

RESHAPE WITH TRUST

LA CELLULE DE CONSEIL D'ELAN EDELMAN
POUR CONSTRUIRE L'ÈRE COVID



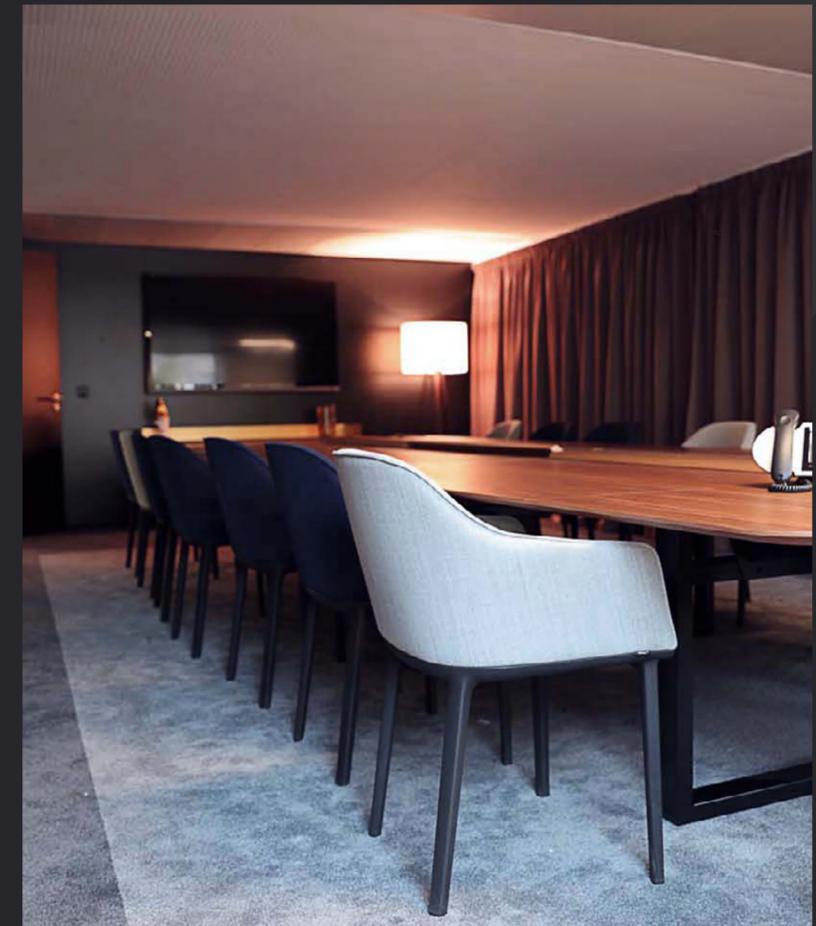
Introduction

La Cellule de Conseil « **Reshape with Trust** » d'ELAN EDELMAN est dédiée aux questionnements des entreprises et des marques dans l'ère Covid pour répondre à une ambition nouvelle qui est de **concilier leurs impératifs business les plus critiques avec le maintien de leurs engagements sociétaux.**

Les entreprises doivent en effet faire face à des problèmes très court terme qui appellent un doigté d'adaptation et de conseil de pointe. Elles souhaitent des idées nouvelles concrètes pour adapter leur discours, positionnement, offres . Elles cherchent une sorte « d'adaptateur » pour « être taillées » pour cette période nouvelle.

Composée d'Advisors et de Spécialistes expérimentés dans les domaines de la communication, du conseil en stratégie et des sciences humaines, la Cellule se veut être un nouveau point de contact pour les clients afin de travailler à l'adaptation immédiate de leur communication et de leur business à l'ère Covid.

Cette cellule s'appuie sur des méthodologies propriétaires permettant de répondre à ces questionnements dont la première et la plus emblématique est le « **Cahier de Réanimation Corporate** ». Ce cahier offre un portail d'idées fortes et concrètes pouvant être immédiatement adaptées d'un point de vue du business et de la communication.





Édito

L'ÈRE DES MARQUES SOIGNANTES

Confinement, guerre, pause, survie, réflexion : il existe mille définitions de ce que nous traversons. Nous l'appellerons comme nous voudrions, nous vivons une ère à multiples facettes.

Oui, cette crise est inédite. Mais son ampleur sait et a su mettre en lumière de belles actions naissantes sur le marché. Dans ce contexte sans précédent, les entreprises ont manifesté leur sens de l'intérêt collectif, social et sociétal. Partout dans le monde, en écoutant la voix de l'opinion publique, en effaçant la frontière des secteurs, et en prenant part à la résolution de crise, les marques soignantes sont nées.

BUSINESS FIRST

Ce climat nous amène à des questionnements légitimes. Naturellement, nous craignons le tremblement de nos modèles économiques. Naturellement, nous nous demandons si l'issue de la crise ne signera pas la fin des

RESHAPE WITH TRUST

engagements sociétaux. Car après tout, le moment n'est-il pas plutôt au business for business pour restaurer les marges, les profits, payer les salaires et reconstituer une trésorerie ?

CONCILIER LES IMPÉRATIFS BUSINESS ET LES ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX

Chez ELAN EDELMAN, nous sommes convaincus qu'il n'y a pas de question à se poser entre le business OU le sociétal : soyons dans le ET. Faisons le choix de la relation, du lien.

Plus que jamais, nous pouvons tisser de nouvelles formes de proximité, des nouvelles alliances. Il est essentiel de maintenir l'équilibre de nos valeurs en démontrant le pouvoir du sociétal au service du business. Car oui une façon de retrouver le chemin de la prospérité économique peut bel et bien être en faisant du sociétal et de la durabilité un levier de performance business. Preuve en est : les entreprises qui ont le mieux résisté au krach boursier de la crise Covid sont celles qui sont les plus responsables et les plus vertueuses en matière de critères ESG.

SUR LE CHEMIN DE LA RÉSILIENCE

Mais l'incertitude fragilise les fondamentaux de nos structures. Cette zone de turbulences soulève de nouvelles interrogations : comment adapter son entreprise au nouveau cadre législatif ? Comment assurer le retour des

employés dans le respect du cadre sanitaire ? Comment conserver son capital humain ? Comment réinventer des business models plus innovants pour survivre à demain ? ... Et pour les marques, comment rester dans une économie de moyens sans délaissier l'urgence environnementale ? Comment être porteur de sens envers nos communautés dans ce contexte ? Indéniablement, ces doutes accélèrent et testent notre volonté d'adaptation.

Bien que ces questions se tournent vers l'avenir, nous avons le sentiment qu'il faut agir dès aujourd'hui. Il y aura des gagnants et des perdants dans cette crise. Pour gagner il faut être dans le présent qui ouvre le champ des possibles : tout est à explorer, tout est à décrypter, tout est à réinventer. Écoute, agilité, inventivité, transformation : il faut s'armer de conditions propices pour préparer ce nouveau cycle économique. Rétablir nos business tout en tenant compte des (r)évolutions sociétales, telle est donc l'ambition de notre cellule Reshape with Trust.

Cette crise, c'est un défi. Un défi pour maintenant. Et vous avez toute notre confiance pour le relever.

**Trust in Business,
Trust in Society,
Reshape with Trust**





L'Équipe

UNE ÉQUIPE D'ADVISORS EXPÉRIMENTÉS ET PLURI-DISCIPLINAIRES ANIMÉS PAR LE «PAS DE CÔTÉ»

COMMUNICATION



Marion Darrietort
Réputation & Purpose

Fondatrice de l'agence Elan Edelman et Global Chair Purpose du Groupe Edelman, Marion conseille depuis près de 20 ans ses clients dans leurs stratégies de communication corporate et consumer.



Amélie Aubry
Brand

Aujourd'hui Directrice Générale en charge de l'activité Brand Marketing au sein de l'agence Elan Edelman, Amélie met sa double expertise corporate et brand, acquise au cours de 15 ans d'expérience dans la communication, au service de stratégies de marque qui capitalisent sur un fort ancrage sociétal.



Alexandre Faure
Integrated Solutions

Fort de 20 ans d'expérience en communication intégrée pour des entreprises du CAC40 et Fortune 500, et distingué par deux prix Effie et plusieurs prix créatifs, Alexandre a développé une expertise digitale et data-analytics sur des problématiques de notoriété de marque, de fidélisation de consommateurs, et de communication media et hors media.

STRATÉGIE & BUSINESS



Benoit Mathieu
Prospective Economique & Sociale

Aujourd'hui Directeur associé d'Elan Edelman, Benoit met ses 15 ans d'expérience dans le décryptage des débats d'opinion au service de l'anticipation des mouvements socio-économiques, des évolutions de comportements des consommateurs, et des nouvelles formes d'engagement, pour les transformer en idées opérationnelles adaptées aux enjeux de ses clients.



Belaïd Moucer
Digital Transformation

Fondateur de l'agence digitale MyStudioFactory en 2007, Belaïd dispose d'une solide expertise digitale et stratégique, développée au cours de ses expériences entrepreneuriales et managériales, et qui a bénéficié à plusieurs clients prestigieux (L'Oréal, Louis Vuitton...).



Frédéric Rosès
Business Transformation

Entrepreneur et consultant chevronné, Frédéric a exercé ses talents dans les domaines de la gestion, du numérique et de la stratégie, du capital-investissement et de l'incubation de jeunes entreprises, ce qui en fait un spécialiste de la transformation business, de la stratégie commerciale et du conseil en gestion et en entrepreneuriat.



Véronique Mata
Human Transformation

Spécialisée dans le conseil RH et associée chez Misceo depuis 2010, Véronique poursuit son ambition de faire du conseil autrement, en fondant le développement de son cabinet sur l'expertise, la créativité et l'intuitu personae, pour aider ses clients dans leur transformation.



Edouard Malbois
Catalyst Sociétal

Co-fondateur et CEO de Utopia Hackers, une méthodologie qui offre à ses clients un levier unique pour modéliser leur futur business model en réponse aux grands enjeux sociétaux, Edouard développe depuis plus de 20 ans une expertise dans la traduction d'idées et de visions en innovations opérationnelles portées par des marques audacieuses.



Yves Charlot
Design Sociétal

Aujourd'hui Directeur artistique indépendant, Yves a bénéficié d'un parcours qui l'a amené à travailler dans plusieurs types d'agence : Publicité, Marketing direct, hors média et RP et lui a permis d'avoir une compréhension globale des enjeux créatifs des marques, notamment dans les domaines de la création de plateformes de marque, d'identité de marque et que de packaging.



01.

“J’ai besoin de comprendre le monde qui change”



DES OUTILS DE DÉCRYPTAGE

- *Les éditions du Edelman Trust Barometer*
- *Le Cahier de Réanimation Corporate*
- *Le Trombinoscope des nouveaux influenceurs*

02.

“J’ai besoin de comprendre comment ma marque / mon entreprise est impactée par la crise”



DES OUTILS DE « CHECK-UP »

- *Benchmark Sectoriel*
- *Trust Check-Up*
- *Social Media check-up*

03.

“J’ai besoin de remodeler ma stratégie”



DES OUTILS DE DESIGN THINKING

- *Reshape Workshop*
- *Business Reboot Workshop*

04.

“J’ai besoin d’adapter mes pratiques métiers à l’ère Covid”



DES OUTILS DE MISE EN OEUVRE

- *Brand & Corporate*
- *Communication de Crise*
 - *Affaires Publiques*
 - *Litigation*
- *Engagement Influenceurs*
- *Employee Experience*
- *Accompagnement CEOs*
- *Communication Financière*
 - *Purpose*



L'Équipe

UNE ÉQUIPE DE SPÉCIALISTES ET DE TECHNICIENS
INNOVANTS DES MÉTIERS DE LA COMMUNICATION
POUR VOUS ACCOMPAGNER DANS LA MISE EN ŒUVRE



Laki Sola
Affaires Publiques



Anne-Sophie Gentil
Communication Financière



Léa Bernardi
Engagement Influenceurs



Jean-François Launay
Legal & Litigation



Géraldine Igou
Employee Experience



Meighan Teto
*Brand & Corporate
Storytelling*



Philippe Beteille
Communication de Crise



Marion Darrietort
*Accompagnement CEOs
Purpose*



Contact



Sophia Ould'ali

Responsable du Développement
sophia.ouldali@elanedelman.com
(+33)06.22.31.90.23