



# RISQUES INDUSTRIELS MAJEURS

les bons  
réflexes!

[www.lesbonsreflexes.com](http://www.lesbonsreflexes.com)



*Campagne d'information régionale 2023 sur les risques  
industriels majeurs en Auvergne-Rhône-Alpes*

Groupe de travail COMMUNICATION

2<sup>ème</sup> réunion – 9 mai 2023 – Visioconférence Teams



# ACCUEIL & TOUR DE TABLE

Secrétariat de la campagne :

Corinne THIEVENT

*SPPPY*

Fabien POURPRIX

*APORA*



# Ordre du jour

- 1 – Point sur l'organisation et les travaux en cours
- 2 – Planning et organisation de la campagne
- 3 – Remarques sur la 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



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

Corinne THIEVENT

*SPPPY*

Fabien POURPRIX

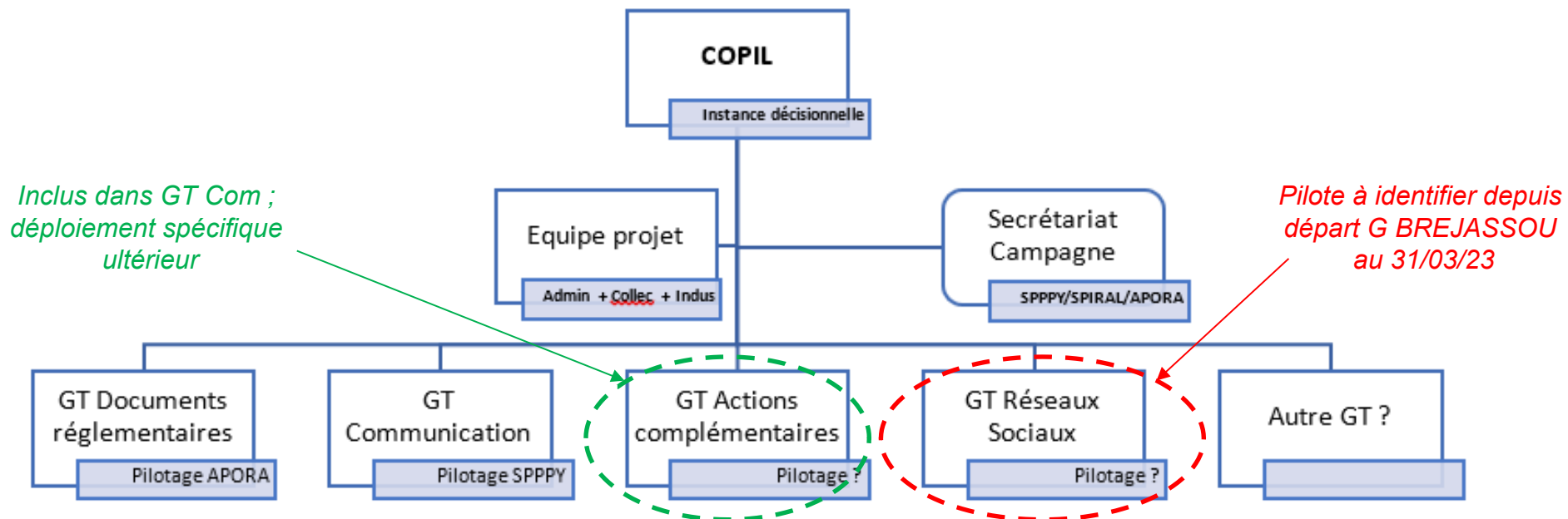
*APORA*



# 1 – Point sur les travaux en cours

## Rappels

- Organigramme « organisation » campagne LBR 2023

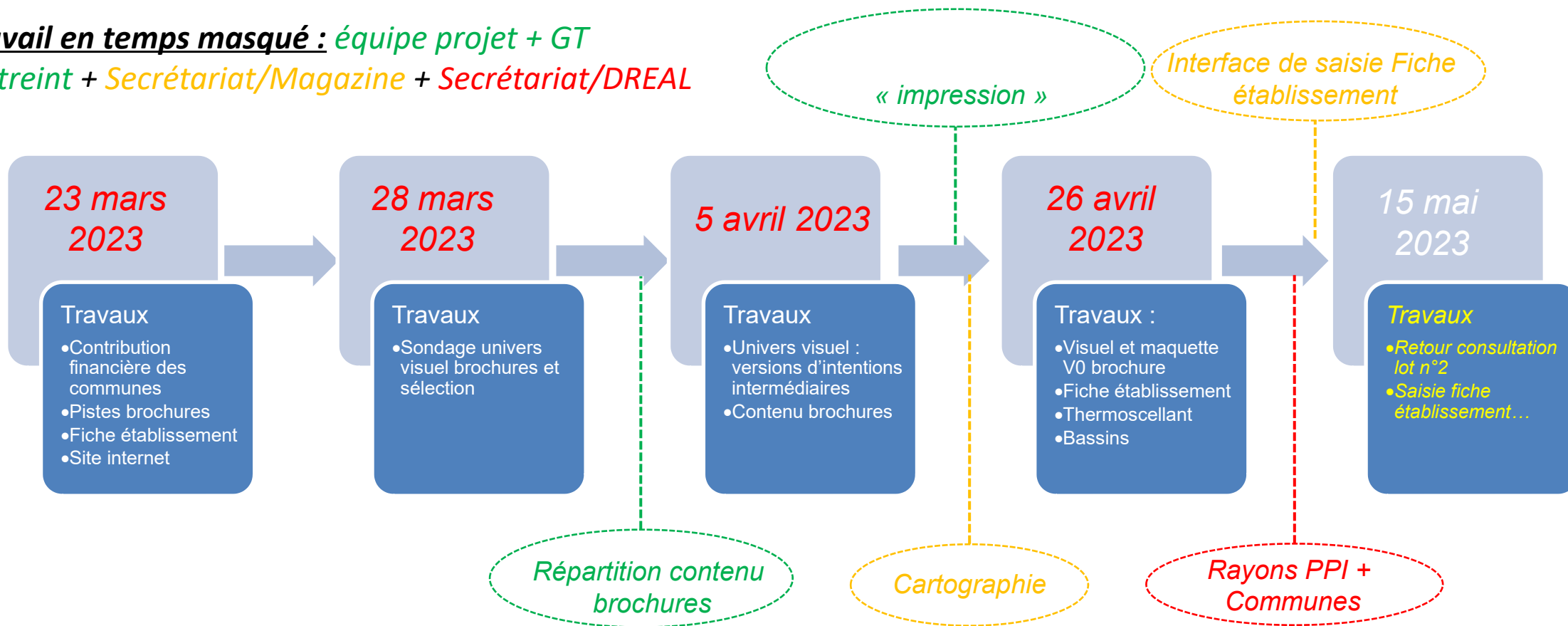




# 1 – Point sur les travaux en cours

## Réunions de l'équipe projet + GT Docs restreint

**Travail en temps masqué :** équipe projet + GT restreint + Secrétariat/Magazine + Secrétariat/DREAL





# 1 – Point sur les travaux en cours : 11 principaux points

## 1 – Univers visuel et maquette V0 brochure

- > Grâce à un sondage en ligne fin mars 2023
- > Plus de 100 participants
- > Piste plébiscitée

## 2 – Validation des 5 pistes d'évolution

- Passage de la brochure au format A5 : 12 x 30 cm
- Simplification de la fiche établissement (*QRCode vers site internet*)
- Rationalisation du nombre de bassins : passage de 22 à 16
- Remplacement de l'enveloppe papier par du thermoscellant
- Suppression du magnet

## 3 – Arbitrages sur contenus brochures en lien avec AM du 10/03/2006

- pages communes / fiche établissement / contenu enrichi sur site internet





# 1 – Point sur les travaux en cours : 11 principaux points

## 4 – Site internet

- Choix d'aller vers une conception « mobile first »

## 5 – Contribution des communes au poste « distribution »

- Pour les 25 plus grosses communes : demande de contribution forfaitaire à hauteur de 0,10 €/brochures (*coût moyen « la Poste » estimé à 0,15 € HT/brochures*)
- Consultation en cours du Secrétariat Campagne ; contribution totale attendue à hauteur de plus de 80 k€

## 6 – Cahier des charges lot n°2 « impression »

- Validation et consultation lancée le 24 avril ; retour attendu le 9 mai 2023
- Chiffres clés (*à date*) :
  - 1 715 000 brochures / 3 formats différents : 12 p ; 16 p et 24 p.
  - 123 établissements / 651 communes concernées





## 1 – Point sur les travaux en cours : 11 principaux points

### 7 – Rayons PPI et communes associées

- Avec service DREAL AuRA (*PRICAE*) ; liens avec UD et inspecteurs
- Arbitrages faits/à faire sur certains cas particuliers

### 8 – Noms des Bassins

- Cf carte ci-après

### 9 – Lancement interface fiche établissement cette semaine

10 - Courrier direction DREAL à tous les industriels concernés envoyé cette semaine

11 – Réflexions sur thermoscellant (*remplaçant l'enveloppe papier*)



RISQUES INDUSTRIELS MAJEURS

les bons réflexes!

# 1 – Point sur les travaux en cours : 10 principaux points

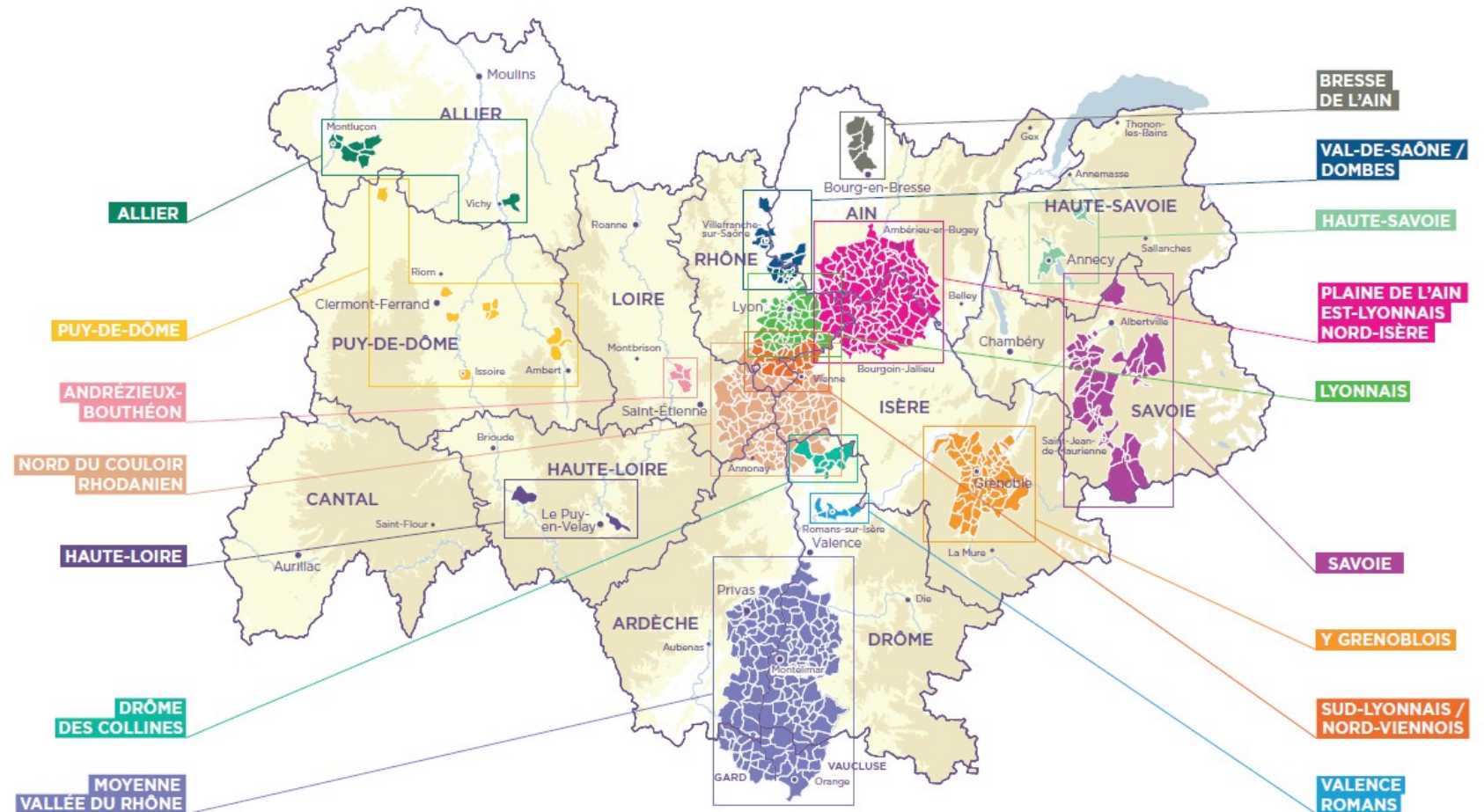
## 9 – Cartographie

PRÉFÈTE DE RÉGION AUVERGNE RHÔNE-ALPES  
Liberté  
Égalité  
Fraternité

### Campagne d'information et de prévention 2023 sur les "risques industriels majeurs"

APORA  
Association des entreprises pour l'environnement industriel

Carte provisoire des bassins 2023





## 2 – Planning et organisation de la campagne

Corinne THIEVENT

*SPPPY*

Fabien POURPRIX

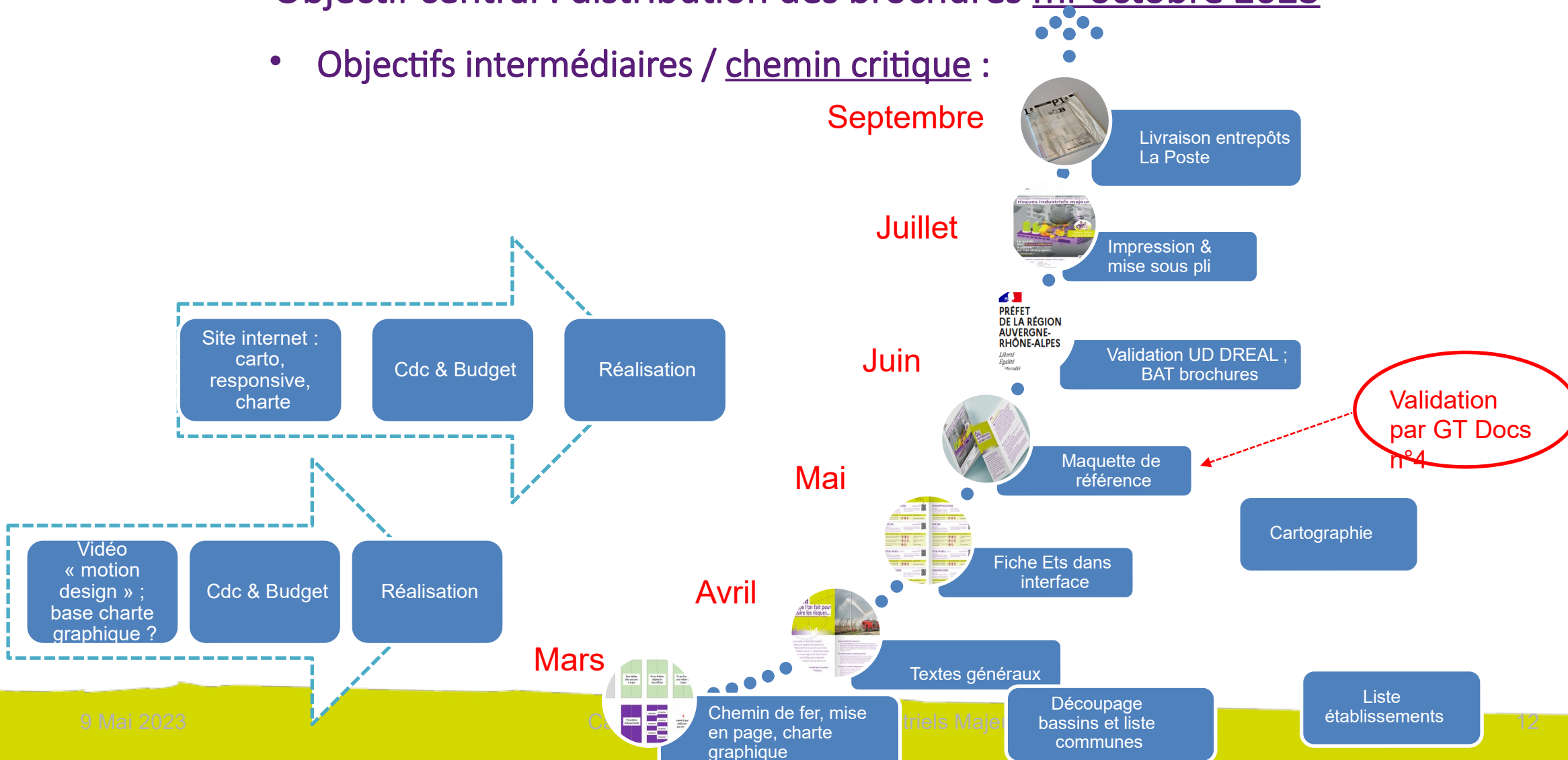
*APORA*



## 2 – Planning et organisation de la campagne

Objectif central : distribution des brochures mi-octobre 2023

- Objectifs intermédiaires / chemin critique :





# 3 – Note stratégie de communication

Corinne THIEVENT

*SPPPY*



## 3 – La note stratégie de communication

### Principaux enjeux identifiés

- > **Maximiser** directement auprès des riverains et salariés ciblés par cette campagne **la visibilité de cette information sur les risques et les bons réflexes** ;
- > Inciter ces riverains **à lire et conserver la brochure**, et à chercher à en savoir davantage **via le site internet**, voire via d'autres médias ;
- > **Sensibiliser**, en particulier **via la communauté scolaire, les enfants** qui sont les adultes de demain et peuvent être de bons relais au sein de leur famille ;
- > **Améliorer la culture du risque au sein de l'ensemble de la communauté d'acteurs** (industriels, collectivités territoriales, gestionnaires et usagers d'ERP implantés en zone à risques, salariés travaillant en zone à risques, etc.) pour qu'ils puissent se faire le relais des messages de la campagne auprès du grand public ;
- > **Consolider le réseau d'acteurs associés à la démarche**, notamment les acteurs de la société civile (associations) et les acteurs économiques (chambres consulaires et autres têtes de réseaux) qui pourront également constituer de bons relais des messages de prévention et proposer des actions labellisées.



## 3 – La note stratégie de communication

### Quelle temporalité ?

#### - Des actions de communication au moment du lancement de la campagne (octobre 2023)

- > Communication officielle (via les préfets), avec relais médias et affichage dans l'espace public  
A coupler à des actions terrain
- > Communication numérique : sites internet, réseaux sociaux
- > Relais par les acteurs du territoire (notamment collectivités)

#### - Des actions à inscrire dans la durée (2023/2027) soit de façon ponctuelle soit de façon récurrente

- > A articuler « intelligemment » avec actions nationales (Tous résilients notamment)



## 3 – La note stratégie de communication

### Objectifs

- > Sélectionner une ou plusieurs actions phares ou/et ayant un impact fort sur les populations,
- > Renouveler et redynamiser les dispositifs Label LBR et Journée annuelle LBR,
- > Rechercher des appui/relais médias lors des actions locales,
- > Inciter les collectivités et autres relais, à relayer les informations et messages et s'appuyer sur des acteurs ayant déjà développé des actions de sensibilisation et de formation afin de préparer les populations à faire face aux risques
- > Confier des chantiers à part entière à des acteurs du GT qui pourront en assumer le portage





## 3 – La note stratégie de communication

### Objectifs

- > Sélectionner une ou plusieurs actions phares ou/et ayant un impact fort sur les populations,
- > Renouveler et redynamiser les dispositifs Label LBR et Journée annuelle LBR,
- > Rechercher des appui/relais médias lors des actions locales,
- > Inciter les collectivités et autres relais, à relayer les informations et messages et s'appuyer sur des acteurs ayant déjà développé des actions de sensibilisation et de formation afin de préparer les populations à faire face aux risques
- > Confier des chantiers à part entière à des acteurs du GT qui pourront en assumer le portage



## 3 – La note stratégie de communication

### Publics cibles

Au delà du grand public au sens large :

- > 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 et les entreprises riveraines situées dans les zones à risques



## 3 – La note stratégie de communication

### Echanges et amélioration de la note stratégie

**Les cibles prioritaires**

**Les enjeux prioritaires**

**La / Les actions phare**

**Quels soutiens humains possibles  
notamment sur les réseaux sociaux ?**



# 4 – Présentation de certaines actions déjà avancées

Corinne THIEVENT  
*SPPPY*



## 4.1 – La communication au lancement de la campagne

- Refonte en cours du site internet
- Nouvelle vidéo consignes en cours de montage
- Organisation en cours des conférences de presses officielle au lancement de la campagne (préfecture de région et préfectures de département)
- Actions terrain à prévoir en lien avec les industriels ? Avec les collectivités ?



## 4.2 – Création d'un village forum sur le risque industriel

- Une action en cours de montage avec IFFORME, ville de Pont de Claix, IRMa, SPPPY (sur la base des expériences PLOUF et Alerte à Pont de Claix)
- Objectif : concevoir un village forum 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
- Ce premier village aurait lieu à Pont de Claix du 5 au 7 octobre 2023 et serait ensuite reproductible en d'autres lieux (liens avec Résilience Tour et Tous résilients)
- En cours de construction : prochaine réunion de travail le 16 mai à Grenoble
- Budget en cours



## 4.3 – Les pièces de théâtre existantes

- Oui mais si ça arrivait ? Continuité avec campagne 2018 ?
- 16431 Souvenirs d'avenir : pour les plus grands
- Accord Mineur pour risque majeur
- Quel dimensionnement ?



# 5 – Les actions à construire ou à programmer dans la durée

Corinne THIEVENT  
*SPPPY*

Fabien POURPRIX  
*APORA*





RISQUES  
INDUSTRIELS  
MAJEURS

Les bons  
réflexes!

## 5 – Les actions à construire et/ou à programmer

### Dans la continuité de la campagne 2018

- > Poursuite du label Les bons réflexes ? A faire évoluer car en « stand by »
- > Poursuite de la journée annuelle LBR : réfléchir à une nouvelle formule
- > Formations IRMa POMSE et EXOCRISE (en salle)
- > Cellules de crise virtuelles ATRISC
- > Organisation de Matinales sur des thématiques spécifiques avec IRMa
- > Présence sur des forums ou animation de stands (ex Village des Gestes qui sauvent à Lyon, ...)



## 5 – Les actions à construire et/ou à programmer

### Issues du tour de table 1<sup>er</sup> GT Communication

- > Audrey Borelly : Contes philosophiques sur les risques.
- > Audrey Borelly : Développer un réseau de Street Art sur la thématique du risque industriel.
- > Actions en lien avec IRMa (Matinales, Bus Info Risques, POMSE, exercices gestion de crise pour les collectivités...) et lien avec le Résilience Tour
- > Projet CONTACT
- > Travaux avec les bailleurs sociaux
- > Actions avec Résiliances : Mise à disposition d'un Document d'Information du Salarié et un Tuto sur les risques majeurs à destination des dirigeants.  
Proposition d'animer le sous-groupe de travail Acteurs économiques.  
Possibilité de développer l'outil d'audit d'entreprise (Résiscore)  
Organiser des échanges et de partage d'expérience sur la prévention des risques industriels majeurs avec d'autres pays.



## 5 – Les actions à construire et/ou à programmer

Besoin de chiffrer les différentes actions potentielles pour caler le budget (cf ci après)

Faire les arbitrages nécessaires puis les inscrire dans la durée par priorité

Valider les sous groupes à mettre en place et les porteurs (Risk Indus déjà lancé et piloté par le SPPPY)

Besoin rapide de lancer les travaux réseaux sociaux



# Le Budget – V8

CHARGES EN EUROS HT	2018-2023	2023-2028	RECETTES EUROS HT	2018-2023	2023-2028
<b>Actions réglementaires : financement par industriels</b>					
<b>Lot 1 : conception</b>					
Pré-production et création brochures/affiches/enveloppes	77 080 €	96 000 €	Reliquats contributions campagnes précédentes	47 384 €	126 526 €
carte des bassins	2 000 €	2 300 €			
<b>Lot 2 : impression</b>					
Impression brochures/thermoscellant, assemblage et mise sous pli	375 680 €	270 000 €	Appels de fonds industriels	888 033 €	780 000 €
Impression affiches (100 000 ex max.)	9 770 €	8 000 €			
Colisage/routage/transport vers entrepôt Médiapost	98 868 €	40 000 €	Participation communes / distribution	0 €	80 000 €
<b>Lot 3 : distribution</b>					
Distribution brochures habitants/entreprises La Poste	0 €	180 000 €			
Distribution affiches/brochures (pour entreprises, ...); mailing ?	2 176 €	15 000 €			
<b>Autres</b>					
Frais de gestion et Prestation APORA sur 5 ans	121 362 €	130 000 €			
REP CITEO	6 102 €	8 000 €			
Site internet (création version mobile first)	29 944 €	25 000 €			
Hébergement maintenance site 5 ans	6 270 €	7 000 €			
N° vert LBR 5 ans (enregistrement, abo et communication)	3 590 €	4 000 €			
Enquête de perception	44 500 €	40 000 €			
CDD campagne	64 464 €	0 €			
Divers, impondérables (2,5% du budget ?)		20 500 €			
<b>SS TOTAL 1</b>	<b>841 806 €</b>	<b>845 800 €</b>	<b>SS TOTAL 1</b>	<b>935 417 €</b>	<b>986 526 €</b>
<b>Actions non réglementaires : financement par subventions publiques</b>					
Distribution des brochures par les communes			Reliquats campagne 2018		14 878 €
Actions complémentaires diverses (scolaires, ...)	30 062 €	100 000,00 €	Subventions DGPR/DREAL	80 000 €	80 000 €
Magnets et 4 pages *	124 020 €		Subventions GAM	30 000 €	à préciser
Réseaux sociaux		60 000,00 €	Subventions Métropole de Lyon	40 000 €	40 000 €
			Autres financements (AFPCNT, autre)		à préciser
<b>SS TOTAL 2</b>	<b>154 082 €</b>	<b>160 000,00 €</b>	<b>SS TOTAL 2</b>	<b>150 000 €</b>	<b>134 878 €</b>
<b>TOTAL</b>	<b>995 888 €</b>	<b>1 005 800,00 €</b>	<b>TOTAL</b>	<b>1 085 417 €</b>	<b>1 121 404 €</b>

5 Mai 2023

\* prise en charge pour partie DREAL

\*\* financement industriel complet 2018 = 808 891,18 €

Campagne 2023 - Risques Industriels Majeurs



## 6 – Prochaines échéances



## 6 – Prochaines échéances

### Réunion équipe projet – GT restreint

- Le 15 mai 2023 à 14h00 – Visio-conférence

### GT Communication n° 3

Juin 2023 – Visio-conférence : *date à définir*

### GT Docs n° 5 : engagement industriels / appels de fonds / interface de saisie

- Juin 2023 : date à définir

### COFIL n° 2

- 29 Juin 2023 – 9h00 : mixte présentiel / distanciel ; *invitation à venir*



# 7 – Questions diverses



Merci de votre attention