

digitales indispensables au marketing d'aujourd'hui, que ce soit pour booster sa carrière ou développer sa propre activité.

« Avec l'Agence Digitale Solidaire, nous mettons en place un vrai *win-win* », poursuit Charlotte Creplet. « Les entrepreneurs ou les commerçants déboussolés par cette crise du Covid-19 peuvent obtenir une aide gratuite pour lancer un nouveau service ou repenser leur business. Dans le même temps, les jeunes marketeurs de Skillsfactory qui interviennent bénévolement pour les aider peuvent ainsi enrichir leur C.V. et leur portfolio, ce qui leur permettra peut-être de trouver ensuite leurs premiers clients. »

L'Agence Digitale Solidaire a ainsi permis à un magasin de jouets de se digitaliser et à un salon de coiffure de se réinventer pour proposer à sa clientèle des « ateliers à distance », avec promotion adéquate à la clé. Mais cette structure n'est pas la seule à prôner la solidarité créative en terrain numérique. A Liège aussi, une agence spécialisée dans la communication digitale a décidé d'apporter gracieusement son expertise au secteur horeca dans le créneau de la livraison de repas à domicile. Objectif : aider les restaurateurs à sortir du lot avec une communication pertinente et ciblée pour survivre à la crise.

Autre opération digitale, lancée cette fois par le brasseur Alken-Maes pour soutenir les cafetiers et les restaurateurs victimes du lockdown : le Café Solidarité, où le client est invité à payer aujourd'hui les bières qu'il consommera à la réouverture d'un bar estampillé Maes

ou Cristal (les deux marques de pils du groupe brassicole). Après un paiement effectué sur le site www.cafesolidarite.be, l'internaute reçoit un « bon à valoir pour x bières » dans son bistro préféré. Le tenancier dispose ainsi d'argent frais qui l'aide à tenir durant cette période de chômage forcé. De son côté, Alken-Maes fait également un geste commercial en offrant les 400 premières bières à chaque bar ou brasserie qui participe à l'opération.

Les actions solidaires ne se comptent plus. Encore un exemple : Lockdown ? Standup ! du journal De Tijd/L'Echo. Les multiples initiatives non lucratives d'entrepreneurs pour les entrepreneurs sont publiées sur les sites Web du Tijd et de l'Echo. Tous ces projets couvrent l'ensemble de la carte de la Belgique. Kaabee.be est l'un de ces projets désintéressés : une nouvelle plate-forme qui dresse la liste des sites Web 100 % belges par catégorie. Elle dénombre actuellement plus de 600 inscriptions. Kaabee est la réponse de son créateur Boris Landuyt à l'appel des 26 CEO d'entreprises belges à soutenir l'économie nationale en achetant davantage local.

Kooplokaalsteun.be, lancé par Cronos, recense également les sites marchands belges. Sur lokaalonline.be, les commerçants locaux peuvent proposer leurs produits sans avoir à investir dans leur propre boutique en ligne. Même message sur wijkopenlokaal.be : préférez un site belge pour vos achats. Help-coronavirus.be est une plate-forme de « matching » qui se propose d'établir le lien entre ceux qui



L'imprimerie Zwartopwit offre des photos aux homes

En pleine période de confinement, alors qu'aucune visite n'était autorisée, les familles des résidents de certaines maisons de repos et de soins ont pu envoyer leurs photos en ligne à l'imprimerie Zwartopwit. Zwartopwit les a imprimées en grand format et en a fait cadeau aux institutions.

Dans la séquence (<https://atv.be/nieuws/fotos-als-cadeautje-voor-eenzame-ouderen-98416>) de la télévision régionale anversoise ATV, on voit Manu Lemeur, directeur de l'imprimerie Zwartopwit, à Herenthout, remettre des tirages à la résidence Vinck-Heymans, à Anvers. Zwartopwit a ainsi fait cadeau de photos à une septantaine de maisons de repos. Il s'agit de photos de proches des résidents, de leurs petits-enfants ou arrière-petits-enfants nés pendant la crise du coronavirus, de pêle-mêle de clichés de vacances ou pris à la maison, etc. L'imprimerie entend de cette manière aider les proches à partager leurs histoires avec les résidents des homes.

souhaitent offrir de l'aide en rapport avec le coronavirus et ceux qui en cherchent.

L'aide proposée gracieusement sur Lockdown ? Standup ! est très diverse : du marketing digital au e-learning en passant par les matières juridiques et les RH. Un petit aperçu. Group Van Damme offre notamment trois animations gratuites à poster sur les médias sociaux. Grow-Force dispense un cours sur les rudiments du *growth marketing*. L'agence de marketing Walkie Talkie a une hotline COVID-19 pour les dilemmes actuels en matière de relations publiques. L'agence numérique Jane's Hotline

donne des conseils aux PME en matière de digitalisation. Google Atelier Digital propose du coaching collectif en ligne pour indépendants sur des sujets en rapport avec le moteur de recherche, etc. Dans la presse gratuite régionale aussi, on promeut la valeur des circuits courts et de la vente auprès des producteurs locaux, souvent des agriculteurs et des fabricants artisanaux. Ces initiatives mettent producteurs et clients en contact et permettent d'organiser des moments de collecte et des livraisons à domicile. À l'évidence, la crise du coronavirus aura mis en mouvement pas mal d'engagement et de solidarité locale. (A.V.) ■