

1900  
THE  
NEW YORK  
LIBRARY  
ASTOR LENOX TILDEN FOUNDATION  
1900

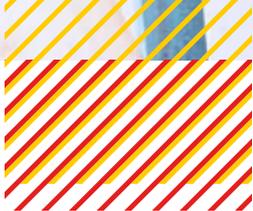
# VOUS PLACER AU CŒUR DES ENJEUX DE SOCIÉTÉ

---

En conjuguant les savoir-faire de la communication et des affaires publiques, Comfluence s'est dotée de toutes les expertises pour élaborer des stratégies d'influence qui placent les entreprises et les organisations au cœur des enjeux de société.

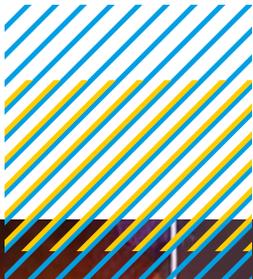
Parties prenantes de défis d'intérêt général, entreprises et organisations ne peuvent plus mener leurs combats sans avoir acquis une légitimité sociétale.

Dans ce contexte, l'influence sociétale constitue un levier stratégique. Bâtir cette influence, lui donner corps et sens, la faire rayonner dans votre environnement, est le cœur de notre savoir-faire.



DIAGNOSTIC SOCIÉTAL  
VEILLE D'INFLUENCE  
CONSEIL AU DIRIGEANT  
E-RÉPUTATION  
LOBBYING  
BRAND CONTENT  
TERRITOIRE DE MARQUE  
PRÉVENTION DES RISQUES  
GESTION DE CRISE  
DIPLOMATIE D'ENTREPRISE  
RELATIONS PUBLICS

# NOS COMBATS



**MANAGER VOTRE IMAGE  
ET VOTRE RÉPUTATION**

---

**FAIRE RAYONNER  
VOS ENGAGEMENTS**

---

**MAÎTRISER  
VOTRE ENVIRONNEMENT**

---

**ACCOMPAGNER  
VOS TRANSFORMATIONS**

---



**INTELLIGENCE  
ÉCONOMIQUE  
ET SOCIÉTALE**

**PILOTAGE  
STRATÉGIQUE DES  
PLANS D'ACTION**

**UNE  
AGENCE  
DE  
COMBATS**

**EXPERTS MÉTIERS  
OPÉRANT EN  
ÉQUIPE PROJET**

**TASK FORCE  
CRÉATIVE**



# NOS 4 PÔLES MÉTIERS

Comfluence est structurée en 4 pôles métiers, qui rassemblent des consultants, des influenceurs, des créatifs en perpétuelle interaction. Cette organisation offre à nos clients une expertise pointue dans chaque métier et une approche conseil décloisonnée en mode projet.

## RELATIONS MÉDIAS ET PUBLICS

Aux avant-postes des évolutions numériques, le pôle connecte les organisations à leur écosystème d'influence. Journalistes, éditorialistes, blogueurs, économistes, leaders d'opinion, twittos, associations, consommateurs... L'équipe cultive ses relations au service de dispositifs à fort impact médiatique.

## AFFAIRES PUBLIQUES

Le pôle accompagne ses clients dans l'élaboration et l'animation de leur stratégie d'influence institutionnelle et de lobbying. Sa priorité est de les placer en interlocuteurs experts et privilégiés des pouvoirs publics. Il rédige plaidoyers et plateformes argumentaires, cartographie les cibles et élabore la veille institutionnelle de leur écosystème.

## COMMUNICATION STRATÉGIQUE

Le pôle scrute les évolutions sociétales, technologiques et politiques pour concevoir des stratégies d'influence globales. Ce décryptage permet d'apporter un conseil personnalisé aux dirigeants. Il est essentiel lors des phases de communication sensible pour construire sa prise de parole.

## ÉDITORIAL ET DESIGN

Plaidoyers, dossiers de presse, plateformes d'engagement digitales, sites web, campagnes, motion design, rapports d'activité... Le pôle conçoit et produit des médias pour porter haut la voix de ses clients dans le débat public, et animer la relation avec leurs parties prenantes.

# EN 10 ANS D'ACTIVITÉ, COMFLUENCE A GAGNÉ LA CONFIANCE DE PRÈS DE 100 CLIENTS

ENTREPRISES, INSTITUTIONS, ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES, ASSOCIATIONS.

## MUTUELLE DES ARCHITECTES FRANÇAIS ASSURANCES (MAF)

Après avoir revisité les médias institutionnels de la MAF comme le rapport d'activité (enrichi d'une version digitale), Comfluence s'est vu confier des missions éditoriales à plus forte dimension marketing : conception du dispositif promotionnel d'un nouveau service en ligne à destination des architectes-concepteurs (associant motion design, cart'com, stand, etc.) ; création de supports commerciaux dédiés à la fidélisation et à la prospection de nouveaux adhérents. L'occasion de revisiter le storytelling de la mutuelle et de ses engagements au service de ses adhérents, et la présentation de l'ensemble de ses offres.



## MUTUELLE NATIONALE TERRITORIALE (MNT)

Mutuelle de référence pour les fonctionnaires publics territoriaux, la MNT a choisi Comfluence pour la conseiller et l'accompagner dans la gestion de ses affaires publiques. Dans ce cadre, l'agence a développé des médias destinés à accroître sa capacité d'influence, avec notamment un livre blanc et un kit de mobilisation à destination de ses adhérents pour les armer dans la rencontre avec les parlementaires de leur département. Véritable boîte à outils, ce kit inclut une cartographie régionale des parlementaires, une présentation argumentaire, une synthèse du livre blanc et un guide pratique de la rencontre parlementaire, de la prise de contact au suivi de la relation.

## UNIPER

Accompagner la prise de parole médiatique du 3<sup>e</sup> producteur et fournisseur d'électricité, de gaz et de services énergétiques en France, et de son dirigeant, dans un contexte sensible. Donner à comprendre les engagements et la vision du groupe : en 10 ans, il a investi 1 milliard d'euros dans la décarbonation de notre mix énergétique national. Valoriser le développement de ses activités, comme le lancement de l'activité GNL pour le transport routier. Défendre les choix stratégiques et industriels d'Uniper auprès des médias et leaders d'opinion (autorisation d'exploitation de la centrale biomasse de Gardanne).



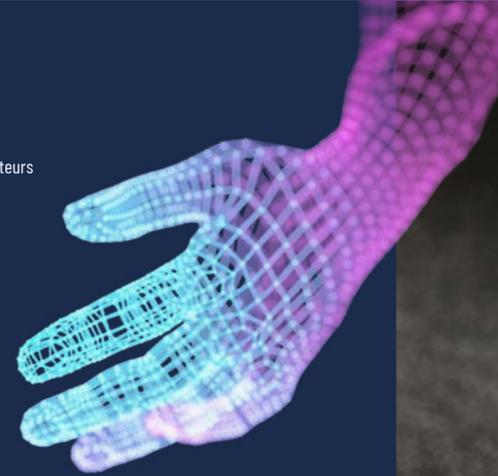
## VOIES NAVIGABLES DE FRANCE (VNF)

Établissement public administratif de 4 700 agents, Voies navigables de France (VNF) exploite et entretient le plus grand réseau européen de voies navigables. En 2013, VNF fait appel à Comfluence pour médiatiser ses activités dans le but de faire mieux comprendre ses missions à ses différents publics. Deux ans plus tard, VNF choisit l'agence pour optimiser et mettre en place ses dispositifs d'information interne et externe. L'agence conçoit et produit l'ensemble des médias de l'institution (hors sites web) : lettres et magazines, publications institutionnelles (rapport d'activité, rapport financier, brochures), outils thématiques et professionnels (guide retraites, livret d'accueil des agents, etc.). Des supports que l'agence revisite à l'aune de formats et de contrats de lecture inédits.



## SYMOP

Depuis 10 ans, Comfluence et le Syndicat des créateurs de solutions industrielles (SYMOP) cultivent une collaboration exemplaire. Avec toute la palette de l'influence (stratégie, relations presse et publics, événementiel, lobbying), Comfluence a créé une démarche d'ensemble et déployé les opérations « Robotcaliser » et « Productivez ». En plaçant ces enjeux au cœur des débats publics, Comfluence et le SYMOP ont obtenu des résultats sans précédent. Outre le plan robotique, le suramortissement exceptionnel a mobilisé plus de 1 milliard d'euros en faveur de l'investissement productif.



## EUROMASTER

Filiale à 100 % du groupe Michelin, Euromaster a confié en 2016 à Comfluence ses relations médias pour accroître sa notoriété et accompagner son développement sur ses marchés BtoB et BtoC. En 2017, Euromaster devient le leader en part de voix médiatique face à tous ses concurrents et un acteur reconnu pour l'innovation digitale dans le domaine du pneumatique et l'entretien courant des véhicules. En soutenant une stratégie de prise de parole corporate et sociale, l'agence a permis à Euromaster d'enrichir son terrain d'expression.



## AFNOR

Développer le processus de normalisation volontaire, sa reconnaissance et sa mise en œuvre, en favorisant sa substitution autant que possible aux lois et règlements : c'est l'objectif assigné par AFNOR à Comfluence, notamment à travers un dispositif de veille, de production d'argumentaires, de préparation et de montage de rencontres institutionnelles et politiques.



## SANOFI

Leader mondial dans la pharmacie, Sanofi a fait appel à Comfluence pour lancer une initiative d'intérêt général afin de renforcer la notoriété du groupe en Ile-de-France, où il est fortement ancré. Notre recommandation : fédérer tous les acteurs de la filière santé en région parisienne et contribuer ainsi à renforcer la performance de celle-ci et son rayonnement à l'international. La démarche EASI (Excellence académique scientifique et industrielle en Ile-de-France) s'est appuyée sur un comité de sages et a été lancée lors d'un forum durant lequel a été présentée une étude inédite, réalisée auprès des 100 principaux acteurs de la santé en Ile-de-France.



## ASSURANCE MALADIE (CNAMTS)

L'Assurance Maladie a choisi Comfluence pour auditer l'ensemble de ses champs de communication (interne, institutionnelle, servicielle, relationnelle) et pour élaborer, à ses côtés, son nouveau schéma directeur de la communication. Dans ce cadre, l'agence a travaillé étroitement avec la direction de la communication, l'ensemble du comité de direction et la direction générale, notamment pour questionner et revisiter le positionnement stratégique de l'institution. L'agence a également conçu et réalisé des publications de référence de la CNAMTS, comme le rapport d'activité et le rapport charges et produits, à destination du gouvernement et du Parlement.



## L'UNION SOCIALE POUR L'HABITAT

Un Grand Prix Stratégies des relations publics qui consacre la création de la Semaine nationale des HLM, ses événements territoriaux et sa couverture médiatique. Un parrain exceptionnel (Abdellatif Kechiche) au rendez-vous d'un concours inédit - Hlm sur court(t) - qui a vu naître de jeunes talents, dont un César du meilleur court-métrage. L'invention d'un territoire de marque qui a servi à unifier et à déployer de nouveaux médias pour accompagner une prise de parole pédagogique et engagée à l'occasion de temps forts politiques et institutionnels : plaidoyers, rapports d'activité, livres blancs, motion design, programmes courts télévisuels, sites web, etc. Huit années de complicité, huit années de fierté !



## CARTE BLANCHE PARTENAIRES

Réseau de soins ouvert (sur les secteurs optique, dentaire et auditif), Carte Blanche Partenaires souhaite, dans un contexte marqué par de fortes évolutions, promouvoir son modèle et faire connaître ses propositions. Pour y parvenir, Comfluence mobilise l'ensemble de ses expertises : relations presse pour gagner en visibilité et devenir progressivement leader d'opinion ; éditorial-design pour concevoir des supports d'information adaptés aux cibles ; affaires publiques pour développer et valoriser des prises de position et des propositions, en cohérence avec les enjeux sociétaux du secteur.

## VAL'HOR

Aux côtés de VAL'HOR, Comfluence a notamment pour ambition de révéler les bienfaits écologiques, sanitaires et sociaux du paysage et du végétal, auprès aussi bien des décideurs politiques et économiques que des médias et leaders d'opinion et du grand public. Notre objectif : soutenir une meilleure prise en compte des métiers et des expertises du paysage et du végétal dans le cadre législatif, mais aussi dans la commande publique et privée. Notre mission : faire de la pédagogie et susciter l'engagement autour de la démarche « Cité Verte », en regard notamment des défis climatiques et environnementaux grandissants.



 **comfluence**  
L'INFLUENCE SOCIÉTALE

Comfluence  
17, boulevard Malesherbes  
75008 Paris  
Tél. 01 40 07 96 68  
[contact@comfluence.fr](mailto:contact@comfluence.fr)



  
[www.comfluence.fr](http://www.comfluence.fr)  
