

Andrea Brück, directrice d'abc context media consulting

« *En période d'insécurité, il faut communiquer davantage* »

by Correspondances - jeudi, décembre 03, 2020

<http://correspondances.fr/andrea-bruck-directrice-dabc-context-media-consulting/>

Basée dans le Bade-Wurtemberg et répartie entre les bureaux Bade-Alsace et Sarre-Lor-Lux, abc context constitue l'une des rares agences de communication spécifiquement transfrontalière. Au cours d'une année 2020 hors-normes, sa directrice Andrea Brück a observé les répercussions de la crise sanitaire sur les professionnels de la culture, du tourisme et de l'événementiel, qui constituent l'essentiel de la clientèle de l'agence.

Pourquoi abc context a-t-elle lancé courant novembre 2020 son propre blog ?

Au départ est née l'idée de créer un blog dédié à notre spécialité, la communication transfrontalière en général. Nous souhaitons expliquer ce que signifie la communication transfrontalière, quels sont les thèmes abordés et les tâches qui nous sont confiées au fil de notre travail quotidien avec des clients issus de l'espace frontalier. A quoi doit-on faire attention par exemple lors de la sélection des sujets, de la rédaction et de la création de fichiers des destinataires. En cette année particulière qu'est 2020, certains sujets politiques et sociaux, qui nous ont aussi affecté, seront intégrés dans le blog.

Les réactions individuelles, collectives et politiques à la crise sanitaire ont été très différentes en fonction des pays où nous sommes implantés. Nous qui traitons d'ordinaire de culture, de tourisme et d'événementiel avons estimé qu'en cette année exceptionnelle, il fallait élargir notre point de vue à la question politique. Nous ne sommes pas des journalistes, mais la politique a eu une incidence plus forte que jamais sur les sujets que nous traitons.

Quelle analyse tirez-vous de la gestion politique de la crise dans l'espace frontalier ?

Le premier confinement nous a montré que nous n'étions pas prêts à affronter collectivement une telle crise. Lorsqu'il a fallu reconfiner cet automne, il n'a plus été question de fermer aucune frontière. L'intervention de certains hommes politiques, comme le député forbachois Christophe Arend, a contribué à faire comprendre qu'il fallait aborder les problèmes ensemble en amont le plus tôt possible.

Ce qui restera dans les mémoires, c'est que les solutions strictement nationales peuvent détruire des liens que les uns et les autres ont mis des décennies à construire. Nous avons craint de ne plus retrouver l'espace libre, ouvert et amical que nous avons créé. La situation s'est stabilisée, mais il a fallu réparer des blessures.

Comment vos clients ont-ils vécu la crise et les contraintes sanitaires ?

C'est la première fois que nous travaillons avec des acteurs qui ne sont plus en mesure de programmer librement leur activité. La grande majorité d'entre eux adhère aux règles sanitaires. Ils comprennent qu'il faille fermer, mais ce qui leur manque le plus est de ne pas pouvoir faire leur planification. D'ordinaire, si le plan A ne fonctionne pas, il y a un plan B. Aujourd'hui, il n'y a même plus de plan C. Jamais ils n'ont vécu une telle incertitude.

Certains clients s'en sortent très bien. Par exemple, l'office du tourisme de Baiersbronn en Forêt-Noire a mis en valeur l'offre de nature, de randonnée et d'escalade. Aujourd'hui, tout le monde veut des activités proches de la nature en famille. Mais le contexte n'est pas favorable aux voyages. Les habitants ont tendance à rester dans leur propre région.

Nous travaillons également avec le village de marques Style Outlets Roppenheim, en Alsace. Fin novembre, ce centre commercial se demandait s'il valait la peine de communiquer auprès des clients allemands pour leur annoncer sa réouverture. Nous leur avons conseillé de le faire : en période d'insécurité, il est important de communiquer davantage et de se montrer clair. Pour la clientèle allemande, il est incroyable de devoir remplir un formulaire pour faire du shopping. C'est pourquoi il faut communiquer plus, mais différemment.

Comment voyez-vous l'avenir des acteurs culturels de l'espace frontalier ?

Je suis sûre qu'ils vont s'en sortir. Très vite, ils se sont réformés, ont trouvé de nouvelles solutions digitales et de nouveaux formats. Ils n'ont jamais cessé d'être créatifs pour conserver le lien avec leur public et ils y sont parvenus. En France comme en Allemagne, les budgets institutionnels n'ont pas été coupés et les institutions culturelles ont pu conserver leur personnel. Les musées avec lesquels nous travaillons ont continué à préparer des expositions, même sans savoir quand ils allaient à nouveau pouvoir recevoir le public. Ils ont même continué à communiquer. Il ne leur manque plus que le public.

Propos recueillis par Pascale Braun