



Dans un contexte de crise sans précédent, CLAI fait preuve de résilience avec une bonne première partie d'année 2020

L'année 2020 a bien démarré pour CLAI. Après deux premiers mois très prometteurs, le confinement à partir de mi-mars et la crise sanitaire et économique n'ont pas affecté significativement ses activités qui ont retrouvé au 3^{ème} trimestre leur niveau initial.

#14 missions gagnées

CLAI a remporté depuis janvier 2020 14 missions, confiées par des entreprises ou des institutions convaincues elles aussi que, dans un monde déconfiné, l'avenir de la communication réside, plus que jamais, dans la capacité à créer de la **Corporate Advocacy®** c'est-à-dire, susciter l'engagement des parties prenantes en leur faveur.

Au-delà des missions renouvelées pour des clients existants, les nouveaux contrats signés depuis le début de l'année concernent :

- **Bridgestone Europe** : relations médias pour un projet de restructuration
- **CCI France** : campagne de communication avec La Chose
- **Cercle Perspectives** : relations médias pour promouvoir le 1^{er} baromètre social des TPE-PME
- **Céréme** (Cercle étude réalités écologiques et mix énergétique) : définition de l'identité et lancement d'une association ayant pour objet d'obtenir une révision de la stratégie énergétique de la France
- **Cofidis Groupe** : assistance pour décliner la raison d'être du groupe en engagements pour chacune de ses marques
- **Crisis Prevention Institute** : marketing et communication 360
- **Exec Avenue** : relations médias d'un cabinet de recrutement
- **HH Group** : entraînement à la prise de parole
- **Inwi** : définition de la stratégie d'influence du 3^{ème} opérateur téléphonique du Maroc
- **Invie 78** : relations médias du salon e-tonomy
- **Mutuelle de Poitiers Assurances** : communication sensible
- **Netquattro** : définition et promotion de la marque et relations médias
- **Semmaris** : accompagnement d'un projet notamment en affaires publiques.
- **Youpass** : affaires publiques

#Engagé pour et avec ses clients

Reconnu pour son esprit entrepreneurial et son expertise en communication sensible, CLAI adapte en temps réel son organisation aux contraintes sanitaires. Même confinée, l'équipe est restée totalement mobilisée au service de ses clients sur plusieurs fronts, dont certains liés au covid-19 : assurer une communication transparente sur la continuité ou la reprise d'activité, faire connaître les dispositifs d'aide spécifiques mis en place au service de leurs clients et partenaires etc.



Les bureaux de CLAI ont rouvert le 1^{er} juin et l'équipe combine aujourd'hui travail au bureau et à distance.

#Responsabilité sociale

Mobilisé pour aider les marques à faire la démonstration de leur utilité sociale, économique et sociétale, CLAI est aussi, à son échelle, engagé dans une démarche d'amélioration de l'impact de ses activités sur son écosystème. Il a obtenu la labellisation « RSE Agences Actives » décernée par l'Afnor, en février 2020.

Malgré la crise, CLAI poursuit ses actions engagées pour limiter son impact environnemental, développer l'intégration du développement durable dans ses prestations et auprès de ses partenaires, maintenir un cadre de travail épanouissant pour ses collaborateurs.



#Raison d'être

CLAI a mené une étude auprès des directeurs de la communication sur l'art de bien définir sa raison d'être. Les résultats sont en cours de partage avec ses clients.

#Promotions internes

La crise n'a pas remis en cause le plan de promotion des talents : au 1^{er} avril,

- Emilie de Chezelles, jusqu'alors directrice conseil, a rejoint l'équipe de direction en tant que directrice associée,
- Gauthier Bencheikh a été nommé consultant senior,
- Antoine Szarzewski a été promu consultant,
- Tanvi Jawadekar a été recrutée en tant que consultante junior.

A propos de CLAI

CLAI construit sa forte croissance en conseillant ses clients, entreprises et institutions publiques, dans deux dimensions essentielles de leur performance : la promotion de leur image et la protection de leur réputation. Parce que la prescription et la recommandation d'un pair l'emportent toujours sur la communication de l'émetteur, CLAI aide ses clients à produire de l'engagement partagé autour de leur marque corporate grâce à la Corporate Advocacy®.

Pour cela, CLAI s'appuie sur 10 expertises reconnues :

- | | |
|--|---|
| > Intelligence sociale | > Affaires publiques |
| > Stratégie de communication : plates-formes de marque, plans d'action | > Stratégie digitale : e.influence, acculturation digitale |
| > Contenus de marque : chartes identitaires, campagnes publicitaires, productions éditoriales on et off line, formalisation de la raison d'être | > Relations médias on et off line |
| > Communication RH : marque employeur, mobilisation, changement, restructuration | > Communication financière |
| | > Media training & coaching |
| | > Communication de crise : préparation, formation, gestion |

Cabinet de conseil en stratégie de communication, membre du réseau international SEC Newgate, CLAI s'appuie sur une trentaine de collaborateurs et des partenaires experts pour réaliser une marge brute annuelle de près de 4 M€. CLAI a été élu Agence influence de l'année 2017 ainsi qu'Agence corporate de l'année en 2012 et en 2014. Ses équipes ont également été récompensées par deux TopCom d'argent, en 2013 pour Mastercard dans la catégorie relations publiques et en 2016 dans le cadre d'une mission sur la marque SPIE, et un TopCom de bronze en 2020 pour la campagne ACOSS d'intérêt général auprès des particuliers employeurs et salariés à domicile.