



GT communication 2^{ème} réunion – 9 mai 2023

Visioconférence Teams

Ordre du jour :

- 1 – Point sur l'organisation et les travaux en cours
- 2 – Planning et organisation de la campagne
- 3 – Note stratégie de communication
- 4 – Les actions déjà avancées et en cours de budgétisation
- 5 – Les actions à construire ou à programmer
- 6 – Prochaines échéances
- 7 – Questions diverses

Voir le diaporama complet en annexe

1 – Point sur l'organisation et les travaux en cours

Corinne Thievent (SPPPY) et **Fabien Pourprix (APORA)** rappellent l'organisation mise en place pour cette campagne avec les différents échelons (COPIL, équipe projet, secrétariat campagne et les différents Groupes de Travail) ainsi que le travail déjà réalisé pour les brochures. Plusieurs changements vont avoir lieu par rapport aux brochures de 2018 : passage au format A5, simplification de la fiche établissement (QRCode vers site internet pour le contenu enrichi), rationalisation du nombre de bassins : passage de 22 à 16, remplacement de l'enveloppe papier par du thermoscellant, suppression du magnet.

Suite à un sondage en ligne fin mars 2023 réunissant environ 110 participants, un univers visuel (ci-dessous) a été sélectionné pour les brochures et l'ensemble des supports de communication associés à la campagne. Une réflexion est menée sur l'aspect du thermoscellant (la tendance retenue est plutôt un marquage commun, en format paysage et le choix entre noir ou bleu/rouge).



La consultation pour le lot 2 du poste impression a été lancée le 24 avril auprès de la Poste et Magazine ; les réponses sont attendues pour le 09/05/23.

A noter les chiffres clés (1 715 000 brochures à distribuer avec 3 formats différents (12,16 et 24 pages) dans la limite de 35 g pour viser les fourchettes basses des coûts de la Poste qui s'occupe de la distribution.

L'interface de saisie fiche établissement a été lancé le 11 mai auprès des établissements de la campagne avec une demande de réponse avant le 30 mai.

Un courrier officiel (et un mail) ont été envoyés par la DREAL aux 123 industriels concernés pour les inviter à participer à la campagne, à remplir la fiche établissement sans délai et à répondre au premier appel de fonds APORA.

2 – Planning et organisation de la campagne

L'objectif central et prioritaire de la campagne est la distribution des brochures à la mi-octobre 2023. La validation des bons à tirer des brochures avant impression doit intervenir courant juin. En parallèle, le site internet doit être remis à jour (version mobile first) et la vidéo sur les consignes doit être construite également.

3 – Note stratégie de communication

Afin de répondre aux objectifs de la campagne LBR, il y a une volonté de « marquer » son lancement par plusieurs actions en octobre 2023 mais aussi de l'inscrire dans la longueur en proposant des actions jusqu'en 2027. Il faudra également veiller à articuler la campagne avec d'autres actions comme la journée nationale « Tous résilients », le Résilience Tour ainsi que la campagne de distribution de comprimés d'iode autour de St-Alban (Ariane Pont tiendra au courant le GT de la date prévue pour cette distribution d'iode).

Corinne Thievent rappelle les enjeux de la communication autour de la campagne LBR et les objectifs du groupe du GT Communication. Elle rappelle également **les publics cibles** de ces actions :

- les scolaires, les enseignants et le personnel administratif de l'Education Nationale ;
- les élus et les collectivités ;
- les industriels et notamment leurs salariés ;
- les associations (riverains, environnement...);
- les acteurs économiques dont les ERP, publics comme privés et les entreprises riveraines situées dans les zones à risques.

La volonté de cibler les publics les plus vulnérables et ce notamment via les bailleurs sociaux a été évoquée. Un relai/appui de la part des médias et des collectivités locales est attendu lors des actions organisées pour la campagne LBR.

La note n'appelle pas de remarque particulière de la part des participants.

Patrick Pouchot indique qu'il est d'accord pour intégrer le groupe de travail réseaux sociaux, inactif depuis le départ de Guillaume Brejassou fin mars 2023.

4 – Les actions déjà avancées et en cours de budgétisation

Corinne Thievent présente les actions qui sont déjà amorcées notamment **le site internet Les bons réflexes et la vidéo de consignes** (en cours de refonte). Des conférences de presse seront à organiser avec les préfetures, uen fois l'accord donné par la préfète de région.

Un village forum « Risk Indus » sur le risque industriel pour les scolaires et le grand public avec des activités ludo-pédagogiques et une rencontre avec les acteurs de la sécurité civile est en cours de montage, du 5 au 7 octobre 2023 à Pont-de-Claix. Il se fera en partenariat avec l'IFFORME, la ville de Pont de Claix, Grenoble Alpes métropole, l'IRMa, et le SPPPY.

Il sera une action phare territoriale de la campagne Les bons réflexes. A noter que ce village forum Risk Indus pourra ensuite être reconduit dans d'autres lieux.

Enfin, **Corinne Thievent** indique qu'on peut utilement s'appuyer sur les pièces de théâtre sur les risques majeurs et permettre une large diffusion en les finançant (« Oui mais si ça arrivait » largement diffusée depuis 2018, « Accord Mineur pour risque majeur » et également « 16431 Souvenirs d'avenir »).

Nathalie Anastasi (DREAL service Communication) a pu assister à une représentation de la pièce *16431 Souvenirs d'avenir* et en fait un retour très enthousiaste. Cette pièce est plus destinée à un public d'adultes et d'adolescents tandis que *Oui mais si ça arrivait...* s'adressait plus aux enfants. Il faudra donc examiner globalement le nombre de représentations que l'on peut financer et soutenir dans le cadre de la campagne les bons réflexes.

5 – Les actions à construire ou à programmer

Corinne THIEVENT rappelle plusieurs actions qui sont disponibles et pourraient être reconduites pour la prochaine campagne (le label les bons réflexes, la journée annuelle LBR, les formations avec l'IRMa sur les POMSE et EXOCRISE, les cellules de crise virtuelles avec ATRISC, la participation à des Matinales, la présence sur des forums...) et également les propositions qui avaient été faites lors du 1^{er} GT Comm du 27 mars (voir diaporama). Elle donne ensuite la parole aux participants pour réagir sur ces propositions.

Sandra Decelle Lamothe (Association Resiliances) propose de consacrer une partie de leurs webinaires (10/an) pour la campagne Les Bons Réflexes (3 sur 10 par ex). Elle propose de financer 5 exercices de gestion de crise (déjà budgétés) pour des entreprises volontaires. Elle propose également de créer et d'animer un sous-GT « acteurs économiques ».

François Giannoccaro rappelle sa volonté de travailler avec les bailleurs sociaux pour cette campagne 2023. Il souhaite également promouvoir des initiatives locales et indique qu'une start-up grenobloise a développé un système performant pour alerter les salariés d'un établissement en cas d'accident majeur et optimiser leur mise à l'abri. Ils ont déjà rencontré plusieurs acteurs régionaux. Des contacts seront pris par le secrétariat campagne prochainement même si cette action interviendrait dans un calendrier à plus long terme.

Gérard Perrotin (IRMa) s'interroge sur l'information des entreprises extérieures qui viennent travailler dans les zones contraintes. Une action avait été menée il y a qq années au SPPPY. Il indique que les besoins en formation/information sont importants pour cette cible. Des brochures pourraient être réalisées en plus pour elles.

Fabien Pourprix indique que la métropole de Lyon semble trouver intéressant de prioriser comme cible d'actions complémentaires les bailleurs sociaux (en lien avec les travaux en cours sur le PPRT de la vallée de la Chimie – cf. les propos introductifs de Pierre Athanaze au COPIL de mars dernier). Il conviendrait ainsi d'envisager le déploiement d'actions à leur destination, sur le temps long de la campagne.

Les nouvelles actions envisagées seront à chiffrer afin de les caler dans le budget dont Fabien Pourprix fait un bref rappel.

Un retour sur la réunion d'échanges prévue avec l'AFPCNT ce jeudi 10 mai sera fait au GT lors de la prochaine réunion.

Corinne Thievent et Fabien Pourprix remercient les participants pour leur présence et leur investissement.

6 – Prochaines étapes

Plusieurs sous-groupes émergent donc du GT Comm et sont amenés à se réunir autant que de besoin puis à rendre compte au GT Comm de l'avancée des travaux.

> sous GT Risk Indus piloté par SPPPY

> sous GT Acteurs économiques piloté par Résilience

> sous GT réseaux sociaux à relancer par Patrick POUCHOT

> sous GT actions culturelles (notamment théâtre et street art) pilote recherché

De plus un tableau listant les différentes actions possibles a été créé à l'issue de cette réunion : il est joint au compte rendu et est proposé aux membres du GT pour compléments. Il servira de base pour la prochaine réunion. Merci d'adresser vos compléments par mail au SPPPY.

7– Prochaines échéances

La réunion équipe projet – GT restreint est fixée au 15 mai 2023 à 14h00 (réunion en visio).

La réunion du sous-GT « village-forum Risk Indus » est fixée au 16 mai de 10h à 14h.

La prochaine réunion du GT Communication est fixée au 19 juin de 14h à 16h (réunion en visio).

D'ici là, les membres du GT sont appelés à s'engager dans les différents sous-groupes et en particulier dans celui des réseaux sociaux qui a un besoin rapide de soutien.