

# Communiquer sur les risques pour responsabiliser la population

Par Charly DUPLAN



Magazine de la Communication de crise et sensible © Mars 2014

[www.communication-sensible.com](http://www.communication-sensible.com)

Editeur : Observatoire International des Crises (OIC)



# Communiquer sur les risques pour responsabiliser la population

*Par Charly DUPLAN*

## Résumé

Après chaque catastrophe, le constat est récurrent : les populations méconnaissent le risque subi et les comportements à adopter ; le déni du risque souligne les faiblesses de la culture des risques.

La non appropriation de ce sujet ne peut pas seulement être imputée au désintérêt des individus. Certes les risques sont anxiogènes et ne se concrétisent pas tous, ce qui limite la mobilisation de la population. Certes la gestion actuelle de ces risques n'implique guère le grand public, ce qui en freine la responsabilisation. Cependant, le peu d'intérêt porté aux informations sur les risques doit être source de réflexion pour rompre cette dynamique de désappropriation et lancer une communication globale sur les risques.

Cet article traite des enjeux et conditions de la communication sur les risques pour responsabiliser les publics au travers du partage d'une même culture. La communication vers la population est ici déclinée en sensibilisation et en alerte et information en période de crise.

## *Mots clés*

Alerte des populations – communication sur les risques - culture du risque - gestion de crise - information de la population – risque majeur – sensibilisation

Les propos tenus dans cet article n'engagent que leur auteur.  
Reproduction complète ou partielle interdite sans accord de l'auteur. © Charly DUPLAN 2014

Les constats d'absence de culture des risques majeurs sont récurrents. Pourtant la conscience, la connaissance et l'acceptation du risque ainsi que l'apprentissage de la gestion des crises, parts de la culture des risques<sup>1</sup>, sont régulièrement mis en avant comme facteurs de réduction de la vulnérabilité des populations. Sensibilisés et responsabilisés sur les risques bien en amont de toute crise, les citoyens aideraient la gestion de crise dans la mesure de leurs compétences par leurs comportements adaptés.

Mobilisée en temps de paix et de crise, la communication sur les risques est un outil de partage des connaissances et de transmission des consignes, avec la volonté de placer le citoyen au cœur des événements de sécurité civile. La question se pose donc de tirer profit de cette communication dans la gestion des crises par le partage d'une culture du risque.

À partir d'exemples réels, des pistes concrètes d'évolution de la communication sur les risques sont avancées. Cette communication est ici abordée sous l'angle de l'information, élément essentiel à la prise de conscience des populations ainsi qu'à leur réaction en cas de crise. L'objectif est de souligner les facteurs d'efficacité de la sensibilisation des publics en amont des crises afin d'en aider la gestion par l'action de citoyens responsabilisés.

## **I. Comment informer les populations, en temps de paix ou de crise ?**

Deux types d'information des populations existent, mobilisant des messages, des supports et des cibles différents :

- la sensibilisation, en temps de paix : ce type d'informations vise à la prise de conscience des risques et à l'apprentissage des comportements d'urgence (en préparation au jour J.) ;
- l'information en cas d'alerte : explication de la situation et diffusion des consignes à respecter (par exemples : rester attentif aux consignes, ne téléphoner qu'en cas d'urgence).

### **A. Vulgariser pour partager une culture du risque**

Les savoirs sur les risques et leur gestion sont souvent des éléments techniques qu'il peut être difficile de transmettre explicitement aux publics. Tout l'enjeu est de ne pas trahir la connaissance professionnelle sans perdre l'intérêt de publics peu intéressés et souvent moins savants. L'information sur les risques majeurs oblige à la vulgarisation car elle place le citoyen en position centrale. Les difficultés de l'information sur les risques sont récurrentes : méconnaissance des supports, accessibilité physique et intellectuelle limitée de ces documents, pertinence des informations

---

<sup>1</sup> La culture du risque est ici la définition d'un projet de gestion des risques majeurs, « *un moyen de remettre au goût du jour des éléments de stratégie de gestion [du risque]* » (F.-R. Chevreau, 2006) et non les liens entre les individus sur ce sujet.

transmises, dissonance avec les expériences personnelles, restriction de l'information au minimum réglementaire, etc.

La place du citoyen par rapport aux risques majeurs est questionnée. Cette interrogation « *n'est pas nouvelle. Elle a toujours été centrale, mais en creux, dans les dispositifs mis en place par les autorités publiques pour assurer la protection des personnes et des biens* » (Lagadec, 2011). La loi oblige désormais à placer chaque citoyen au centre de la gestion des risques car « *toute personne concourt par son comportement à la sécurité civile* » (article L.721-1 du code de la sécurité intérieure). En informant, le but est aussi de responsabiliser la population : apprendre à chacun à se sauvegarder et à protéger les autres mais aussi améliorer la réponse collective de la sécurité civile et réduire la consommation de services de secours<sup>2</sup>.

Des dispositions existent pour faciliter l'intégration des citoyens dans la gestion globale des crises : concertation publique obligatoire lors de l'élaboration de plans de prévention des risques, commission locale d'information autour des installations classées, obligation réglementaire de mettre un certain nombre d'informations à disposition, etc. Malgré ces possibilités, l'implication des citoyens reste faible et souvent limitée aux individus déjà sensibilisés (témoins de catastrophe ou personnes disposant d'un savoir personnel).

Pourtant, l'information existe mais c'est au citoyen d'aller la chercher : 75% des Français se sentent mal informés sur les risques industriels et 63% sur les risques naturels (IFOP, 2013). L'enjeu n'est plus simplement d'offrir une source d'information quelles qu'en soient ses caractéristiques, il est de porter à connaissance l'existence de ce savoir. La facilité d'accès à des informations toujours plus nombreuses, la concurrence entre les supports d'information et les besoins de publicité qui en découlent soulignent deux causes de la méconnaissance du risque : le déni des risques de la part de la population et l'inefficacité de la transmission des informations.

Le manque d'appropriation de cette question est avéré et le déni des risques est un frein majeur à l'écoute des informations transmises aux publics. Néanmoins, il serait trop simple de cesser tout effort de mobilisation pour tenter d'inverser cette tendance. Les populations sont tout autant désintéressées que trop peu associées et responsabilisées à la gestion globale des risques, souvent perçue comme une affaire de spécialistes (IRMa, 2013). Le désintérêt du grand public pour le sujet des risques est certain, sujet hypothétique par définition et pessimiste par nature. Or, l'information de la population n'est efficace que si cette même population a conscience des risques auxquels elle est soumise. En même temps, les actions efficaces de mobilisation demeurent limitées. La transmission de la culture des risques est freinée par l'absence de prise de conscience ; le déni des risques est alimenté par l'impuissance de la communication à mobiliser les publics sur ces sujets.

Les pertes humaines lors de catastrophes devraient suffire pour souligner l'importance d'une communication poussée sur les risques. L'augmentation des coûts de ces événements pourrait servir de prise de conscience généralisée pour alimenter les échanges. Néanmoins, l'appropriation de ces questions par les publics demeure relative à des contextes individuels. Les manifestations de

---

<sup>2</sup> « *La sécurité civile est l'affaire de tous. Tout citoyen y concourt par son comportement. [...] c'est aussi pouvoir compter sur le comportement de citoyens informés et responsables, préparés à affronter les risques et les menaces par une connaissance effective du danger et des consignes de prévention et de protection* » (article annexe de la loi modifiée de modernisation de la sécurité civile)

l'anniversaire du centenaire de la crue parisienne de 1910 et les nombreux rapports récents sur ce sujet n'ont ainsi pas permis de faire évoluer les prises de consciences des publics. Toutes ces questions souffrent de leur faible récurrence et du coût important des potentielles mesures de prévention et de communication.

## B. Informer pour mobiliser en cas d'alerte

La préparation à la crise, tant des moyens matériels qu'humains, est primordiale pour organiser une réponse efficace et adaptée. L'alerte et l'information des populations lors des crises sont des actions essentielles de la gestion des risques, en particulier pour l'État et les communes<sup>3</sup>. L'information de la population en cas de crise concerne son accompagnement par la communication de consignes de mise en sécurité mais aussi d'éléments sur l'évolution de la situation (DGSCGC, 2013). Elle peut être diffusée en amont de la crise (mesures préventives en phase de vigilance), pendant (relais de l'alerte, consignes de comportement, évolution de la situation), après (annonce de la fin de l'alerte et des mesures de soutien aux victimes).

L'impréparation du public aux risques ainsi que la non connaissance des comportements de sécurité ne sont plus une surprise. 22% des Français connaîtraient les consignes liées au déclenchement du signal national d'alerte, dont seulement 13% citent l'écoute des consignes transmises par la radio. Pourtant, 90% des Français souhaitent avoir plus d'informations sur les comportements de sauvegarde en cas de catastrophe (IFOP, 2013). L'enjeu de cette communication est d'améliorer la protection des populations lors d'un événement de sécurité civile. Elle est soumise à de nombreuses contraintes : obligation de synthétisation et de clarté du message, format spécifique pour chaque vecteur, rapidité d'émission mais aussi justesse de la donnée transmise. Ce type d'information soulève des difficultés (Weaver, 1949) :

- techniques : choix des moyens d'alerte et d'information, répartition des équipements, maintien en conditions opérationnelles, *etc.*

Les automates d'appel sont une illustration de ce type de difficultés. Ils permettent de transmettre un message préenregistré sur les téléphones mais, comme tout moyen d'alerte et d'information, ont des contraintes opérationnelles : nombre limité d'appels à la minute, saturation des réseaux de communication, enregistrement des numéros sur un annuaire à actualiser régulièrement, *etc.*

- sémantiques : consignes de mise en sécurité simples et précises, clairement transmises et applicables rapidement par la population, *etc.*

Par exemple, la consigne de mise en sécurité demeure ambiguë : en fonction des risques, elle peut signifier l'évacuation ou la mise à l'abri dans un bâtiment. De même, le signal d'alerte n'a pas une forme unique : dans le cas spécifique d'une rupture de barrage, c'est un signal type corne de brume qui retentit et non pas le signal national d'alerte, son modulé cyclique émis par les sirènes.

---

<sup>3</sup> Article L.112-1 du code de la sécurité intérieure, articles L. 2212-2 et L.2212-4 du code général des collectivités territoriales, article annexe de la loi modifiée de modernisation de la sécurité civile

- d'influence : choix des termes employés, ton du message, crédibilité de l'émetteur (identifié, légitime et reconnu), attention portée au choix des destinataires.

La réaction et la mobilisation de la population dépendent du crédit accordé au message et à sa source. Le message rassurant mais faux des autorités françaises, lancé après la catastrophe de Tchernobyl, a décrédibilisé la communication institutionnelle. En effet, un doute pèse encore sur toutes les informations officielles, en particulier celles concernant les risques technologiques<sup>4</sup>. « *L'alerte, mais surtout sa crédibilité et son impact sur les comportements, est donc un sujet de réflexion* » (P.-H Bourrelrier, G. Deneufbourg et B. de Vanssay, 2000). L'information n'est pas neutre ; elle doit persuader les destinataires de l'utilité de suivre les consignes transmises.

Le cas de la crise Lubrizol, en janvier 2013, est significatif : le message officiel de la non toxicité du nuage a été peu entendu et peu cru, noyé dans les rumeurs récurrentes de mensonge de l'État. La crise de communication et l'incompréhension des publics sont symbolisées par la suspension d'un match de football tandis que la population n'a reçu aucun ordre de confinement (J.-M. Boissière, 2013).

De plus, il faut « *que l'alerte provoque chez tous ceux qui la reçoivent des représentations suffisamment évidentes du risque pour qu'il y ait mobilisation* » (P.-H Bourrelrier, G. Deneufbourg et B. de Vanssay, 2000). L'alerte et l'information de la population ne sont efficaces que si la population connaît les risques et sait réagir en cas d'alerte et comprendre les consignes transmises. L'alerte s'inscrit bien dans la culture du risque puisqu'elle fait appel à la conscience des risques. Elle fait appel à la communication sur ce sujet pour les faire connaître et mobiliser les publics sur leur gestion.

Selon P. Lagadec (1986), « *peu de gens autour de l'usine américaine [Union Carbide à Institute] savaient quels comportements adopter en cas d'alerte. Certes, aux dires du porte-parole de l'établissement, une lettre leur avait été adressée à ce sujet chaque année depuis 1975 – mais peu l'avait reçue. Et Newsweek précise [17 décembre 1984] : "S'ils l'avaient reçue, ils auraient bien pu être encore plus déroutés. Selon la lettre, deux coups de sirène de trois secondes signifiaient un feu ou une urgence médicale ; des coups de trois secondes : une fuite de gaz ; des coups de deux secondes toutes les 30 secondes jusqu'à la fin du danger : un accident majeur. Les instructions sur les comportements à adopter étaient aussi déroutants : "Si le vent souffle favorablement, restez où vous êtes. Si le vent souffle dans votre direction, évacuez perpendiculairement au vent." Et la lettre ajoutait : "Dans certain cas on peut voir les vapeurs sous forme d'un nuage blanc. Cependant, comme cela n'est pas toujours le cas, ne vous fiez pas à ce que vous voyez" ».*

Au contraire, pour être efficace, l'alerte de la population doit reposer sur un système simple et clair, facilement mémorisable et mémorisé par les personnes à prévenir. Elle doit donc s'inscrire dans une politique globale de communication sur les risques.

Il est nécessaire d'étudier les moyens de transmettre les consignes à suivre par la population. L'information des publics, essentielle à la gestion de la crise, doit être pleinement opérationnelle. Pour cela, elle doit être planifiée et testée en amont et utiliser des canaux de transmission existants, légitimes et reconnus.

---

<sup>4</sup> Flanquart, Hellequin et Vallet (2007), « [...] le constat reste toujours le même : globalement, la majorité des personnes interrogées estime que "la vérité n'est pas dite" » (IRSN, 2013).

La sensibilisation prend alors toute son importance. L'enjeu n'est pas seulement de savoir qu'il existe des aléas. Il est aussi que chacun soit conscient de sa propre vulnérabilité et des comportements à adopter en cas de crise. Il faut s'approprier les risques pour mieux les gérer à son échelle et en fonction de ses compétences. « *L'alerte ne peut être suivie d'effet adapté que si elle s'inscrit dans un contexte favorable : crédibilité et information préalable (allant bien au-delà de la simple distribution de plaquettes) sont des impératifs. Cela suppose des travaux et des sensibilisations préparatoires extrêmement sérieux* » (P. Lagadec, 1991). La communication sur les risques se doit de transmettre ces connaissances, soit en relayant les données, soit en faisant (re)connaître les canaux utilisés. L'ensemble des travaux conduits dans le cadre de cette communication, en période de paix et/ou de crise, permettra de mobiliser des publics responsabilisés.

## II. Les nouveaux enjeux de la communication sur les risques ?

*« De nombreuses études ont été réalisées sur l'organisation de la communication et de son efficacité. Il est attristant de constater que ces principes sont utilisés, voire pillés, par les spécialistes du marketing désireux de vendre du chocolat ou des lessives, tandis que les responsables de la communication en matière de risques se cantonnent dans des techniques dépassées, des « booklets » [brochures] sur papier glacé qui se retrouvent immédiatement dans les poubelles. »* (Bourrelier, Deneufbourg et de Vanssay, 2000).

Un travail important est toujours à conduire pour dépasser le faible degré global de culture des risques. Cependant, une information a besoin de reposer sur une base culturelle déjà existante pour être intégrée par les individus. La déclinaison des messages suivant les publics est un élément essentiel du fait de la grande diversité des rapports individuels aux risques. Il faut garder en mémoire que chacun construit sa culture du risque autant par l'éducation collective que par un apprentissage individuel et empirique (P-A. Vidal-Naquet, 2001). Une sensibilisation adaptée à chaque citoyen demeure utopique. Néanmoins, des pistes d'évolution de la culture des risques<sup>5</sup> permettraient de renouveler les supports d'informations et de décliner les messages en fonction des connaissances et des pratiques des différents publics.

### A. Innover contre les idées périmées

La communication, comme partage d'un message, implique au moins un récepteur, un transmetteur, un émetteur ainsi qu'un discours. Au cours de l'échange d'informations, il existe toujours la possibilité de bruit. Face à la multiplicité des nuisances potentielles, les actions à conduire sont très diverses et concernent l'ensemble des acteurs de la gestion des risques : transparence des autorités lors des prochaines crises, réactivité et cohérence de la communication, clarification des messages, spécification des publics visés, etc. L'innovation a pour premier objectif de réduire au maximum ces bruits qui entourent la transmission du message et en limitent l'efficacité. La définition de quatre consignes principales en cas d'urgence va dans ce sens. Cependant, leur formulation est

---

<sup>5</sup> À partir d'expériences concrètes de sensibilisation et de guides d'action (dont DGPR, 2007 ; CEPRI, 2013 ; DGSCGC, 2013 ; IRMa, 2013)

encore variable suivant les supports. Un travail de formalisation de la consigne permettrait de la clarifier. Il en simplifierait aussi la transmission et la compréhension.

L'innovation porte aussi sur le renouvellement des vecteurs d'information. Les nouvelles technologies d'information et de communication métamorphosent les méthodes de travail mais ne sont pas une solution miracle à toutes les difficultés. Ce sont des outils à considérer au même titre que les supports plus classiques, apportant autant de nouvelles possibilités que de contraintes pour travailler. Les vecteurs de transmission de messages n'ont jamais été aussi divers, multipliant l'accès aux sources d'informations en temps réel. Cependant, la population n'a jamais autant méconnu les risques et menaces auxquels elle est soumise. Il y a donc un travail important à conduire pour parvenir à un degré satisfaisant de connaissances de comportements réflexes. « *Il ne suffit pas d'informer, il faut communiquer : c'est-à-dire se préoccuper du passage entre le message et celui qui le reçoit* » (Tabeaud et Browaeys, 2006). Le message doit être mémorisé ; il est ici question de forme et de support utilisés. Ainsi, la commune de Salaise-sur-Sanne a transformé un document réglementaire en véritable campagne de sensibilisation des habitants. L'opération « C'est l'heure DICRIM » est un projet global alliant informations précises sur les risques et les comportements de sauvegarde, approche burlesque du sujet et mobilisation de la population, notamment les jeunes pour la réalisation de courts-métrages et le lancement du document<sup>6</sup>.

Innover, c'est ainsi s'assurer de l'accessibilité physique et intellectuelle de l'information. C'est aussi partager les données afin de parvenir à une acceptation du risque par des publics responsabilisés. Ce long travail s'appuie nécessairement sur une crédibilité des autorités publiques et une confiance réciproque entre acteurs.

## B. Diversifier les supports et les messages

Atteindre le plus de personnes possible tout en s'efforçant de faire pénétrer les messages dans la mémoire collective et individuelle n'est pas des plus aisés. « *Des modes de communication sont à trouver : faciliter l'accès aux informations sur Internet, privilégier davantage l'approche par enjeux et l'implication de leurs responsables dans la gestion des risques, ainsi que d'autres modes alternatifs de diffusion doivent être réfléchis [... pour] amener chacun à être conscient des risques afin que l'on puisse habiter le territoire en confiance* » (DGPR, 2011).

L'objectif de la communication sur les risques est alors de décliner les transmissions de messages pour traiter de l'ensemble des sujets du domaine (chaque aléa, les différentes vulnérabilités, la prévention, l'alerte, l'éducation, la mémoire, etc.) mais aussi cibler différents publics afin de les mobiliser plus aisément sur leurs responsabilités. La combinaison de vecteurs d'information augmente les possibilités d'atteindre et de sensibiliser le public visé, tout en réduisant le bruit autour de la transmission.

Cette diversité des vecteurs s'accompagne d'une redondance de l'information. En multipliant les messages, autant par leur forme que par leur contenu, les chances de toucher les cibles sont

---

<sup>6</sup> [www.mairie-salaise-sur-sanne.fr/fr/information/32191/les-risques-majeurs](http://www.mairie-salaise-sur-sanne.fr/fr/information/32191/les-risques-majeurs) et [www.youtube.com/user/MairieSalaise](http://www.youtube.com/user/MairieSalaise)



augmentées. L'intérêt de cette démarche passe par la définition d'une unité formelle des supports, avec la mise à disposition d'infographies libres de droit. Une banque de données regroupant les messages formalisés, des supports personnalisables ainsi qu'une charte iconographique pour aboutir à une cohérence de communication amélioreraient leur visibilité et leur effet.

La campagne « Les bons réflexes » illustre parfaitement cette ambition de diversification des supports. Une quinzaine de supports différents sont utilisés pour sensibiliser tous les publics<sup>7</sup>. Ils allient les supports classiques et ceux plus modernes et répètent tous un seul et même message, tout en partageant une même identité visuelle. Les acteurs publics et les industriels ont dépassé leurs simples obligations en créant une opération de communication, conséquente et identifiable.

### C. Impliquer toutes les parties prenantes

Les contraintes des équipes chargées de transmettre les informations sont fortes : connaissances techniques et budget limités, séparation des services de production des données et de leur mise en forme, perte et/ou grande mobilité des personnels, influence de la hiérarchie sur la liberté d'innovation, etc. La solution vers laquelle se dirige la majorité des acteurs est celle des travaux en partenariat, faisant collaborer plusieurs acteurs institutionnels ou instaurant des collaborations avec des partenaires privés et/ou associatifs. La possibilité de confier des missions à des étudiants en écoles spécialisées n'est pas à omettre, permettant de réduire les coûts de production et d'enrichir la réflexion d'avis extérieurs.

La réussite de la transmission des informations passe par une implication de tous les acteurs :

*Environnement favorable à la réception des informations* : si la population est consciente du risque, si l'émetteur du message est bien perçu, si les outils liés à l'alerte et l'information des publics sont connus alors l'information sera parfaitement reçue. Actuellement, la méconnaissance des risques et menaces est largement répandue dans la population ; la crédibilité des messages institutionnels est remise en doute ; les moyens d'alerte et d'information ne sont pas tous connus. Il serait possible de renverser ce contexte en présentant les informations sous un autre aspect, pour surprendre un public désintéressé (cf. *Preparedness 101: Zombie Pandemic*, Centers for disease control and prevention<sup>8</sup>).

*Volonté forte des décideurs* : un constat de faiblesse de connaissances du grand public soit souligné dans les rapports d'inspections ou parlementaires réalisés après chaque catastrophe. La communication sur les risques demande un travail approfondi sur le long terme pour éviter que chaque catastrophe n'apporte son lot de mauvaises surprises et de témoignages de méconnaissance des risques. Or, une prise de position forte des décideurs pour nourrir un soutien de long terme aux travaux de sensibilisation fait toujours défaut. Leur implication est nécessaire pour lancer une politique globale et efficace de communication sur ces sujets.

<sup>7</sup> <http://www.lesbonsreflexes.com/ressources-grand-public.html>

<sup>8</sup> <http://www.cdc.gov/phpr/zombies/#/page/1>

*Relais de personnes ressources et explication de l'information* : les informations sur les risques peuvent être anxiogènes. Leur transmission doit être accompagnée d'un discours pédagogique, centré sur des expériences passées et décrivant les mesures existantes ou à venir. Elle doit s'appuyer sur des personnes ressources déjà reconnues localement (sapeurs-pompiers, policiers et gendarmes, services déconcentrés de l'État, membres des commissions locales d'information, bénévoles des associations de sécurité civile, scolaires, médias). L'information préventive aux comportements qui sauvent (IPCS<sup>9</sup>) est un exemple de formation dispensée par les sapeurs-pompiers, notamment auprès des scolaires. Elle utilise la crédibilité et la proximité de ces acteurs de la sécurité civile pour responsabiliser la population, lui apprendre à réagir en cas d'urgence et à alerter les secours.

*Accompagnement des publics* : un public volontaire est prêt à recevoir de l'information. Une action visant un petit groupe d'individus permet de les mobiliser plus facilement et de créer une synergie en fonction des aléas et enjeux locaux. L'accompagnement du public pourrait aussi déboucher sur des incitations financières, comme des réductions d'impôts ou de frais d'assurance pour les personnes attestant d'une préparation aux risques. La politique actuelle d'indemnisation en cas de catastrophe naturelle s'appuie sur une logique de solidarité nationale mais la question se pose sur la durabilité de ce système. Le suivi spécifique des populations les plus vulnérables, leur accompagnement privilégié pour adapter leur mode de vie ou encore la redéfinition des assurances en fonction des efforts consentis par chacun sont des pistes de réflexion permettant de mobiliser tous les acteurs en fonction de leur propre vulnérabilité.

*Évaluation de la démarche* : il serait utile, bien que complexe, d'évaluer les actions conduites (par exemple : coût de l'action, base réglementaire, taux de pénétration de l'information) et d'en retirer une expérience permettant de spécifier les travaux à venir afin de relancer la connaissance de la gestion des crises auprès de la population.

## Conclusion

Une politique globale de communication est à conduire pour constituer une culture commune des risques et une connaissance de la gestion des crises partagée et proportionnée aux compétences de chaque citoyen.

Cette approche par la communication introduit aussi un certain nombre de problèmes contextuels de représentation. « *Non seulement, trait humain général, les risques extrêmes sont généralement passés sous silence dans une société qui peine à les objectiver, mais encore ils évoluent sans cesse, accompagnant les dynamiques sociales, politiques, économiques et technologiques. Comment, dans ces circonstances, envisager le développement de la culture du risque ?* » (Michel, Nessi et Picard, 2011). Une telle communication, comprise comme un projet de gestion des risques, doit maintenir son caractère dynamique et créatif. La communication permet de lier la culture des risques aux évolutions de la société dans laquelle elle s'insère. Elle assure sa transmission à tous les publics et son adaptation aux techniques, aux messages et aux sources d'information. La communication sur les

---

<sup>9</sup> [http://www.sdis06.fr/img/pdf/livret\\_IPCS\\_web.pdf](http://www.sdis06.fr/img/pdf/livret_IPCS_web.pdf)

risques est un outil d'actualisation devant permettre à chacun de se les approprier, en fonction de son contexte personnel.

Ce travail nécessite une vision à long terme, partagée entre toutes les parties prenantes, pour rendre accessible et partager ces connaissances. À toute échelle, l'ignorance ou le déni du risque ne peuvent plus être des excuses à la vulnérabilité des populations. La communication sur les risques nécessite la mise en place d'actions ambitieuses, mobilisatrices et bien définies dans le cadre d'une culture partagée. Les retours d'expériences des catastrophes passées ont tracé le chemin ; il est malheureux d'en perdre la mémoire.

Aujourd'hui encore, malgré les nombreux travaux d'éducation et de sensibilisation, passer de la conscience et de la connaissance du risque à son acceptation n'est pas aisé (CEPRI, 2013). Le désintérêt de la population limite l'attention portée aux informations communiquées et leur efficacité. Les propositions avancées n'auront peut être qu'un effet restreint. Pour autant, l'effort de communication est nécessaire pour rompre la dynamique de désappropriation des risques avant qu'une nouvelle catastrophe ne rappelle la vulnérabilité des populations et ne contredise le déni de tels phénomènes. La mobilisation et la responsabilisation de chacun demeurent les premiers pas vers une résilience de nos sociétés.

## Ressources

- BOISSIERE J.-M. *Nuage de gaz et communication de crise fumeuse*. L'entreprise et les médias. L'express.fr. 23 janvier 2013.
- BOURRELIER P.-H., DENEUFBOURG G., de VANSSAY B. *Les catastrophes naturelles, le grand cafouillage*. Osman Eyrolles Multimédia. 1<sup>er</sup> mai 2000. 270p.
- CEPRI. *Sensibiliser les populations exposées au risque d'inondation, comprendre les mécanismes du changement de la perception et du comportement*. Avril 2013.
- CHEVREAU. F.-R. « Les processus de maîtrise des risques à l'épreuve de la culture de sécurité : nouvelle approche de la culture de sécurité, nouvelles perspectives » *XVème Conférence Internationale de Management Stratégique*, Annecy / Genève 13-16 Juin 2006. 2006. 28p.
- DGPR. *Cahier de recommandations pour la réalisation de supports de communication pédagogiques sur les risques à destination des élus et du public*. Novembre 2007. 36p.
- DGPR. *Rapport 2011 du délégué aux risques majeurs*. MEDDE. 53p.
- DGSCGC. *Alerte et Information des populations*. Guide ORSEC. T. 4. Juillet 2013. 88p.
- FLANQUART H., HELLEQUIN A.-P. et VALLET P. « Territoire en mouvement, Faire ou non confiance aux gestionnaires du risque ? », 2007, *Les risques côtiers*. P. 70 à 82.
- IFOP. *Les Français et les risques naturels*. Sondage réalisé pour le MEDDE. Novembre 2013. 11p.
- IRMa. BOUSSAGEON J. *Communiquer sur les risques et les catastrophes*. Novembre 2013. 77p.
- IRSN. *Baromètre 2013*. La perception des risques et de la sécurité par les Français, résultats d'ensemble. Juin 2013. 93p.
- LAGADEC P. « Stratégies de communication en situation de crises » *Annales des Mines*, oct. - nov. 1986, n° 10-11, p. 125-132.

- LAGADEC P. *La gestion des crises*, Mc Graw-Hill, mars 1991, 300p.
  - LAGADEC P. « Le citoyen dans les crises. Nouvelle donne, nouvelles pistes» *Préventique Sécurité*, jan.- fév. 2011, n° 115, p. 25-31.
  - MICHEL P., NESSI J.-M., PICARD P., *La culture du risque est un problème démocratique*, Le Monde.fr. 25 mars 2011.
  - TABEAUD M. et BROWAEYS X. « Le citoyen a droit à l'information sur les risques qu'il encourt en certains points du territoire et sur les mesures de sauvegarde pour s'en protéger » La mise en carte des risques naturels – Diversité des approches. *Géorisques 2*. Leone F. et Vinet F. (dir.). Restitution du séminaire du 7 février 2006, Montpellier III. PULM. p. 87 à 89.
  - VIDAL-NAQUET P.-A. *Inondation et culture du risque*, CERPE. 2001. 60p.
- WEAVER, W. 1949. « Les mathématiques de la communication » in *Sciences cognitives, textes fondateurs (1943-1950)*. Chap. 7. Trad. PÉLISSIER, A. Paris : PUF.