

Marie-ANTOINETTE

L'AGENCE

Confinés mais inspirés

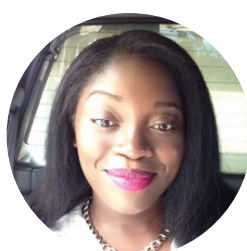
INTERVIEW CROISÉE N°4



Qui dit période inédite, dit nouveaux rituels, nouvelles habitudes de travail et nouveau regard sur nos métiers. Nos clients eux aussi sont confrontés à cette situation et prennent déjà le recul nécessaire pour nous inspirer ! Retrouvez dans nos regards croisés, ce quotidien changé expliqué par la Guilloteam et nos partenaires.

INÈS EKOULE EBONGUE

Consultante RP chez Marie-Antoinette



CAROLINE MORLOT

Directrice Marketing et Communication chez France Filière Pêche

Quel est votre premier geste du matin depuis le confinement ?

Le même qu'en temps normal, j'ouvre What's App pour prendre des nouvelles de mes proches, en particulier parce que mes parents vivent à 6 000 km de moi. Avec les frontières et l'espace aérien fermés, ça prend un autre sens. Ensuite j'allume BFM TV pour écouter Bourdin Direct en sirotant ma citronnelle-gingembre.

Quelle est votre recette favorite à base de poisson à réaliser facilement à la maison ?

La dorade au four ! Malheureusement je n'ai pas de four, et je ne suis pas une grosse cuisinière de poisson, même si j'en mange volontiers à l'extérieur. Sinon, le cabillaud reste une valeur sûre : cuisiné à la poêle avec une sauce (moutarde, champignons, crème...), c'est divin. J'affectionne particulièrement la sole frite, un plat qui a bercé mon enfance au Cameroun.

Quel est votre conseil pour garder le lien avec vos équipes / clients / partenaires ?

Comme je fais beaucoup de veille, en général je partage les articles qui me rappellent une personne en particulier. Sinon, les sms restent un indémodable !

De quelle(s) manière(s) le confinement impacte-t-il votre secteur ?

De manière générale, nous exerçons un métier qui nous "connecte" quotidiennement à ce qui se passe autour de nous. Nous devons être à l'affût de toute évolution ou changement qui se tient dans le secteur d'activité en lien avec nos clients. Le confinement a décuplé cet aspect du métier. La majorité de mes clients viennent de l'agroalimentaire et de la restauration, alors le travail de veille que je fais habituellement est multiplié par deux, car ce sont deux secteurs dont on parle tous les jours dans les médias. Ce qui nous manque, c'est le contact direct avec les journalistes.

Selon vous, votre secteur sera-t-il amené à évoluer après le confinement ? Comment ?

Je ne pense pas que les relations presse vont fondamentalement changer au moment de la reprise... Je pense que ce qui va évoluer, ce sont nos relations avec nos clients et les journalistes. Et les conditions et moyens avec lesquels nous devrons continuer de nourrir ces relations.

Quel est votre premier geste du matin depuis le confinement ?

Le même qu'avant le confinement, c'est-à-dire donner le biberon à ma fille de 6 mois. Mais je reconnais que le rythme du matin est plus souple, et qu'on profite davantage du temps en famille.

Quelle est votre recette favorite à base de poisson à réaliser facilement à la maison ?

N'étant pas moi-même un cordon bleu, je me lance tranquillement dans la réalisation de recette ; le bahn-mi d'aile de raie, super simple et savoureuse, reste le gros succès du confinement (jusqu'ici).

Quel est votre conseil pour garder le lien avec vos équipes / clients / partenaires ?

Les solutions de réunion à distance de type Teams ou Zoom fonctionnent vraiment très bien pour nous, au sein de l'équipe ou avec les agences. On a vraiment pris de nouvelles habitudes avec ce confinement, et sans doute cela nous aidera à aborder différemment la manière de nous réunir et d'échanger, même à distance.

De quelle(s) manière(s) le confinement impacte-t-il votre secteur ?

Le confinement a lourdement impacté le secteur de la pêche, en particulier depuis l'arrêt de toutes les activités de restauration (collective et commerciale) qui représentent un très gros débouché pour la filière française, et un élément structurant du marché. Face à un marché déstabilisé, la filière s'est réorganisée et une grosse majorité de la flotte française a décidé de rester à quai, et ce pour des raisons également de prudence vis-à-vis de la situation sanitaire. En ce qui concerne France Filière Pêche, nous avons eu à cœur, avec notre marque PAVILLON FRANCE, de soutenir la communication auprès du grand public pour informer sur les espèces débarquées et disponibles à la vente durant la période (que ce soit dans les rayons marée des enseignes de la grande distribution ou chez les artisans poissonniers).

Selon vous, votre secteur sera-t-il amené à évoluer après le confinement ? Comment ?

Je pense que l'après confinement reste une grande inconnue, pour tout le monde... Il faut essayer de rester positifs et faire preuve de beaucoup de solidarité. L'alimentation, comme l'a souligné le Président de la République, constituera un enjeu de souveraineté, et c'est une opportunité à saisir pour l'avenir de la filière pêche française.