Les membres de l'association sont soumis à une procédure stricte d'admission et doivent remplir les exigences de qualité les plus élevées. Plus d'informations sous www.leadingswissagencies.ch

L'Association des Agences de Relations Publiques en Suisse (AARPS / BPRA) regroupe les principales agences de communication et relations publiques en Suisse. Celles-ci sont certifiées selon le Consultancy Management Standard (CMS), qui les soumet aux plus hauts standards techniques, économiques et éthiques. www.bpra.ch