



Journée « Les bons réflexes »

8 octobre 2019

Compte rendu



Colonel Eric COLLOT, directeur des moyens matériels, Service Départemental-Métropolitain d'Incendie et de Secours (SDMIS)

Le Colonel Collot fait part de l'honneur d'accueillir les participants pour cette 1ère journée « Les bons réflexes » de la campagne 2018-2023. Le SDMIS assure quotidiennement près de 120 000 interventions et 15 000 sorties d'engins par an, dont 85% sont des interventions liées aux secours d'urgence aux personnes. Le service compte plus de 6 000 agents et 1 000 engins pour assurer une action la plus opérationnelle et efficace possible.

La prévention et l'information des populations sont au cœur des préoccupations du SDMIS, au travers de différentes actions :

- La réalisation de Schémas d'analyse et de couvertures des risques, qui permettent de recenser les risques de toute nature sur le territoire et qui déterminent les objectifs de couverture de ces risques
- La participation à la réalisation de certains Plans d'interventions d'urgence
- L'organisation d'exercices annuels pour les 31 sites SEVESO du département, sachant que la réglementation en prévoit normalement 1 tous les 3 ans.
- La participation régulière à l'ensemble des campagnes d'information du public.

Le site de Saint-Priest accueille près de 50 000 stagiaires à l'année et est le siège du centre d'entraînement zonal NRBC (Nucléaires, Radiologiques, Biologiques, Chimiques), qui se déroule deux fois par an et forme 250 personnels des services publics. La caserne dispose également d'un véhicule de détection et de prélèvements, sorte de laboratoire ambulant dont la fonction est de mesurer les impacts sanitaires et environnementaux liés au feu.

Raphaël GUERRERO, maire de Jarrie, Vice président Grenoble Alpes Métropole

Souffrant, M. Guerrero n'a pas pu être présent.

Jean-Luc DA PASSANO, maire d'Irigny, Vice président Métropole de Lyon en charge de la prévention des risques majeurs

M. Da Passano rappelle que la Métropole de Lyon s'est engagée fortement dans la campagne d'information du public sur les risques industriels majeurs aux côtés des industriels et des services de l'Etat. A son lancement, à l'automne 2018, trois enjeux avaient en particulier été identifiés :

- Cibler les publics scolaires par des actions de sensibilisation à promouvoir en lien avec les équipes éducatives, dans l'objectif de créer une culture du risque dès le plus jeune âge.
- Inscire cette campagne « Les bons réflexes » dans la durée, avec un déploiement d'actions et une communication régulière entre 2018 et 2023.
- Mettre en visibilité les actions de la campagne par la création d'un label unique destiné à valoriser les diverses initiatives en matière de prévention des risques et ainsi faciliter leur identification.

L'accident très récemment survenu à l'usine Lubrizol à Rouen nous rappelle le caractère indispensable d'une mobilisation sur le champ de l'information préventive, en particulier à destination des riverains des installations à risques. Cet événement a notamment illustré le niveau élevé des attentes -légitimes- des habitants en matière d'information pendant et après une telle crise. Il en ressort également que le message délivré par les autorités est relativement brouillé, ce qui tend à éroder la confiance de la population dans les messages délivrés.

De ces récents évènements, M. Da Passano fait ressortir trois axes de questionnement portés par la Métropole de Lyon et appelant d'éventuelles évolutions:

- En premier lieu, quid de l'efficacité de la sirène d'alerte qui accompagne le déclenchement du Plan Particulier d'Intervention (PPI). Ce signal constitue en effet la pierre angulaire des campagnes d'information du public et doit engager la mise en œuvre des quatre bons réflexes par les citoyens (pour rappel, se mettre à l'abri, écouter la radio, ne pas téléphoner, ne pas aller chercher ses enfants à l'école). Cette sirène est-elle bien entendue, et les consignes sont-elles bien connues et respectées ? Il y a un enjeu fort à multiplier les modalités de diffusion de l'alerte. En particulier, il serait nécessaire de développer des dispositifs géolocalisés permettant de diffuser une information sur tous les portables d'une zone donnée (système « cell broadcast »).

- Même si les premières minutes d'une crise sont très complexes à gérer, puisqu'on ne dispose pas encore des informations exactes sur l'évènement, il est primordial de prévoir une diffusion rapide de l'information vers les mairies. Les mairies doivent en effet pouvoir engager au plus tôt les mesures de protection qui sont de leur ressort, notamment pour ce qui concerne le déploiement des Plans Communaux de Sauvegarde (PCS).

- Enfin l'évènement Lubrizol illustre l'importance des enjeux relatifs à la gestion de la crise sanitaire qui a découlé de cet incendie. Compte tenu des pollutions potentiellement suscitées dans l'air, les sols et l'eau, les riverains ont légitimement demandé à disposer des bonnes informations en temps et en lieu pour adapter leurs comportements et leurs activités. Or, cela s'est révélé être très complexe, compte tenu de la difficulté à déterminer les produits impliqués et les mélanges potentiels. Cela questionne la possibilité d'anticiper de tels scénarios de crise sanitaire, afin d'être mieux préparés sur le terrain et délivrer des messages plus fiables.

M. Da Passano conclut donc que les habitants sont aujourd'hui de plus en plus exigeants en matière d'informations. Il identifie également un enjeu prégnant d'arriver à distinguer les messages officiels, argumentés, scientifiques, alors qu'ils sont de plus en plus parasités par le flot de messages non fiables circulant sur les réseaux sociaux. A cet égard, l'information préventive des populations constitue un pilier important de la prévention des risques sur lequel les efforts doivent être poursuivis avec la recherche d'une meilleure articulation avec l'information en cas de crise. En ce sens, la Métropole de Lyon souhaite continuer à jouer son rôle d'interface sur les territoires entre les services de l'État et les communes.

Yannick MATHIEU, directeur adjoint de la Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement Auvergne-Rhône-Alpes (DREAL AuRA)

Contexte : le 8 octobre 2019, peu avant le lancement de la journée « Les Bons Réflexes », un important incendie s'est déclaré dans une pépinière d'entreprises à Villeurbanne (69) et n'est toujours pas maîtrisé au moment de ces interventions introductives. Finalement l'incendie n'était pas sur une Installation Classée Pour l'Environnement (ICPE).

M. Mathieu s'appuie donc sur cet incident en cours pour expliquer que quatre fronts sont mobilisés pour ce type d'urgence :

- l'unité départementale du Rhône de la DREAL, pour la connaissance du site et du périmètre.
- une équipe en dédoublement pour l'analyse documentaire et venir alimenter les sapeurs-pompiers sur place. Cette équipe compte un expert diligent auprès des autorités présentes sur le site.
- l'équipe de direction de la DREAL, avec également en appui le service en charge de la gestion des risques.
- une délégation zonale, qui à son tour alimente Mme la Préfète déléguée à la défense et à la sécurité.

Car la gestion de crise se joue à quatre niveaux :

- au niveau de l'incident en cours, géré par les pompiers entraînés à ce type d'exercice.
- au niveau de l'organisation de la DREAL, pour gérer l'incident en faisant notamment le lien avec les différents acteurs concernés.
- au niveau médiatique, pour répondre aux préoccupations de la population.
- au niveau politique, avec la mise à disposition de l'ensemble des éléments liés à l'incident (conséquences environnementales, modélisations, cartographies, prélèvements de l'air, conclusions).

Or, la gestion de crise exige de trouver le bon équilibre pour expliquer que les informations en lien avec l'incident s'obtiennent dans des temporalités différentes que celles souhaitées par les niveaux médiatique et politique (temps des prélèvements, des analyses, de l'interprétation des données, ...). Cette dimension spécifique de la crise s'explique notamment par l'impact du numérique et des réseaux sociaux, Internet permettant aujourd'hui un accès à l'information plus complet, et surtout instantané.

Cet enjeu sera notamment évoqué lors de la table ronde de l'après-midi intitulée : « En quoi les réseaux sociaux peuvent enrichir l'information ? »

Emmanuelle DUBEE, Préfète déléguée à la Défense et à la Sécurité

Mme la Préfète remercie chaleureusement l'ensemble des participants, élus, industriels et organisateurs présents aujourd'hui et rappelle l'importance de ces journées de sensibilisation. Elle rappelle qu'il s'agit de la 6ème campagne d'information réglementaire des populations conduite sur le territoire. Elle rappelle également le choix fait en 2018 de conduire cette campagne d'information de façon continue, ce qui passe notamment par la tenue de ces journées annuelles d'échanges entre les acteurs de la prévention des risques, qui favorisent le partage d'expérience.

Force est de constater qu'aujourd'hui l'information va très vite, notamment au travers des réseaux sociaux. L'enjeu pour les acteurs de la prévention des risques est donc de s'assurer que l'ensemble des dispositifs de gestion de crise sont prêts, pour savoir comment intervenir et quelles mesures prendre.

La gestion de crise relève des autorités préfectorales, mais elle implique également des autorités locales. Cela nécessite donc de savoir comment communiquer et de disposer des informations le plus rapidement possible en s'assurant bien qu'elles aient été vérifiées au préalable. Ceci vaut également pour les entreprises impactées. Il s'agit aussi de se projeter sur le « post-crise », ce qui sera d'autant plus rapide et facile que les choses auront été anticipées, et que la préparation et la communication aura été bonne pendant l'événement. Il y a enfin la nécessité d'informer de façon préventive en dehors de la gestion de crise, finalité des brochures d'information et des journées les Bons réflexes. La gestion de crise implique en outre de nombreux partenaires impliqués comme le SDMIS. C'est la coordination de tous ces acteurs qui permettra d'assurer une action efficace.

Suite à l'incendie de Lubrizol, le Préfet de Région a adressé un courrier à l'ensemble des industriels SEVESO en Auvergne-Rhône-Alpes, afin de leur rappeler en particulier en tant qu'exploitant, leur responsabilité sur leur établissement pour vérifier la conformité de leurs installations et des produits stockés par rapport aux arrêtés encadrant les activités de leurs sites. Ce courrier rappelle en outre à ces mêmes industriels l'importance de tester leurs dispositifs de crise et leur demande de procéder à des exercices nocturnes. Un certain nombre d'actions doivent en effet pouvoir être menées de manière automatique lorsque l'incident se déclenche. Plus on s'est exercé, plus on est préparé, meilleure sera la gestion le moment venu.



Présentation de l'enquête de perception de la campagne «Les bons réflexes»

Marie BOYMOND et Florence DEL GROSSO, Cabinet Côté Clients

Cette enquête a été menée en juin 2019 auprès d'un panel de plus de 2 000 personnes pour évaluer la campagne d'information réglementaire menée à l'automne 2018.

Pour consulter les résultats de l'enquête, [cliquez ici](#).

Echanges avec le public

Qu'appellez-vous les « nouvelles communes » ?

Ce terme ne fait pas référence aux communes nouvellement créées, mais aux communes qui ne faisaient pas partie de la vague d'enquête de 2013.

A noter que de nouveaux établissements, par exemple des infrastructures de transport de matières dangereuses, ont participé à la campagne d'information 2018. Les communes concernées par le périmètre de risque (pouvant aller jusqu'à 10 kilomètres) ont donc été intégrées. Les nouvelles communes concernent également toutes les communes de la région Auvergne qui ont été intégrées lors de la fusion avec la région Rhône-Alpes.

On a pu constater qu'un certain nombre d'habitants de la Métropole de Lyon n'ont pas reçu les brochures d'information dans leurs boîtes aux lettres, sans pour autant pouvoir précisément cibler les zones concernées ?

Tout à fait, nous avons eu cette information en amont, et les résultats de l'enquête le confirment. Il s'agirait d'aller plus dans le détail, par arrondissement, et connaître plus précisément le taux de couverture sur la Ville de Lyon zone par zone.



Présentation du label «Les bons réflexes» et des actions labellisées

Corinne THIEVENT, animatrice du SPPPY

La campagne 2018 « Les bons réflexes » est d'envergure unique en France. Elle concerne plus de 120 établissements industriels et 410 communes sur la région Auvergne-Rhône-Alpes.

Le COPIL de la campagne et l'ensemble des membres des groupes de travail ont souhaité impulser un certain nombre de nouveautés :

- Inscrire la campagne dans la durée par une tenue annuelle de temps forts sur la période 2018/2023, plutôt que l'organisation d'une campagne unique tous les 5 ans.
- La création d'un label « Les bons réflexes » pour mettre en avant des actions innovantes, créer un réseau autour de la prévention du risque, faire passer les bons messages. Le dossier de candidature est facilement accessible sur le site « Les bons réflexes » (<http://www.lesbonsreflexes.com/>). Plusieurs critères doivent être respectés, comme le fait que l'action porte sur la région AuRA, soit impulsée par une démarche volontaire ou par des acteurs du territoire, concerne le domaine de la prévention, etc. L'obtention du label ne génère cependant pas de financement (plus d'informations sur www.lesbonsreflexes.com).

Une vingtaine d'actions ont été labellisées cette année, à destination de différents publics (scolaires, salariés, habitants, etc.), et six d'entre elles vont être présentées dans le cadre de cette journée « Les bons réflexes 2019 ».



Démarches de résilience et de prévention des risques sur le territoire de Grenoble Alpes Métropole

Bertrand MARION, Chargé de Mission Risques, DGA Cohérence Territoriale

Pour consulter la présentation, [cliquez ici](#)

Echanges avec le public

Les outils de communication de vous utilisez pour valoriser vos actions sont-ils plutôt au format numérique ? Papier ? Les deux ?

Dans le cadre de cette présentation, les 3/4 des actions concernent les aléas naturels pour 1/4 d'actions sur les aléas technologiques. Pour autant l'idée est bien de ne pas avoir de papier. Nous mettons donc en place des actions culturelles (exposition au Centre des sciences du Pont-de-Claix), et allons directement au contact des personnes (La caravane du risque, mise en place de stands de la Métropole sur les marchés, conférences dans le cadre de l'École de la résilience, ...). L'enjeu d'une bonne communication passe par créer un lien direct avec la population.

Quel est le budget et la temporalité pour la mise en œuvre de ces actions ?

Nous représentons un service transversal doté d'un petit budget, mais qui bénéficie de l'appui technique d'autres services. En moyenne nous bénéficions d'un budget de l'ordre de 225 000 euros mais certaines actions peuvent bénéficier du budget d'autres partenaires.

Hélène de SOLERE, Chargée de mission Risques DDUCV/STPU, Service écologie

Pour consulter la présentation, [cliquez ici](#)

Echanges avec le public

Quels retours avez-vous sur la perception de la mallette pédagogique auprès de la population ?

Elle a été très bien reçue, les habitants sont en demande de savoir quoi faire en cas d'accident. La remise de cette mallette a été faite avec des personnes en charge des Plans Communaux de Sauvegarde des communes, ce qui a permis des échanges libres. Cette mallette est un bon complément aux informations que l'on peut trouver sur internet car c'est quelque chose de matériel et pérenne. Or en cas d'événement, on ne va pas consulter la page internet pour savoir quoi faire, alors que là on dispose de plusieurs affaires à emporter avec soi dans sa pièce de mise à l'abri. C'est quelque chose de très positif.



Actions en matière de prévention des risques industriels

François GIANNOCARO, Directeur de l'Institut des Risques Majeurs (IRMA)

Pour consulter la présentation, [cliquez ici](#)

Échanges avec le public

Parmi les différents publics auxquels se destinent ces actions (élus, salariés, usagers, enfants), y en a-t-il un qui est plus réceptif ?

Nous avons réalisé un exercice dans la salle de crise de Salaise-sur-Sanne, à destination des collégiens. Un adolescent avisé répondit alors à un journaliste de France 3 : « Alors c'est très bien comme exercice, on a ressenti plein de choses. Ce serait bien que les élus s'entraînent aussi... ». Tout est dit.



Actions scolaires: présentation de la pièce de théâtre: « Oui mais si ça arrivait... »

Renaud ROCHER (Collectif Essentiel Ephémère)

Pour consulter la présentation, [cliquez ici](#)

Echanges avec le public

Compte tenu de la complexité de certains termes techniques utilisés, avez-vous dû effectuer un travail de vulgarisation pour que les enfants comprennent les messages ?

Nous avons la force de l'image, donc les termes n'ont pas forcément besoin d'être compliqués. Par exemple on ne parle pas de « confinement » mais plutôt de « se mettre à l'abri ». Nous ne sommes pas vraiment dans la vulgarisation, mais nous prenons le temps de bien expliquer les choses. Le développement du spectacle a été permis par une première campagne financée par la Préfecture du Rhône. Par la suite, la présentation de la pièce a été prolongée de deux ans alors que ce n'était pas initialement prévu. Puis elle a été labellisée «Les bons réflexes» et financée dans le cadre de la campagne.



Actions d'information sur la Plaine de l'Ain

Audrey AYRINHAC, Responsable Environnement et Sécurité, Syndicat Mixte du Parc Industriel de la Plaine de l'Ain

Le Parc Industriel de la Plaine de l'Ain (PIPA) accueille tout type d'entreprises. Il est géré par un Syndicat Mixte, avec quatre grands objectifs :

- L'aménagement (gestion des constructions, viabilisation)
- La commercialisation
- La maintenance et l'entretien
- L'accompagnement des entreprises (dirigeants et salariés)

Le Syndicat Mixte est l'interlocuteur privilégié et le lien entre toutes les entreprises. Il gère également les aspects de sécurité, participe à l'élaboration des Plans de prévention, sensibilise à la prévention des risques et met en œuvre des exercices de situation d'urgence. Il existe un système d'alerte et des exercices sont réalisés.

Pour consulter la présentation, [cliquez ici](#)



Présentation de la démarche RISCULARO

Nathalie CHAVANIS et Nathalie JAMGOTCHIAN, Service Sécurité Civile, Ville de Grenoble

Pour consulter la présentation, [cliquez ici](#)

Introduction de la table ronde: Rappel des obligations réglementaires en matière d'information

Sébastien VIENOT, chef du service PRICAE, DREAL Lyon

Pour consulter la présentation, [cliquez ici](#)

Echanges avec le public

Bien que nous n'ayons plus le droit de faire des photos de l'entreprise, une personne malveillante peut toujours regarder les différents zonages des plans de prévention pour en déduire l'hyper centre ? Elle peut également consulter les photos et plans diffusés lors des campagnes précédentes ?

C'est le raisonnement inverse qui a mené à cette décision. Ce n'est pas parce que l'information peut être trouvée ailleurs qu'il est pertinent de la diffuser. Il faut donc être conscient que quiconque s'intéressera à la fragilité d'un site industriel arrivera à trouver l'information. Pour autant il ne faut pas en faciliter l'accès. C'est une problématique majeure qu'on ne sait pas résoudre parce que l'on se doit justement d'être transparent sur les périmètres d'exposition des riverains aux risques.

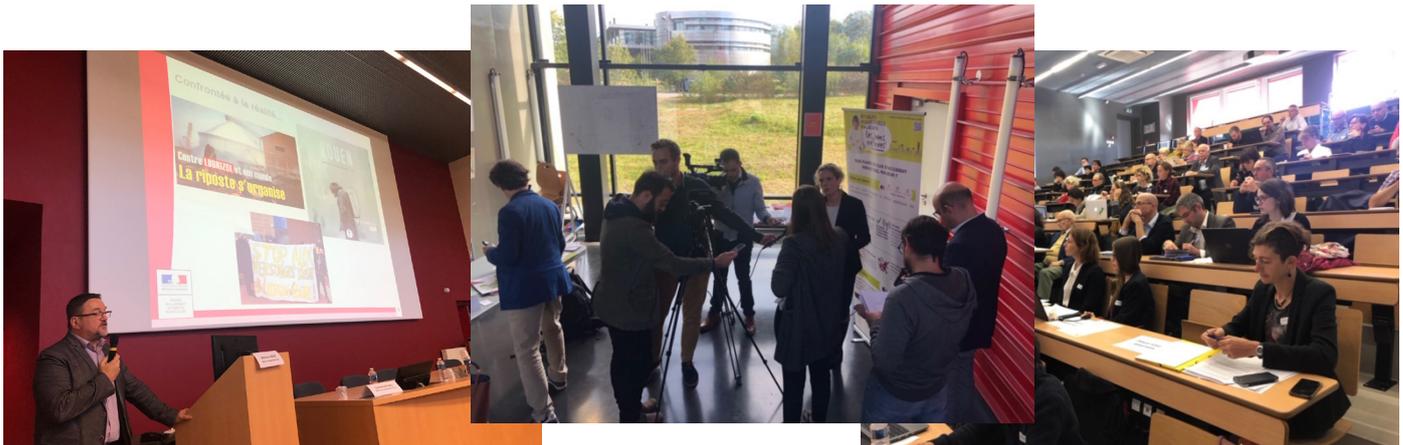
Dans le cadre d'une enquête publique, les dossiers de sûreté et autres doivent être accessibles en ligne. On voit bien les limites de la communication et de la transparence. Quelle est votre position à ce sujet ?

La loi prévoit que dans le cadre d'une demande d'autorisation, une partie du dossier peut être confidentielle. Ensuite, un régime dérogatoire permet quand même aux associations et aux riverains de consulter le dossier pendant la phase d'enquête publique, au cas par cas.

Mais il est arrivé qu'un PPRT ait été annulé pour le motif qu'effectivement les études de dangers des sites industriels n'avaient pas été mises à disposition du commissaire enquêteur. On est face à un paradoxe entre la mise à disposition d'une information à caractère sensible et le droit à l'information des populations riveraines. Cette question a fait débat lors de la préfiguration de l'instruction en 2017, puisque rendre plus difficilement accessible certaines informations génère de la suspicion.

Dans le cadre de l'activité de notre association, il nous est parfois demandé de réaliser des études de vulnérabilité de bâtiments. Malheureusement les cartes d'aléas des PPRT ne sont pas toujours claires, car l'information est filtrée, donc on ne peut pas aller dans le détail.

Dans un cas comme celui-ci il faudrait trouver le moyen de réunir les personnes concernées (par exemple la Direction Départementale des Territoires) et déterminer à quel type d'informations il est possible d'avoir accès. L'étude des phénomènes et des risques se fait dans une logique d'enveloppe, dans une approche majorante avec un niveau de précision parfois insuffisant. Il faut donc trouver le juste compromis.



Arnaud BACHELARD, community manager du Facebook « Les bons réflexes »

Pour consulter la présentation, [cliquez ici](#)

Echanges avec le public

Si on intègre les réseaux sociaux dans une communication institutionnelle, cela pose la question d'internaliser une telle compétence, puisque faire appel à un prestataire extérieur génère des coûts et une complexité en termes de management ?

Tout à fait, sachant qu'il faut quelqu'un de disponible 7j/7, car internet ne s'arrête jamais. Ne pas répondre aux messages pendant un certain temps est mauvais pour la communication. Cela peut aussi passer par une équipe dédiée avec une rotation pour être en permanence présent et réactif.

Vous parlez de la nécessité d'être réactif. Mais lorsque le sujet est technique, à qui faites-vous appel et en combien de temps pouvez-vous fournir une réponse ?

Je fais appel à l'équipe du secrétariat de la campagne d'information, qui sont eux-mêmes réactifs et peuvent généralement me fournir une réponse en 1h ou 2h. Par la suite il y a un travail de reformulation à faire pour rendre l'information accessible au grand public. A l'inverse, je peux faire remonter des informations de la part des habitants lorsqu'ils signalent un problème.

Dans les posts que nous avons pu lire dans votre présentation, on peut avoir l'impression que les gens s'auto-régulent entre eux ?

Il y a beaucoup de personnes qui expriment leur frustration sur les réseaux sociaux. Dans ce cas il s'agit de répondre de manière bienveillante, en recentrant sur ce qui nous préoccupe vraiment, puis la colère passe et les gens retrouvent le sourire.

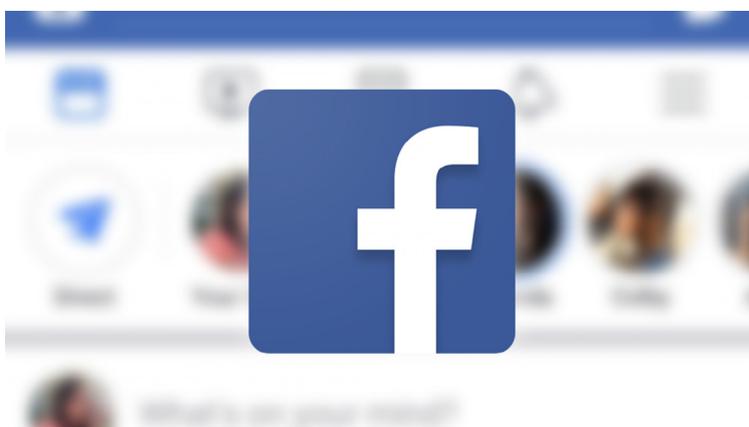


Table ronde : « En quoi les réseaux sociaux peuvent enrichir l'information »

- **Yannick MATHIEU**, directeur adjoint de la Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement Auvergne-Rhône-Alpes (DREAL AuRA)
- **Patrick POUCHOT**, Responsable Communication Vencorex Plate-forme Chimique du Pont-de-Claix
- **Nathalie BONNEFOY**, Directrice de la communication Orano Chimie-Enrichissement (Orano Tricastin, Drôme) **et Marianne ARAN-BERNARD**, Responsable des réseaux sociaux Orano Group
- **Elodie BOILEAU**, trésorière et membre du Conseil d'Administration, VISOV (Volontaires Internationaux en Soutien Opérationnel Virtuel)
- **Béatrice GISCLARD**, Designer territorial, docteure en géographie, Nîmes

Pour qu'on en comprenne bien l'impact, quels sont les enjeux d'une bonne communication ?

Nathalie Bonnefoy : en termes de communication de crise, on a eu une véritable révolution ces 15 dernières années. Au début des années 2000, on était sur du support papier, principalement de l'écrit. On était soumis aux règles du JT, avec des heures fixes. Puis les chaînes en continu sont arrivées.

Ensuite, le digital a pris place, avec une intensification des réseaux sociaux, qui aujourd'hui font partie intégrante de nos modes de communication quotidiens. C'est l'enjeu auquel ont dû faire face nos équipes, qu'on a dû former pour s'adapter à ces nouveaux modes qui ont une temporalité complètement différente, et qui sont accélérés en cas de crise.

Pourquoi les réseaux sociaux viennent-ils tout chambouler ?

Nathalie Bonnefoy : Parce que ça va très vite. On peut avoir la rumeur, les fakes news. Les réseaux sociaux c'est aussi de l'anonymat derrière, les personnes ne sont pas toujours clairement identifiées. Quand on voit les différents sondages, aujourd'hui ce n'est pas forcément l'industriel qui a la crédibilité, alors que c'est lui qui détient l'information de base. Quand on poste une information en tant qu'industriel, notamment en cas de crise, on a une responsabilité juridique. Toutes les informations qui ont été communiquées tout au long d'une crise feront partie des pièces qui feront état d'une instruction par la justice le cas échéant, pour connaître les circonstances de survenue d'un événement.

Marianne Aran-Bernard : J'insisterai sur l'extrême rapidité des réseaux sociaux. La temporalité a complètement changé par rapport à ce qu'on avait avant. De plus, chaque twitter est aujourd'hui un journaliste potentiel.

Est-ce que la communication hors et pendant une crise est la même ?

Patrick Pouchot : Non elle ne peut pas être la même. Dans un cas comme Lubrizol on a pu s'apercevoir qu'elle partait dans tous les sens. Il y a aussi une différence, c'est qu'en cas de déclenchement d'un Plan Particulier d'Intervention, l'industriel n'a plus tout à fait la main puisque la communication est placée sous l'autorité du Préfet, ce qui rajoute du délai en termes de décision, de validation de messages, et qui complexifie les choses par rapport à des réseaux sociaux où tout va très vite. Ce sont des enjeux complexes pour les industriels.

On peut avoir l'impression que, face à l'instantanéité des réseaux sociaux, on a en face une communication institutionnelle, qui passe par un processus de validation, et qui n'est peut-être pas adaptée ?

Yannick Mathieu: Notre communication institutionnelle, qui passe aujourd'hui par différentes validations, y compris entre le local, le régional et le national, n'est pas adaptée à la réactivité des réseaux sociaux. L'un des avantages des réseaux sociaux est qu'ils donnent une expression de l'intelligence moyenne, instantanée et dans la durée, des français. Et on voit que le niveau culturel et le degré de finesse montent. On trouve bien sûr des insultes et des fake news, mais quand on regarde de plus près, on voit la profondeur et l'interactivité des échanges.

Un deuxième intérêt est que les réseaux sociaux sont un outil prédictif. Ils anticipent le futur et c'est très intéressant. Les jeunes générations, qui sont nées avec, sont capables de repérer des signaux basse intensité qui émergent. Cet aspect n'est pas du tout approfondi dans les structures d'Etat.

Le dernier élément, c'est que comme pour les mails, on apprendra tous à intervenir sur les réseaux sociaux, parce que ça fera partie de notre travail. L'Etat n'a pas encore fait sa mue. Il faut qu'il apprenne que la maîtrise intelligente d'une crise passe par justement l'absence de maîtrise au plus haut niveau et par l'intelligence du local, du terrain.

Nathalie Bonnefoy: Il faut aussi rajouter l'enjeu de la communication à froid, hors événement, sur les réseaux sociaux. Il ne faut pas qu'on ait des procédures de gestion de crise qui soient différentes de ce qu'on fait au quotidien. Nos followers se construisent au fil du temps, au travers d'une communication pédagogique, sur les métiers, les compétences. Ça offre la puissance de toucher des profils comme les 18-35 ans, qui peuvent devenir alors des relais.

Nous avons fait le choix d'utiliser Twitter comme principal outil, qui concerne plus les leaders d'opinion, presse et institutions, ce qui leur permet d'avoir instantanément l'information liée à nos activités. Facebook concerne plutôt du grand public.

Marianne Aran-Bernard: Les cibles ne sont pas du tout les mêmes. C'est important pour nous en tant que grand groupe d'avoir twitter parce que l'on va toucher les politiques, la presse, le grand public averti.

Pourquoi cet attrait de la population pour les réseaux sociaux?

Béatrice Gisclard: Les réseaux sociaux ne sont jamais que des outils. On est face à un changement de paradigme avec une communication qui n'est plus uniquement descendante mais qui devient interactive.

On s'aperçoit que dans le phénomène que l'on appelle «l'infobésité» (la surcharge d'information), la notion du risque n'est pas omniprésente. Parmi cette montagne d'informations, en cas de panique, les gens ne vont pas chercher le dernier DICRIM qu'ils ont reçu il y a 8 ans dans leur boîte aux lettres, ils vont sur les réseaux sociaux pour chercher l'information là où elle est dans le quotidien. Les gens ont besoin de savoir ce qu'il se passe à l'échelle de leur quartier, ils veulent une information locale.

On a pu voir l'importance d'aller au contact de la population, de créer du lien physique. Pourtant les réseaux sociaux sont virtuels. Est-ce que ce n'est pas paradoxal de se sentir proche alors que l'on est derrière son écran?

Béatrice Gisclard: Beaucoup d'études démontrent que notre réseau «virtuel» est en fait très concentré géographiquement, dans la proximité. On est en présence, dans une réelle relation, mais qui passe par un outil numérique.

Marianne Aran-Bernard: Ce n'est virtuel que parce que le canal est numérique, mais on est quand même en interaction. Comme pour le téléphone, on entend la voix de son interlocuteur.

Yannick Mathieu: Le cerveau devient numérique, ce qui change les relations, l'affection, l'émotion, ... Les jeunes générations ont internet, ils ne voient donc pas l'intérêt d'apprendre et de retenir puisqu'ils ont l'information à portée de téléphone.

Nous sommes tous d'accord pour dire qu'il y a une dimension incontrôlable de l'information sur les réseaux sociaux. Comment cette information est-elle triée, notamment en période de crise ?

Élodie Boileau: On l'a dit les réseaux sociaux sont devenus le nouveau réflexe pour s'informer. Lorsqu'il y a un incendie, on va d'abord prendre une photo pour la partager, puis après on appellera le 18. Les réseaux sociaux constituent donc une base d'informations qui peut être utile à la gestion de crise. Notre association VISOV conventionne avec les institutions d'État, qui peuvent nous activer pour aller veiller les réseaux sociaux et faire remonter les informations, et aussi repérer les fake news.

Comment faites-vous pour vérifier que les informations sont exactes ou non ?

Élodie Boileau: Il existe plusieurs outils de «fact checking», pour connaître la provenance d'une photo par exemple. Notre travail est de recroiser toutes les informations, de vérifier le plus finement possible ce qui est posté.

Marianne Aran-Bernard: Il faut aussi regarder les commentaires avant de partager une information, qui sont des indicateurs sur sa véracité.

Béatrice Gisclard: Il faut rappeler que la rumeur a toujours existé, c'est constitutif de l'être humain car chaque individu perçoit le monde différemment. Nous n'avons pas une approche rationnelle des choses. Si une rumeur prend c'est aussi parce qu'il y a un socle de croyances qui le permet et qu'il n'y a pas de communication qui vient la démentir. Mais on constate aussi qu'il y a une auto-régulation des internautes par eux-mêmes, ce qui est déterminant pour la propagation ou non d'une rumeur.

Nathalie Bonnefoy: les réseaux sociaux peuvent amplifier les rumeurs mais aussi les éteindre très rapidement.

Yannick Mathieu: Il y a une vraie aspiration à connaître la vérité chez l'être humain. Quand on laisse les gens interagir entre eux, à un moment il y a une régulation, c'est une forme d'intelligence. Pour autant il existe des personnes qui construisent de fausses informations en profondeur, très difficiles à déceler. Il faut aussi faire preuve de discernement à cet égard.

Patrick Pouchot: Depuis quelques années les industriels font de gros efforts de transparence. En plus des communiqués officiels aux mairies, à l'État, il nous faut publier sur les réseaux sociaux des informations sur ce qu'il se passe sur nos sites. Ça alimente un flot d'informations qui remet l'accident à son juste niveau. En cas de crise, il faut être dans la réactivité, mais pas dans la précipitation.

Yannick Mathieu: Toujours avoir en tête cette posture d'humilité, parce que l'on est vite rattrapé par les faits. Il est important de trouver la bonne articulation entre transparence et lenteur, car certaines connaissances nécessitent du temps pour les acquérir. Il faut donc faire accepter cette patience aux internautes, c'est-à-dire le fait de ne pas tout savoir tout de suite.

Béatrice Gisclard: Dire qu'on ne sait pas, c'est déjà dire quelque chose.

Nathalie Bonnefoy: Si l'on n'a pas l'information on peut toujours décrire l'action, les moyens qui sont déployés, c'est aussi un facteur qui vise à rassurer.

Les citoyens ont-ils toujours les clés de lecture pour comprendre le degré technique des informations, auquel cas elles peuvent mal interpréter ?

Marianne Aran-Bernard: Le rôle des réseaux sociaux est très important dans la vulgarisation de l'information. Il faut être capable d'expliquer les choses simplement. Si l'information est trop technique, les gens pensent qu'on cherche les duper. Un effort de pédagogie est essentiel.

Béatrice Gisclard: On a l'impression d'être dans deux mondes qui ne se comprennent pas. La défiance des citoyens envers les institutions vient aussi de la défiance des institutions et des autorités à leur égard. Les gens communiquent entre eux, c'est comme ça qu'ils arrivent à mieux se comprendre.

Yannick Mathieu: Aujourd'hui, la communication institutionnelle d'Etat est au minimum binaire, c'est-à-dire qu'il y a le régional qui réfléchit en lien avec le départemental, qui communique forcément en lien avec le national. Cet aller-retour peut déjà en soi être suspect: pourquoi le local ne pourrait-il pas communiquer immédiatement les informations à sa disposition ? Pourquoi doit-il obligatoirement les recroiser avec le national ?

Mais le bon dosage est un peu compliqué. Il y a toujours un contexte global, une toile de fond (élections municipales, catastrophe de Fukushima, ...) dans laquelle on s'insère, ce qui ne contribue pas forcément à améliorer la transparence et la clarté. En période de crise, on s'aperçoit que l'axe médiatique vient perturber l'axe institutionnel, ce qui fait que les urgences ne sont pas toujours traitées dans l'ordre où elles le devraient. Mais il y a aussi l'impact de la dimension politique qui vient interférer.

Patrick Pouchot: Quand on est dans un PPI où la communication est gérée par l'autorité préfectorale, c'est vrai que ça rajoute de la complexité pour l'industriel. Mais ce que le citoyen veut savoir en premier lieu c'est si oui ou non il est en danger, faut-il se mettre à l'abri, est-ce que je peux aller chercher mes enfants à l'école, ...

Élodie Boileau: Il y a effectivement un gros travail de pédagogie à faire, ne serait-ce que sur les acronymes. Aujourd'hui les réseaux sociaux font que la communication de crise fait partie intégrante de la gestion de crise mais les deux fonctionnent sur des temporalités totalement différentes. Il y a un équilibre à trouver entre l'immédiateté des réseaux sociaux, des médias qui vont de plus en plus vite, et le citoyen qui attend l'information.

Patrick Pouchot: Effectivement c'est important de ne pas trop tarder pour communiquer. Mais il faut aussi prendre en compte les salariés qui sont sur le site de l'incident, et qui eux aussi ont des smartphones avec lesquels ils peuvent communiquer.

Marianne Aran-Bernard: De nos jours la presse elle-même s'informe via les réseaux sociaux. L'AFP veille en permanence sur les réseaux sociaux pour détecter les informations, c'est la base.

Nathalie Bonnefoy: On travaille aussi beaucoup avec les médias locaux, car ce sont eux qui sont les premiers sur place en cas d'incident, et depuis trois ans ils suivent vraiment les fils d'actualité twitter pour se tenir au courant.

Quand nous évoquons ce lien entre local, régional et national en communication, c'est aussi valable pour les grands groupes industriels. Il existe des cercles décisionnels qui valident la communication qui génèrent une forme d'inertie, mais la priorité reste la remise en sûreté des installations et la protection des populations. Notre travail de communicant au quotidien est, en cas d'événement, de décharger les opérationnels qui doivent se concentrer sur le technique, pour absorber la pression médiatique. Et dans ce cas la meilleure mesure c'est la prévention.

Béatrice Gisclard: Rappelons que les pompiers sont aussi sur les réseaux sociaux. Et même s'ils n'ont pas l'information, le simple fait de communiquer sur le fait que les équipes d'intervention sont sur place est corrélé avec la baisse des appels d'urgence de la population.

Comment se gère la dimension émotionnelle sur les réseaux sociaux? Car on peut imaginer combien il est difficile de communiquer de façon rationnelle avec une personne qui serait prise de panique.

Nathalie Bonnefoy: Il est clair qu'en tant qu'industriels, nous avons aussi un devoir d'information auprès des familles de nos salariés. En cas d'incident, même si nous n'avons pas l'information, on se doit d'informer.

On sait que les très jeunes générations n'utilisent ni Facebook, ni Twitter. Donc si l'on se projette, comment va-t-on communiquer dans l'avenir pour toucher cette population ?

Marianne Aran-Bernard: Nous communiquons déjà sur Instagram, et cela fait un certain temps que nous sommes habitués à l'usage des réseaux sociaux.

En cas de crise, on peut se poser la question de la valeur ajoutée de voir communiquer un politicien. Est-ce vraiment au politique de parler alors qu'il n'est pas vraiment spécialiste, sur des sujets qu'il ne maîtrise pas vraiment ?

Yannick Mathieu: On peut aussi se poser la question inverse. Quand on sait que les micros vont être tendus vers le politique, en tant que services de l'Etat, nous nous devons de les alimenter, sur les risques, les conséquences de l'accident, et y compris leur expliquer de quelles informations nous ne disposons pas encore.

Sébastien Viennot (depuis la salle): Si les micros se tendent vers les représentants de l'Etat, c'est parce qu'il est attendu qu'ils s'expriment. Il y a une attente sociétale relativement nouvelle quant au fait que les élus s'expriment en cas de crise. Ce n'était pas le cas avant, les incidents étaient gérés localement.

Nous avons parlé d'une forme de défiance entre les citoyens et l'institution. Que faudrait-il faire pour renouer le lien avec la population ?

Béatrice Gisclard: On peut voir dans les études d'opinion que le Maire reste la référence pour les habitants. Il y a une perception différente des individus entre «leur» élu avec qui ils sont en contact quotidien, et les sphères plus hautes du gouvernement dont ils se sentent complètement éloignés. Il ne faut donc pas négliger cet échelon.

Nathalie Bonnefoy: En tant qu'industriel nous formons des porte-parole avec différents profils (technique ou généraliste), qui interviennent parfois en binôme. Quand on parle de créer du lien, du capital confiance, cela passe par les réseaux sociaux, mais aussi par les autres formes de médias et modes de communication.

CONCLUSION

M. Mathieu remercie l'ensemble des personnes présentes aujourd'hui. Il évoque la circulaire du 2 octobre adressée à l'ensemble des Préfets de région et de département suite à l'incendie de Lubrizol. Ce document demande le renforcement du contrôle et de la surveillance des sites SEVESO, de la communication d'accompagnement par le biais des Commissions de Suivi de Site (CSS), et la préparation à la gestion de crise avec la mise en place d'exercices en situation réelle. Un travail de contrôle, d'inspection et des exercices vont être effectués dans les mois à venir pour être préparé au mieux en cas d'incident.

Cette journée «Les bons réflexes» s'inscrit bien dans la trajectoire fixée par la campagne 2018-2023 sur les risques industriels majeurs, avec la volonté de proposer un événement chaque année. Comme évoqué lors des différents échanges, la communication en continu permet d'asseoir une certaine confiance et sert de socle à la communication en cas de crise. Il nous faut donc continuer sur notre lancée en innovant sans cesse sur nos modes de communication et d'alerte, tout en prenant en compte les nouveaux enjeux de notre société.

les bons réflexes!

