



5ème **COPIL**

# **Campagne Les bons réflexes**

Mardi 27 janvier 2026 – Présentiel- APORA



# Ordre du jour

- Accueil et introduction protocolaire
- Bilan des actions réglementaires et non réglementaires
- Point budgétaire
- « Pas de côté » avec Compagnie Essentiel Ephémère
- Echanges et ressentis « à chaud » - perspectives pour le GT Com
- Questions diverses et échanges





# Accueil

*Dominique BONO – Président d'APORA*

# Introduction protocolaire

Par les co-présidents

M. Matthieu PAPOUIN – Directeur-adjoint DREAL AuRA

M. Pierre ATHANAZE – Vice Président Métropole de Lyon

M. Jean-Yves PORTA – Conseiller métropolitain Grenoble Alpes  
Métropole



# Bilan des actions réglementaires et non réglementaires

Corinne THIEVENT- SPPPY

Fabien POURPRIX- APORA





## Les actions réglementaires 2025

- Mise à jour et maintenance du site internet  
<http://www.lesbonsreflexes.com/> (notamment suite à des fermetures de sites industriels dans le bassin B14 – Lyonnais)
- Réimpression de brochures et diffusion auprès de partenaires (B8 – Moyenne Vallée du Rhône & B14 – Lyonnais)



23 établissements concernés dans votre bassin

ADG	EAU DU GRAND LYON	PORT EDOUARD HERIOT Lyon
AKRIMEX Pierre-Bénite	Crépieux et Croix-Lutzel	PYRAGRIC INDUSTRIE
BRENNITAG	ELKEM SILICONES	RHÔNE GAZ
COTELLE (cessation d'activité)	EPL	SAFRAM
CREALIS	GARE DE TRIAGE Sibelin	SDSP
DAKIN CHEMICAL FRANCE	KEM ONE	SOLVAY
	POLYTECHNYL	SPR (cessation d'activité)
	Belle-Etoile Pl	TotalEnergies Raffimage France
		EDF - CNPE Eugey

Toutes les informations sont à retrouver sur le site [lesbonsreflexes.com](http://lesbonsreflexes.com)



## Bilan des actions non réglementaires

- Publications et animation sur les réseaux sociaux
- Journée annuelle Les bons réflexes le 26 juin 2025 à Valence : « *La transparence augmente-t-elle la confiance* » ?
- Promotion des actions des acteurs du réseau dans le cadre de la Résilience
- Présentation de la campagne lors de la CLIGEET du 30 septembre 2025
- Présentation de la campagne lors de la conférence riveraine à Feyzin le 13 novembre 2025
- Présentation de la campagne lors du forum des SPPPI à Dunkerque le 19 novembre 2025
- Présentation de la campagne lors de la réunion des Seveso le 4 décembre 2025 à l'ENTPE
- Diffusion de la pièce de théâtre « *Oui mais si ça arrivait* » via CARM Académie de Lyon



## Bilan des actions non réglementaires – *Focus réseaux sociaux*

### Photographie à date de la page Facebook

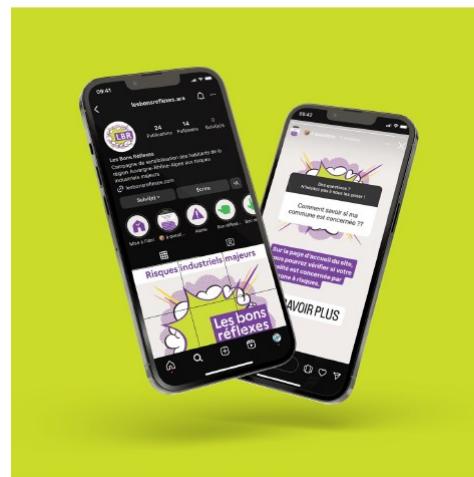
cible : grand public



- 874 followers  
dont 73 gagnés  
dans l'année
- 14 posts publiés
- 3 posts sponsorisés

### Photographie à date du compte Instagram

cible : grand public



- 33 followers (10 de + qu'en 2024)
- 36 publications permanentes

n.b. nous avons mis de côté ce canal en 2025 pour des raisons budgétaires.



## Bilan des actions non réglementaires – Focus réseaux sociaux

### Retour sur les campagnes publicitaires

**3 posts sponsorisés, budget de 2 200 euros**

- « 3 raisons de ne pas chercher ses enfants »
- vidéo générique de la campagne
- post brochure Feyzin

Au total :

219 799 Vues ThruPlays

1 160 Clics sur un lien (lien campagne Feyzin)

300K impressions

55K comptes touchés

Dont, pour la seule vidéo générique :

207 948 impressions

206 709 Vues ThruPlays (+ de 15 secondes)

39 251 personnes touchées



# Bilan des actions non réglementaires – Focus réseaux sociaux

- **Page LinkedIn : 364 abonnés/159 acquis en 2025**
- **Communication ciblée autour des temps forts de l'année**

Les autres posts organiques qui ont cartonné (+ de 1 000 impressions) :

Et ce 2<sup>e</sup> post sponsorié, précisément sur l'événement « Journée annuelle » presque autant :

Post sponsorisé du  
25/05 au 13/06



## Performances du post ?

Diffusé sur 2 campagnes

Total	Sponsorié	Organique
11 007 impressions	143 Engagement	1,3% Taux d'engagement
120 clics	1,09% Taux de clics	23 Réactions
0 commentaire	8 Republications	

Budget : 400 euros

1 341 impressions



1 202 impressions





## La journée annuelle Les bons réflexes 2025 la transparence augmente-t-elle la confiance ?

- Introduction protocolaire de la journée
- Psychosociologie de la communication et compréhension des mécanismes qui contribuent à la confiance et à la bonne perception des éléments par la population
- Présentation flash des actions de la ville de Valence
- Eclairage stratégique et opérationnel sur la transparence en communication
- Mécanismes d'emballage des réseaux sociaux
- RETEX sur un exercice PPI fin 2024 sur le site du Tricastin
- Regards croisés sur la transparence et la communication dans le domaine des risques industriels





## Eléments de synthèse de la journée

- Préparer en amont (*culture de la préparation*)
- Allier rigueur et émotion
- Adopter une posture active humaine et réactive
- Adapter les messages selon les publics
- Cultiver le dialogue permanent, avec des formats participatifs et inclusifs
- Leviers opérationnels : multiplier les exercices, associer les acteurs locaux, développer des outils accessibles, former entraîner préparer





# Les bons réflexes

en cas d'accident



*«La confiance se gagne en gouttes et se perd en litres» (JP Sartre).*

*«La transparence est la 1<sup>ère</sup> condition de la confiance» (Albert Camus).*

La transparence et la confiance se renforcent mutuellement mais cela se prépare.

La confiance ne se décrète pas, elle se construit au fil du temps, en temps de « paix ».

Une communication efficace autour du risque ne se décrète pas, elle se construit.

Il faut sortir d'une communication descendante et co-construire une culture du risque partagée, vivante et territorialisée.

La communication est beaucoup plus difficile à gérer que l'opérationnel.

Le silence nourrit la suspicion.

La transparence ne remplace pas la stratégie, elle la révèle.

Le citoyen est le premier maillon de la chaîne de sécurité civile.





ADAPTONS LES MESSAGES SELON LE PUBLIC...



LES ENFANTS, ON VA VOUS SENSIBILISER SUR LA PERCEPTION DES RISQUES !



## LA DÉSINFORMATION...



OK! ON MET LA SIRÈNE ...  
MAIS ON BAISSE LE SON À FOND!



## EXERCICE DANS LES ÉCOLES...



Y A-T-IL UN RISQUE POUR LA POPULATION?



- oui
- non
- peut-être
- ah bon
- tant mieux
- demandez au préfet



## Les retours sur cette journée

- Une journée très appréciée (96%) avec des interventions complémentaires, des cas concrets et des regards croisés.
- Un pas de côté avec le psychosociologue et le journaliste.
- Difficile malgré tout de trouver des réponses opérationnelles sur le manque d'intérêt des populations, la fiabilité des informations...
- Prochaine journée annuelle Les bons réflexes en 2026 en cours de construction avec la métropole de Lyon.
- Plusieurs pistes d'actions : Impliquer les nouveaux maires / Aller vers les publics captifs / Organiser un évènement sur une plateforme industrielle / Toucher les riverains « *hors de notre réseau* »



# Point budgétaire

Fabien POURPRIX – APORA





## Point budgétaire

- **Financements des actions réglementaires par industriels :**
  - Appel de fonds 1 en juin 2023 pour 625 k€ collectés (*environ 85% du budget total*)
  - Appel de fonds 2 en juin 2024 pour 118 k€ collectés
- **Financements des actions non-réglementaires :**
  - Convention **GAM – APORA** signée pour la période 2024-2027 : **30 k€**
  - Convention **Métropole de Lyon – APORA** pour la période 2024-2027 : **40 k€**
  - + Fonds alloués via Budget de l'Etat (**SPPPY / SPIRAL**) : **> 190 k€ depuis 2023**
    - ✓ *110,7 k€ en 2023*
    - ✓ *51,5 k€ en 2024*
    - ✓ *25,8 k€ en 2025*

# Les bons réflexes

en cas d'accident

		BUDGET	Au 31/12	Au 31/12	Au 31/12			BUDGET	Au 31/12	Au 31/12	Au 31/12		
CHARGES EN EUROS HT	2018-2023	2023-2028	Charges réelles facturées HT				RECETTES EUROS HT	2018-2023	2023-2028	Produits reçus HT			
			2023	2024	2025	TOTAL				2023	2024	2025	TOTAL
<b>Actions réglementaires : financement majoritaire par industriels</b>													
<i>Lot 1 : conception</i>													
Pré-production et création brochures/affiches/enveloppes	77 080 €	96 000 €	92 200 €			92 200 €			Reliquats campagnes précédentes	47 384 €	126 265 €	126 265 €	126 265 €
cartographie et carte des bassins	2 000 €	2 300 €	13 800 €			13 800 €			Appels de fonds industriels	888 033 €	750 000 €	625 328 €	112 022 €
<i>Lot 2 : impression</i>									Participation communes / distribution	0 €	80 000 €	28 398 €	28 398 €
Impression brochures/thermoscellant, assemblage et mise sous pli	375 680 €	226 000 €	226 120 €			226 120 €							
Impression affiches (100 000 ex max.)	9 770 €	9 000 €	5 620 €			5 620 €							
<i>Colisage/routage/transport vers entrepôt Médiapost</i>	98 868 €	9 000 €	0 €										
<i>Lot 3 : distribution</i>													
Distribution brochures habitants La Poste	0 €	180 000 €	175 061 €	-18 556 €		156 505 €							
Distribution affiches/brochures (mairie, entreprises, ...); démat. ?	2 176 €	80 000 €	27 237 €			27 237 €							
<i>Autres</i>													
Frais de gestion et Prestation APORA sur 5 ans	121 362 €	130 000 €	70 432 €	36 554 €	19 589 €	126 575 €							
REP CITEO	6 102 €	8 000 €		2 902 €		2 902 €							
<i>Site internet (création version mobile first) &amp; développement</i>	29 944 €	25 000 €	24 500 €			24 500 €							
Hébergement maintenance site 5 ans	6 270 €	7 000 €	1 200 €	1 560 €	1 540 €	4 300 €							
N° vert LBR 5 ans (enregistrement, abo et communication)	3 590 €	4 000 €											
<i>Enquête de perception et suites</i>	44 500 €	40 000 €		16 205 €		16 205 €							
CDD campagne	64 464 €	0 €											
Divers, impondérables (3% du budget ?)		24 600 €	16 706 €	5 854 €	2 269 €	24 830 €							
<b>SS TOTAL 1</b>	<b>841 806 €</b>	<b>840 900 €</b>	<b>652 875 €</b>	<b>44 519 €</b>	<b>23 398 €</b>	<b>720 792 €</b>			<b>SS TOTAL 1</b>	<b>935 417 €</b>	<b>956 265 €</b>	<b>779 990 €</b>	<b>112 022 €</b>
<b>SS TOTAL 1 CONSOLIDE</b>									<b>SS TOTAL 1 CONSOLIDE</b>				<b>6 342 €</b>
													<b>898 354 €</b>
<b>Actions non réglementaires : financement par subventions publiques</b>													
Distribution des brochures par les communes									<i>Reliquats campagne 2018</i>		14 878 €	14 878 €	14 878 €
Actions complémentaires diverses	30 062 €	80 000 €	7517 €		7517 €								
Magnets et 4 pages *	124 020 €								<i>Subventions GAM</i>	30 000 €	30 000 €	7 500 €	7 500 €
Journée annuelle LBR			1 800 €	1 500 €		3 300 €			<i>Subventions Métropole de Lyon</i>	40 000 €	40 000 €	40 000 €	40 000 €
Autres manifestations (IRMa, Risk Indus, pièces théâtre, ...)			10 896 €	5 357 €		16 253 €			<i>Autres financements (AFPCNT, autre)</i>				
Réseaux sociaux					5 250 €	5 250 €							
<i>Financement Etat (SPPPY/SPIRAL)</i>			110 766 €	51 508 €	28 331 €	190 605 €							
<b>SS TOTAL 2</b>	<b>154 082 €</b>	<b>80 000 €</b>	<b>0 €</b>	<b>20 213 €</b>	<b>12 107 €</b>	<b>222 924 €</b>			<b>SS TOTAL 2</b>	<b>70 000 €</b>	<b>84 878 €</b>	<b>14 878 €</b>	<b>47 500 €</b>
<b>SS TOTAL 2 CONSOLIDE</b>									<b>SS TOTAL 2 CONSOLIDE</b>				<b>7 500 €</b>
													<b>69 878 €</b>
<b>TOTAL</b>	<b>995 888 €</b>	<b>920 900 €</b>	<b>753 112 €</b>	<b>943 717 €</b>					<b>TOTAL</b>	<b>1 005 417 €</b>	<b>1 041 143 €</b>	<b>968 232 €</b>	<b>968 232 €</b>



**Pas de côté avec la compagnie  
Essentiel Ephémère**





# **Echanges à chaud et perspectives 2026/2027**





## Projets 2026

- **Evènement phare** : Journée annuelle LBR 2026 le 30/06/26 à Lyon en partenariat avec la Métropole de Lyon
- **Sensibilisation des agents métropolitains de voiries GAM** – 1<sup>er</sup> semestre 2026 à l'initiative de Grenoble Alpes Métropole
- **Sensibilisation des élus au risque majeur** – Automne 2026
- **Poursuite de la communication Réseaux Sociaux** – Cible privilégiée LinkedIn ; réalisation par le Secrétariat Campagne
- Réflexion sur une méthode harmonisée pour évaluer les actions de la campagne
- Programmation du GT Communication n°9 – 3 mars 2026



# Questions diverses

Merci pour votre participation

