

F. COMMUNICATION DE CRISE ET E-LOBBYING

SPÉCIALISTES DE LA COMMUNICATION DE CRISE

classement 2014 des meilleures agences

Dans chaque groupe, les classements sont établis par ordre alphabétique

AGENCE ÉQUIPE ANIMÉE PAR...

INCONTOURNABLE

1	DGM Conseil	Michel Calzaroni
	FTI Consulting	Nina Mitz, Anthony Chalton, Guillaume Foucault
	Image Sept	Anne Méaux

2	Burson-Marsteller i&e	Philippe Pailliar
	CLAI	Éric Giuily
	Clémentine International	Stéphane Fouks, Mercedes Erra
	Vae Solis	Laurent Porta

FORTE NOTORIÉTÉ

	APCO Worldwide	Nicolas Bouvier
	ComCrise	Laurent Vibert
	Com2crise	Muriel Jouas
	Communication & Institutions	Olivier Le Picard, Fabrice Alexandre
	Edelman	Florence Baranes-Cohen
	Publicis Consultants	Fabrice Fries, Dimitri Granger

PRATIQUE RÉPUTÉE

	Aria Partners	Jean de Belot
	Arjuna	Béatrice de Veyrac
	Cabinet Acyan	Emmanuelle Tran Thanh Tam
	Omnigibus	Olivier Doussot

CABINETS DE CONSEIL EN E-LOBBYING

Les classements sont établis par ordre alphabétique

CABINET ÉQUIPE ANIMÉE PAR...

LA RÉDACTION RECOMMANDE

	ADIT	Antoine Violet-Surcouf
	Antidox	Xavier Desmaison, Jean Tillinac
	CEIS	Olivier Darrason, Guillaume Tissier
	Istrat	Matthieu Creux, Arnaud Dassier
	Repu7ation	Jean-Baptiste Descroix-Vernier
	Spintank	Nicolas Vanbremeersch, Guillaume Bernard

Quelques agences parmi les meilleures

Image Sept: première agence de communication indépendante en France



Anne Méaux

Leader:
Anne Méaux
Équipe:
65 collaborateurs
Création: 1988

Track record: Image Sept compte aujourd'hui plus de 100 clients (groupes internationaux, sociétés du CAC 40, PME, start-up) dans les secteurs économiques les plus variés: industrie, luxe, finance, distribution, Internet, sport, grande consommation... L'agence conseille également des États, des institutions nationales et internationales, privées et publiques.

Différenciation: Image Sept réunit des consultants issus d'univers très variés (finance, industrie, médias, politique...) et disposant de compétences très diverses (RP, communication de crise, relations institutionnelles...). Cela permet à l'agence d'accompagner ses clients dans l'élaboration d'une stratégie de communication spécifique et d'assister leurs équipes dans sa mise en œuvre.

DGM: une agence emblématique



Michel Calzaroni

Leader:
Michel Calzaroni
Équipe: N. C.
Création: 1985

Track record: l'agence de communication a su gagner la confiance de nombreux dirigeants de grandes entreprises. Dès 1999, LVMH lui a ainsi confié les rênes de sa communication. Ce succès ne s'est jamais démenti. Emmené par Michel Calzaroni, DGM peut ainsi compter sur un portefeuille de clients prestigieux tels que Vincent Bolloré ou Gérard Mestrallet, président de GDF Suez.

Différenciation: au fil des années, DGM s'est logiquement imposé comme une institution incontournable en matière de communication. Et avec à sa barre l'emblématique Michel Calzaroni et les talentueux Olivier Labesse et Christian de Bonet d'Oléon, DGM a encore de beaux jours devant lui.

CLAI: une référence dans la communication de crise



Éric Giully

Leader:
Éric Giully
Équipe:
20 collaborateurs
Création: 2009

Track record: créé par Éric Giully, ex-président de Publicis Consultants et ancien conseiller du ministre de l'Intérieur, Clai est spécialisé dans la communication corporate et institutionnelle. Parmi ses clients, le cabinet a notamment conseillé le groupe et les filiales d'Air Liquide et de Lafarge mais aussi la direction générale de CNP Assurances en 2013.

Différenciation: le cabinet intervient principalement dans deux domaines: la définition et la promotion de l'image de l'entreprise, et l'accompagnement des situations et projets sensibles. Pour ce faire, Clai a relevé huit axes d'expertise, dont la communication financière et la gestion des affaires publiques font partie.

Comcrise: le partenaire du dirigeant en situation sensible



Laurent Vibert

Leader:
Laurent Vibert
Création: 2008

Track record: le cabinet intervient pour des sociétés prestigieuses telles que KPMG ou Gras Savoye. Il réalise des exercices de *media training* et les assiste lorsqu'elles se trouvent en situation de crise. Il a été retenu récemment par le service d'information du gouvernement (SIG) pour animer des exercices de gestion de crise au niveau national et pour former les communicants de crise des ministères.

Différenciation: directeur de la communication, porte-parole des Pompiers de Paris et ancien officier en opération de 1982 à 2007, Laurent Vibert est un expert en communication et gestion de crise. Il possède une grande expérience en management des crises. Il accompagne la définition des stratégies et la formulation des discours lors de situations sensibles.

MÉTHODOLOGIE DES CLASSEMENTS

Les critères de classement retenus sont:

- Notoriété et réputation de la structure sur son marché
- Taille de l'équipe, séniorité des associés (*partners*), *managing directors*, dirigeants... niveau de formation des consultants ou collaborateurs
- Nombre et qualité des dossiers traités par la structure
- Prestige, diversité et internationalisation de la clientèle
- Croissance de l'équipe et chiffre d'affaires de l'activité concernée

Les classements sont établis au moyen des outils suivants:

• Méthode des questionnaires:

Envoi aux structures qui figurent d'ores et déjà dans les classements *Décideurs* ainsi qu'à celles susceptibles de les intégrer. Elles sont notamment invitées à communiquer des informations relatives à leur organisation, à leur track record ainsi qu'à leur marché.

• Méthode qualitative:

De plus, les équipes de *Décideurs* réalisent un nombre important d'entretiens. Ces entretiens nous permettent non seulement d'en apprendre davantage sur les structures citées dans les classements, mais également d'évaluer la dynamique dans laquelle s'inscrivent les firmes et les équipes évaluées.

Les analystes et responsables de marché rencontrent par ailleurs un nombre important de clients (entreprises, fonds, banques...), qui ont l'opportunité de partager les points de vue privilégiés sur les meilleurs acteurs et conseils du marché concerné. Une occasion pour celles-ci de commenter et d'apporter des informations inédites sur le marché ainsi que sur leurs conseils respectifs.