

Ludivine Plessy (CEO, Keep Contact) : "La crise économique que nous traversons le montre presque tous les jours, la confiance dans l'avenir des citoyens dépend très étroitement de la crédibilité des informations qui sont véhiculées"

Pour clarifier le sujet, qu'est-ce qu'une agence de relations presse et relations publiques (RP)? Quels services proposez-vous aux sociétés ?

Nous organisons des conférences de presse, des press tours dans les rédactions, des déjeuners de presse. Nous développons des partenariats avec les médias et bien entendu nous préparons les dossiers de presse avec des rédacteurs indépendants spécialisés dans les secteurs d'activité de nos clients afin que notre travail soit d'une qualité exemplaire.

Nous assurons également tout le suivi des relations presse pour nos clients. L'objectif est de mesurer en temps réel les retombées des opérations que nous réalisons pour le compte des entreprises qui nous font confiance. Le suivi proposé est quantitatif et qualitatif. Il prend en compte non seulement le nombre des reprises dans la presse, mais il analyse le contenu de la reprise.

Les RP sont fortement ancrées dans la culture anglo-saxonne, et également dans d'autres pays européens, alors que le Luxembourg reste encore assez éloigné de cette consommation. Comment développer, promouvoir une agence spécialisée RP au Luxembourg, un pays où ce type de démarches s'effectue régulièrement en interne ?

Keep Contact est une agence indépendante, ambassadrice des entreprises auprès des journalistes. Les informations diffusées sont contrôlées et mise en forme avec soin. Nous sommes de ce fait une source crédible d'informations pour les journalistes avec qui nous sommes en contact au quotidien. Nous travaillons dans un climat de confiance et de respect des exigences de la profession de journaliste. Cette position est reconnue par les entreprises et les médias.

En tant qu'entreprise de relations publiques et presse, quelle stratégie avez-vous vous-même adoptée en termes de communication ?

Notre meilleur vecteur de communication est un client satisfait. C'est la raison pour laquelle nous apportons un soin particulier aux propositions et aux dossiers que nous réalisons. Notre communication se vit au quotidien à travers les contacts que nous nouons avec les entreprises et les médias.

Naturellement, nous sommes aussi présents sur internet. Notre site www.keepcontact.lu propose l'ensemble de nos services, explique notre manière de travailler et diffuse l'ensemble de nos communiqués de presse.

Dans la conjoncture actuelle, quelles qualités une agence de relations publiques et presse doit-elle posséder ?

La crise économique que nous traversons le montre presque tous les jours, la confiance dans l'avenir des citoyens dépend très étroitement de la crédibilité des informations qui sont véhiculées. C'est également vrai dans le domaine professionnel. Il suffit pour s'en convaincre de regarder les évolutions erratiques des bourses mondiales, à la merci des rumeurs du monde économique.

Nous sommes conscients de cette réalité, et de ce fait, nous sommes très attachés à l'indépendance de l'agence et à la vérification des informations que nous diffusons.

Pensez-vous qu'il y a un réel risque pour une entreprise de ne pas communiquer sur la toile ? Comment gérez-vous, optimisez-vous la visibilité online de vos clients?

Une entreprise qui déciderait de ne pas être présente sur internet se priverait d'un outil de communication important, qui offre en particulier une porte d'entrée sur les marchés aujourd'hui globalisés. Pour autant, il ne suffit pas d'être présent sur internet pour communiquer de manière judicieuse. Il importe en effet de bien réfléchir aux messages à diffuser pour qu'ils soient pertinents et parallèlement de conduire des opérations de veille informationnelle pour savoir comment l'entreprise est perçue. Nous proposons à nos clients cette double compétence, à savoir l'élaboration et la rédaction de leur message et le suivi des parutions sur internet.

Avec l'essor des réseaux communautaires et autres blogs, le métier des relations publiques et presse a fortement été touché. Comment voyez-vous ce métier dans les années à venir ? Pensez-vous qu'il existe une réelle menace ?

Les NTIC (Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication) facilitent les contacts entre les individus. Les sms, les messageries instantanées, les réseaux communautaires ne sont sans doute que les balbutiements de la communication de demain. A preuve, ils n'existaient pas il y a 2 décennies seulement. Ce rappel invite à rester très modeste dans les conclusions que l'on peut tirer sur l'évolution des technologies. Qui se souvient de l'utilisation qu'envisageait Graham Bell pour son invention : le téléphone ? Il pensait qu'on s'en servirait pour écouter des concerts sans se déplacer. Nous avons longtemps tout fait avec un téléphone sauf de la retransmission musicale.

Outre la multiplication des outils technologiques, la profusion des informations ne remplacera jamais la qualité des contenus. C'est notre créneau et notre crédo. Nous utilisons tous les outils à notre disposition, y compris les réseaux communautaires, en veillant à la qualité des informations transmises.