

## Mobilisation des réseaux sociaux pour l'information sur les inondations dans l'Arc méditerranéen

### Regard et réflexions sur quelques pratiques



Discussion | Membres | Photos | Fichiers

Rechercher dans ce groupe



**Qu'est-ce-qu'un VOST ?**

Virtual Operations Support Team #NiceVOST  
VEILLE DES RÉSEAUX SOCIAUX devenir citoyen acteur  
transmettre les informations à la salle de crise communale rassurer et informer  
Volontaire réserviste

**ACTEUR**  
COMMUNALE de SÉCURITÉ CIVILE NICE

Le compte @Beauvau\_Alerte vous informe lors d'un événement majeur de sécurité survenant en France

SUR TWITTER

#MieuxVousPrévenir



## PLUIE-INONDATION

### LES 8 BONS COMPORTEMENTS en cas de pluies méditerranéennes intenses

 <p><b>JE M'INFORME</b> et je reste à l'écoute des consignes des autorités dans les médias et sur les réseaux sociaux en suivant les comptes officiels</p>	 <p><b>JE NE PRENDS PAS MA VOITURE ET JE REPORTE MES DÉPLACEMENTS</b></p>	 <p><b>JE ME SOUCIE DES PERSONNES PROCHES</b>, de mes voisins et des personnes vulnérables</p>	 <p><b>JE M'ÉLOIGNE DES COURS D'EAU</b> et je ne stationne pas sur les berges ou sur les ponts</p>
 <p><b>JE NE SORS PAS</b> Je m'abrite dans un bâtiment et surtout pas sous un arbre pour éviter un risque de foudre</p>	 <p><b>JE NE DESCENDS PAS DANS LES SOUS-SOLS ET JE ME RÉFOÛDE EN HAUTEUR, EN ÉTAPE</b></p>	 <p><b>JE NE M'ENGOÛTE NI EN VOITURE NI À PIED</b> Pont submersible, gué, passage dangereux... Moins de 20 cm d'eau suffisent pour emporter une voiture</p>	 <p><b>JE NE VAIS PAS CHERCHER MES ENFANTS À L'ÉCOLE</b>, ils sont en sécurité</p>

**JE CONNAIS LES NIVEAUX DE VIGILANCE**

- Phénomènes localement dangereux
- Phénomènes dangereux et étendus
- Phénomènes dangereux et intenses exceptionnels

**J'AI TOUJOURS CHEZ MOI UN KIT DE SÉCURITÉ**

Radio et lampe de poche avec piles de recharge, bougies, kit premiers secours, matériel de secours, matériel d'entretien, double des clés, carte des points d'identité, trousse de premier secours, matériel de cuisine, chargeur de téléphone portable, articles pour bébé, nourriture pour animaux.

**JE NOTE LES NUMÉROS UTILES**

Numéro 112 ou 119 Pompiers  
15 SAMU  
17 Gendarmerie, Police

pluie-inondation.gouv.fr #pluieinondation

VIGICRUES vigicrues.gouv.fr | vigilance.meteofrance.com | interieur.gouv.fr

# Mobilisation des réseaux sociaux pour l'information sur les inondations dans l'arc méditerranéen

Regard et réflexions sur quelques pratiques

## Historique des versions du document

Version	Date	Commentaire
v0	07/11/18	Création du document
V0.1	01/07/19	Compléments sur les retours d'expérience
vf	02/12/19	Relecture et modifications MIIAM

## Affaire suivie par

<b>Arnaud VILLATTE</b> - Département DREC – Service SVGC
Tél. : 04 42 24 71 68
Courriel : <a href="mailto:arnaud.villatte@cerema.fr">arnaud.villatte@cerema.fr</a>
<b>Site de Aix-en-Provence</b> : Cerema Méditerranée – Avenue Albert Einstein 13593 AIX-EN-PROVENCE CEDEX 3

Rapport	Nom	Date	Visa
Établi par	Arnaud VILLATTE, Franck CHARRIER		
Avec la participation de	Ghislaine VERRHIEST-LEBLANC		
Contrôlé par	Ghislaine VERRHIEST-LEBLANC		

## Résumé :

Les retours d'expérience montrent que les réseaux sociaux prennent une place grandissante dans les différents moments de la communication (avant, pendant et après un événement) sur le risque inondation.

La mission interrégionale "Inondation Arc Méditerranéen" a souhaité analyser quelques pratiques d'acteurs de l'arc méditerranéen quant à l'utilisation des réseaux sociaux dans la prévention et la gestion des risques d'inondation. À cette fin, elle a mobilisé le Cerema en appui technique.

À partir de l'analyse de la bibliographie et d'entretien avec des acteurs du territoire de l'arc méditerranéen, ce rapport dresse un état des lieux partiels et esquisse quelques réflexions pour la mobilisation des réseaux sociaux avant, pendant et après une inondation. Ce rapport s'adresse à un large public : services de l'État, collectivités, syndicats de rivière, associations...

# Table des matières

<b>1 CONTEXTE DE L'ÉTUDE.....</b>	<b>6</b>
<b>1.1 Méthode de travail.....</b>	<b>6</b>
<b>1.2 État des lieux et analyse comparative des médias sociaux.....</b>	<b>6</b>
1.2.1 Quel média pour quelle utilisation ?.....	8
1.2.2 Quelques caractéristiques importantes.....	9
<b>1.3 Quels intérêts pour la communication sur le risque, en particulier l'inondation ?.....</b>	<b>10</b>
1.3.1 Un complément à l'information préventive réglementaire.....	10
1.3.2 Pluralité, viralité, interactivité : les atouts des réseaux sociaux.....	10
<b>2 RETOURS D'EXPÉRIENCES.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1 Préfecture et collectivités varoises, « pionnières » en 2014.....</b>	<b>13</b>
2.1.1 La préfecture du Var, déjà « organisée » sur les réseaux.....	14
2.1.2 L'activité de certaines collectivités impactées.....	15
<b>2.2 Forte mobilisation dans les Alpes-Maritimes en 2015.....</b>	<b>17</b>
2.2.1 Les points de situation de la préfecture des Alpes-Maritimes.....	17
2.2.2 La réserve virtuelle de sécurité civile à Nice (Nice VOST).....	18
<b>2.3 2015-2019 : quelques évolutions marquantes.....</b>	<b>19</b>
2.3.1 La campagne « Pluie-inondation – les 8 bons comportements » : la prévention investit réseaux sociaux.....	19
2.3.2 Inondations en Haute-Corse en novembre 2016, les médias « traditionnels » en avant.....	20
2.3.3 Évolutions dans la « chaîne » vigilance-alerte.....	21
2.3.4 Une communication sur la durée, dans l'Aude en 2018.....	23
2.3.5 Les réseaux sociaux de plus en plus opérationnels, à l'automne 2019 sur l'Arc Méditerranéen.....	24
2.3.6 Illustrations hors territoire français : Espagne, Italie.....	26
<b>3 QUELLES PRATIQUES AU SEIN DES ORGANISATIONS DU TERRITOIRE ARCMED ?.....</b>	<b>27</b>
<b>3.1 Campagne d'entretiens ciblés.....</b>	<b>27</b>
<b>3.2 Origines de l'engagement et objectifs poursuivis.....</b>	<b>30</b>
<b>3.3 « Stratégies » et organisations mises en place.....</b>	<b>31</b>
<b>3.4 Leurs retours d'expérience et évolutions envisagées.....</b>	<b>35</b>
<b>4 BONNES PRATIQUES ET PISTES DE PROGRÈS.....</b>	<b>36</b>
<b>4.1 Définir une stratégie adaptée au territoire et au public.....</b>	<b>36</b>
<b>4.2 Définir une organisation et des moyens adaptés.....</b>	<b>37</b>
<b>4.3 Se faciliter la veille sur les réseaux sociaux.....</b>	<b>37</b>
<b>4.4 Favoriser la coordination entre structures sur un même territoire.....</b>	<b>40</b>
<b>4.5 Déclencher une alerte via les réseaux sociaux.....</b>	<b>42</b>
<b>4.6 Utiliser la phase post-crise pour « capitaliser ».....</b>	<b>42</b>
<b>5 RÉFÉRENCES.....</b>	<b>44</b>
<b>6 REMERCIEMENTS.....</b>	<b>46</b>



# 1 Contexte de l'étude

## 1.1 Méthode de travail

Les retours d'expérience montrent que les réseaux sociaux prennent une place grandissante dans les différents temps de la communication (avant, pendant et après un événement) sur le risque inondation. D'abord utilisés par les autorités publiques pour diffuser des recommandations et des points de situation pendant un événement, l'usage des réseaux sociaux s'est élargi, à la fois chez les acteurs concernés, mais aussi dans les différentes temporalités entourant le risque.

À partir de l'analyse de la bibliographie et d'entretien avec des acteurs du territoire de l'arc méditerranéen, ce rapport dresse un état des lieux partiels et esquisse quelques réflexions pour la mobilisation des réseaux sociaux avant, pendant et après une inondation.

Ce rapport s'adresse à un large public : services de l'État, collectivités, syndicats de rivière, associations...

La collecte des informations nécessaire s'est déroulée en trois temps :

- 1) une recherche bibliographique approfondie au sein d'articles de presse, guides, travaux de recherche sur les médias sociaux d'un point de vue général ou plus spécifiquement en lien avec le risque inondation
- 2) un retour sur événements marquants ayant touchés certains territoires de l'Arc Méditerranéen ces 5 dernières années : inondations dans le département du Var en janvier 2014, en Occitanie pendant l'automne 2014, dans les Alpes-Maritimes en octobre 2015, en Corse en novembre 2016, dans le Gard en août 2018, dans l'Aude en octobre 2018 et sur l'arc méditerranéen pendant l'automne 2019. Ces inondations ont été regardées par le prisme de l'information qui a circulé sur les réseaux sociaux. Cette communication est donc essentiellement liée à la gestion de la crise.
- 3) des entretiens ciblés auprès d'acteurs impliqués sur l'Arc méditerranéen et dont la communication sur le risque inondation, au moins pour certains, se fait désormais aussi bien de façon préventive que pendant et après l'évènement.

Ce rapport ne constitue pas un « manuel » de l'usage des réseaux sociaux en cas d'inondation : les acteurs n'ont pas les mêmes habitudes, ni les mêmes contraintes ou moyens pour que l'on puisse définir une méthode unique. Cependant, de nombreuses « bonnes pratiques » se dégagent et permettent de proposer des recommandations quant à l'usage des réseaux sociaux pour la réduction des conséquences d'une inondation sur l'Arc méditerranéen, ou ailleurs.

## 1.2 État des lieux et analyse comparative des médias sociaux

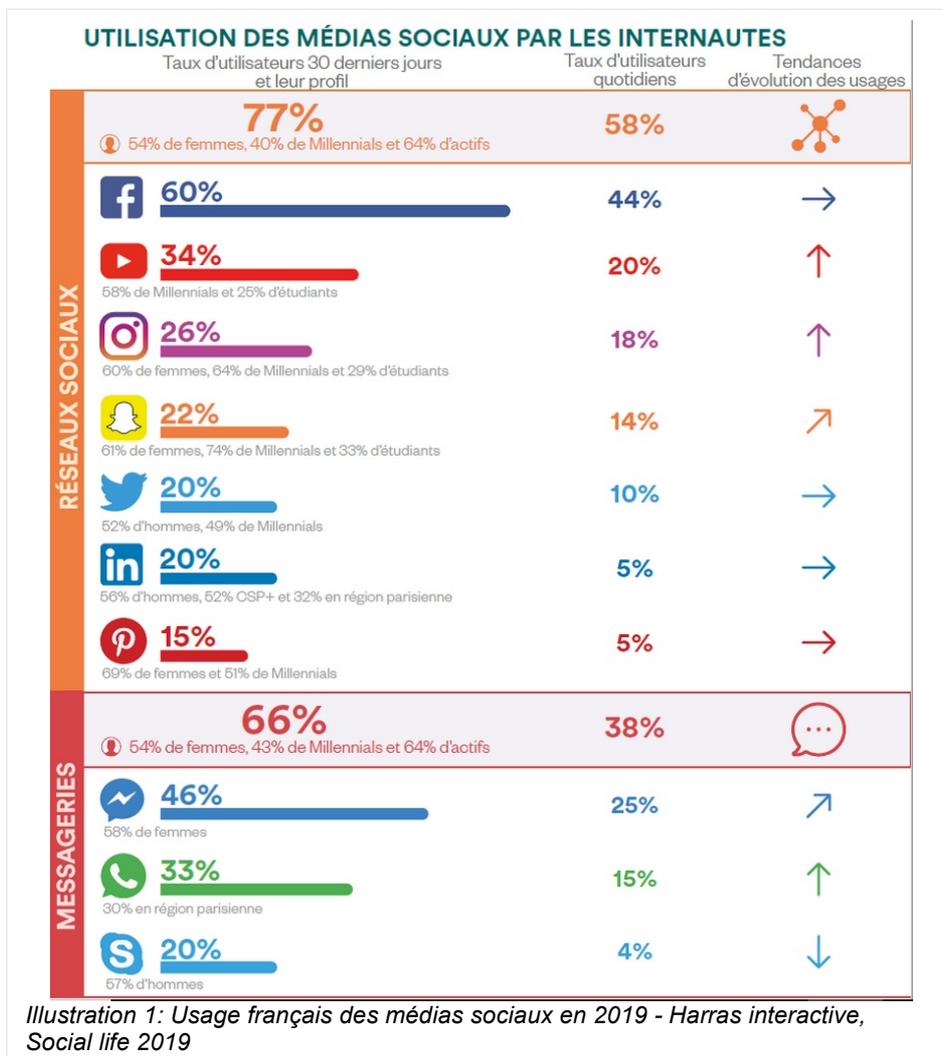
*Remarque sémantique : par facilité dans le rapport, les termes « médias sociaux » et « réseaux sociaux » sont utilisés avec le même sens, étant entendu que les réseaux sociaux sont des médias sociaux.*

Les médias sociaux peuvent se définir comme des moyens de communication sur internet qui permettent d'entretenir une conversation. **L'interaction est au coeur des médias sociaux**, c'est en effet l'élément qui les différencie des médias classiques. Au contraire des médias traditionnels, un média social est une « voie » internet qui vous donne la possibilité de communiquer et d'entrer en contact avec des gens que vous connaissez ou qui partagent vos centres d'intérêt.

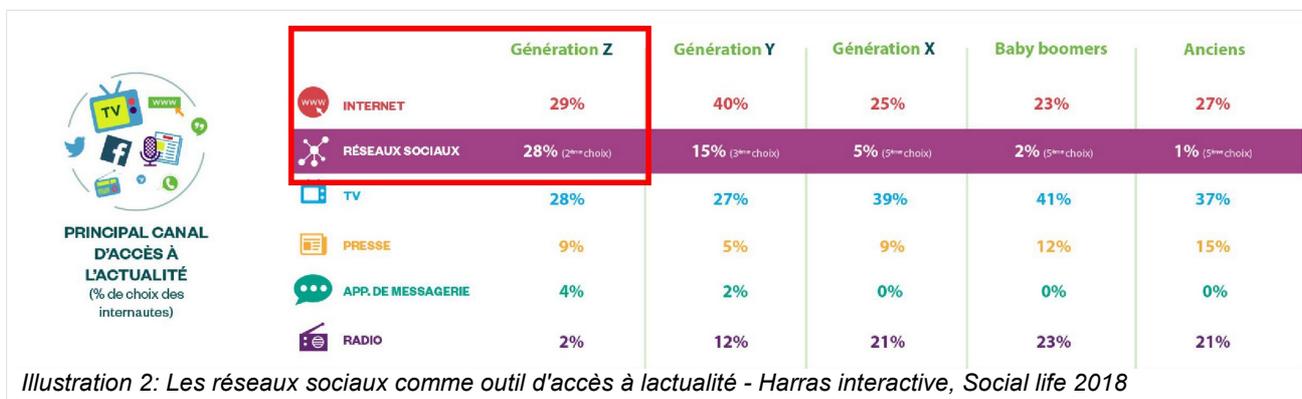
Les réseaux sociaux **se développent rapidement** : ils sont de plus en plus nombreux et de plus

en plus utilisés. Chaque seconde, des millions d'interactions ont lieu sur les réseaux sociaux. Les fonctionnalités des médias sociaux se multiplient, permettant de communiquer et de diffuser de l'information de différentes manières (photos, stories, vidéos en live, GIFs).

**En 2019, plus de trois quarts des Français utilisent les réseaux sociaux de façon régulière** et plus de la moitié quotidiennement. Par ailleurs, toutes les générations sont concernées : 60 % des utilisateurs ont plus de 35 ans. En moyenne, un Français passe 1h20 par jour sur les réseaux sociaux.



Autre point intéressant selon cette étude<sup>1</sup>, si près de 90 % des interrogés sont méfiants quant à la véracité des informations qui circulent sur les réseaux sociaux, cela reste une source d'accès à l'information importante, en particulier chez les plus jeunes.



1 <https://harris-interactive.fr/press/social-life-2019-les-social-personae-leurs-pratiques-portrait-et-relation-aux-marques/>

**Les réseaux sociaux les plus utilisés en France en 2019<sup>1</sup>** sont Facebook (35 millions d'utilisateurs), Youtube, Instagram (17 millions), Whatsapp, Snapchat, Twitter (12 millions), Pinterest, LinkedIn (6,8 millions).

### 1.2.1 Quel média pour quelle utilisation ?

**Les réseaux sociaux peuvent être « classés » selon leur usage**, personnel ou professionnel notamment (LinkedIn). Certains permettent de diffuser des vidéos (Youtube), des images (Instagram, Pinterest), d'échanger des messages et de discuter en groupes (Whatsapp, Snapchat) ou d'agréger des contenus (ScoopIt). Chaque réseau social a sa spécificité, un public particulier, des types de contenus particuliers, des algorithmes propres.

**Facebook** est le réseau le plus utilisé au monde. Les utilisateurs s'inscrivent pour utiliser le site, créent un profil, ajoutent d'autres utilisateurs en tant qu'amis, échangent des messages et rejoignent des groupes ou « aiment » des pages pour lesquelles ils ont un intérêt particulier. Il permet de partager des photos, des vidéos, des messages entre « amis », mais également de suivre les actualités de ses amis. Les organisations quant à elles peuvent s'appuyer sur Facebook pour communiquer avec leur public (partage de photos, vidéos, Live...), faire des publicités ciblées, vendre leurs produits ou encore servir de plateforme de service client.

	 <b>FACEBOOK</b>	 <b>TWITTER</b>	 <b>LINKEDIN</b>	 <b>YOUTUBE</b>	 <b>INSTAGRAM</b>	 <b>SNAPCHAT</b>
<b>FRANCE*</b>	31 millions	14,1 millions	9,5 millions	26,2 millions	11,8 millions	9,8 millions
<b>MONDE*</b>	1,79 milliard	317 millions	106 millions	1 milliard	600 millions	150 millions
<b>IDENTITÉ</b>	Réseau social communautaire	Réseau social d'informations	Réseau social professionnel	Plateforme d'hébergement et de visionnage de vidéos	Réseau social d'images et de vidéos	Réseau social de photos instantanées
<b>USAGE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Fédérer des communautés d'internautes</li> <li>* Diffuser des contenus multimédia (vidéos, photos, liens, gif...)</li> <li>* Mesurer son audience de manière avancée</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Diffuser, suivre et relayer des informations instantanées</li> <li>* Suivre des buzz (bons ou mauvais) autour d'un sujet</li> <li>* Mesurer sa visibilité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Mettre en avant ses compétences et les rendre accessibles à tous</li> <li>* Entretenir ses réseaux professionnels virtuels et réels</li> <li>* Trouver/proposer des offres d'emploi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Hébergement et partage des vidéos sur d'autres réseaux sociaux</li> <li>* Suivi de chaînes YouTube</li> <li>* Usage surtout récréatif (Youtubeurs, musique...)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Partage de photos et de vidéos courtes</li> <li>* Suivre des personnalités célèbres et des marques</li> <li>* Média préféré des blogueurs Lifestyle/Mode</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Diffuser instantanément des photos ou vidéos à ses ami(e)s</li> <li>* Chaque snap est affiché temporairement à partir de son ouverture</li> </ul>
<b>BON À SAVOIR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Les stats d'une Page sont disponibles à partir de 30 fans</li> <li>* Une page est administrée à partir d'un profil</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Un Tweet est composé de 280 caractères</li> <li>* Twitter propose aussi un outil statistiques, disponible pour chaque tweet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Les utilisateurs de LinkedIn y passent en moyenne 10 minutes par jour</li> <li>* Il existe différentes offres premium, chacune répondant à un besoin spécifique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Vous pouvez personnaliser l'URL de votre chaîne</li> <li>* YouTube appartient au groupe Google depuis 2006</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Ajouter un emplacement au post d'une photo augmente l'engagement de 79%</li> <li>* Instagram appartient à Facebook</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Les story permettent de rendre visibles des snaps pendant 24h à tous ses abonnés</li> </ul>

*Illustration 3: Extrait du guide de bon usage des réseaux sociaux - Ministère Intérieur/DICOM*

**Twitter** permet le partage de messages courts de 280 caractères maximum (*microblogage*), pouvant être illustrés de photos, gifs, vidéos et liens. Le réseau social est désormais principalement utilisé pour le partage d'actualités, pour suivre ce qui se passe en temps réel sur un sujet, ou encore partager de courts statuts auprès de sa communauté.

**LinkedIn** est le leader des réseaux sociaux dédié aux relations professionnelles. Permettant de se créer un CV en ligne et de se connecter avec d'autres professionnels, le réseau social est également mondialement connu pour être très utile lors de la recherche d'emploi ou d'employés. Il est aujourd'hui très utilisé pour partager des actualités professionnelles, des retours d'expérience ou encore échanger sur des sujets globalement liés au cadre professionnel.

**Instagram** est un moyen rapide et gratuit de diffuser des instants de votre vie à travers une photo ou une vidéo. Il est de plus en plus populaire auprès des jeunes, en particulier pour sa dimension

1 Chiffres Agence Tiz, mars 2019 : <https://www.tiz.fr/utilisateurs-reseaux-sociaux-france-monde/>

« esthétique ». Il suffit de s'inscrire sur l'application, prendre une photo ou une vidéo, utiliser des filtres pour la transformer puis poster l'élément sur Instagram. Instagram dispose aussi d'une fonctionnalité nommée Instagram Direct, qui permet aux utilisateurs d'envoyer des photos seulement à une personne ou à un groupe d'utilisateurs, évitant ainsi que la photo soit publique. **Instagram ne comporte pas de fonctionnalité de partage direct** (vous pouvez cependant partager sur Facebook, ou Twitter) et ne permet pas aux membres de poster des liens actifs (clicquables) sur ses contenus, ce qui limite la viralité des messages.

**YouTube** est le média social dédié aux vidéos. Il est le numéro 1 dans le partage et le visionnage de vidéos.

**Snapchat** est une application mobile gratuite permettant de partager des photos, des courtes vidéos avec filtres et même de chatter sans laisser de traces. La particularité de Snapchat est la possibilité de limiter la durée de vie d'un message photo ou vidéo, durée après laquelle le message est automatiquement effacé.

Tous ces réseaux sociaux sont accessibles facilement via des **applications smartphones**.

## 1.2.2 Quelques caractéristiques importantes

La **durée de vie** d'un contenu posté sur les réseaux sociaux est plus courte que celle des contenus publiés sur un site web :

- Twitter : 18 minutes, et on peut espérer des interactions jusque 4 ou 5 h après la publication.
- Facebook : 5 heures, avec des retours jusqu'à 14 h après la publication.
- LinkedIn : 24 h.

D'où l'importance de publier régulièrement sur les réseaux sociaux, idéalement tous les jours.



Il est important également de noter que la raison d'être sur les réseaux sociaux est très différente, selon qu'on est **un usager particulier** ou en charge de la communication d'une organisation (**community manager**). Ainsi il s'agit principalement :

Pour un particulier :

- d'entretenir son réseau de relations
- de chercher de l'information suivant ses centres d'intérêt
- de diffuser de l'information

Pour une entreprise, une institution, une association :

- de développer son réseau
- de faire connaître son organisation et ses compétences
- de développer une proximité avec le « public »
- d'augmenter la fréquentation du site web
- de communiquer en temps réel lors d'événements

## 1.3 Quels intérêts pour la communication sur le risque, en particulier l'inondation ?

### 1.3.1 Un complément à l'information préventive réglementaire

La réglementation en matière d'information des populations sur le risque est aujourd'hui assez riche.

L'information préventive mise en place en 1987 instaure le droit de la population à l'information sur les risques majeurs auxquels elle est soumise sur ses lieux de vie, de travail ou de vacances : « *Les citoyens ont un droit à l'information sur les risques majeurs auxquels ils sont soumis dans certaines zones du territoire et sur les mesures de sauvegarde qui les concernent* » ([loi 87-565 du 22/07/1987](#), L.125-2 du CE).

Le dispositif réglementaire est par la suite renforcé par la loi relative à la prévention des risques technologiques et naturels et à la réparation des dommages du 30 juillet 2003 et la loi relative à la modernisation de la sécurité civile du 13 août 2004.

Plusieurs documents et mesures d'information préventive sont aujourd'hui imposés, en particulier le Document Départemental sur les Risques Majeurs (DDRM) et sa déclinaison communale le Dossier d'Information Communal sur les Risques Majeurs (DICRIM). Les communes dans lesquelles un risque est identifié ont aussi obligation d'information par le biais de réunions au minimum tous les 2 ans.

Par ailleurs, lors de l'achat ou de la location d'un bien immobilier, l'Information Aquéreur Locataire (IAL) permet au futur occupant de connaître l'état des risques sur la commune dans laquelle il va résider.

**Malgré les évolutions réglementaires et l'implication de nombreuses communes dans la réalisation et la mise à jour de leurs documents, force est de constater que les comportements inadaptés sont encore fréquents lors des inondations observées récemment sur l'arc méditerranéen.**

### 1.3.2 Pluralité, viralité, interactivité : les atouts des réseaux sociaux

Les médias et les réseaux sociaux sont des modes de communication qui représentent une opportunité pour le domaine de la sécurité civile et en particulier pour la gestion des inondations à cinétique rapide. Les réseaux sociaux sont d'ailleurs déjà largement utilisés par les organisations en lien avec la sécurité civile sur le pourtour de l'arc méditerranéen : toutes les préfetures ont désormais un compte twitter et/ou facebook, de nombreux SDIS diffusent régulièrement de l'information sur twitter, et de nombreuses communes ont investi les réseaux sociaux, pour communiquer non seulement sur les événements « quotidiens », mais aussi en cas de risque majeur.

Premier « atout » des réseaux sociaux, leur **pluralité**, qui permet de **toucher un maximum de personnes**, y compris le jeune public qui communique aujourd'hui beaucoup via ces outils.

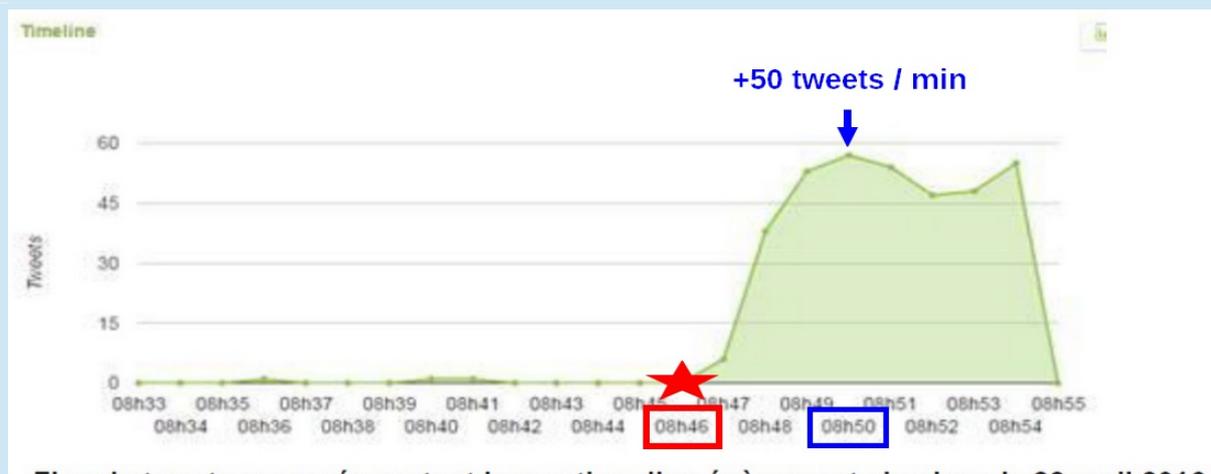
Les réseaux sociaux sont accessibles via les smartphones et permettent de relayer de l'information en démultipliant très rapidement le périmètre des destinataires, chaque « récepteur » ayant la possibilité de partager rapidement au sein de sa propre communauté, et ainsi de suite (**diffusion virale**). Par exemple, grâce à la fonctionnalité « Retweet », Twitter permet de republier de compte en compte une information très rapidement.

Enfin les réseaux sociaux sont **interactifs**, là où les médias traditionnels diffusent une information essentiellement « descendante ». Via les réseaux sociaux, c'est l'occasion d'inviter virtuellement le citoyen dans la « salle de crise », de lui faire prendre conscience qu'il peut être acteur de sa propre sécurité. Un citoyen impliqué est un citoyen qui agira « mieux » et plus rapidement en cas d'évènement.

Certaines catastrophes naturelles ont déjà montré l'intérêt que pouvaient avoir la veille des réseaux sociaux lorsque la cinétique est particulièrement rapide, telle qu'elle peut l'être pour certaines inondations méditerranéennes.

**C'est le cas par exemple du séisme du 28 avril 2016 dans l'ouest de la France, détecté en une minute grâce aux réseaux sociaux**

Le séisme de La Rochelle survenu le 28 avril 2016 à 8h46 était détectable dès 8h47 sur Twitter, via les premiers témoignages postés. Dès 8h50, le flux de Tweets a permis une première estimation de la zone impactée, alors que la première notification officielle via les réseaux sismologiques a été émise à 9h08.



Flux de tweets recensés portant la mention d'un évènement sismique le 28 avril 2016  
Illustration 5: Flux de tweets enregistrés - BRGM – MTES ([https://www.brgm.fr/sites/default/files/2016-04\\_seisme-rochelle\\_note-20160428-2.pdf](https://www.brgm.fr/sites/default/files/2016-04_seisme-rochelle_note-20160428-2.pdf))

Il a été possible également de localiser en première approximation l'évènement dans le Grand Ouest (Angers, La Rochelle, Cholet).

Ainsi, que l'on se place du côté des pouvoirs publics en charge de la gestion des risques (ou des crises), ou de celui de la population, potentiellement vulnérable face à ces risques, les réseaux sociaux permettent de répondre à un des enjeux principaux lorsqu'une catastrophe survient : **mobiliser un maximum d'informations en provenance du terrain pour tenter de construire une représentation « réaliste » de la situation.**

Lors d'un évènement majeur, **les citoyens ont besoin d'une information pertinente**, que ce soit pour adapter leur comportement aux risques, trouver l'aide dont ils ont besoin, savoir comment se mettre en sécurité, ou être rassurés sur le traitement de l'urgence par les autorités. Ils vont pour cela se tourner vers les flux médias classiques (radio et télévision) mais aussi, s'ils sont connectés, vers les moteurs de recherche et les médias sociaux. **Les citoyens au coeur de l'évènement sont, eux, en situation de produire de l'information.** Étant sur place, ils ont la possibilité de prendre des photos ou de capter des vidéos. Ils n'ont pas, ou peu, accès aux médias de flux conventionnels, mais peuvent poster des images et des commentaires immédiatement sur leur compte Twitter, Facebook, YouTube ou Instagram. Les évènements récents montrent qu'ils le font de manière très spontanée, ne serait-ce que pour informer leurs proches et leur famille de la situation.

**Or cette information, disponible sans délai et le plus souvent géolocalisée, a un intérêt majeur pour le gestionnaire de crise.** Cette information est dispersée sur de nombreux réseaux sociaux, foisonnante, et d'intérêt divers. Après vérification, elle permet tout d'abord de caractériser l'évènement, d'estimer l'importance du sinistre et de le localiser a priori. Cela peut apporter des éléments complémentaires dans le cadre d'aide à la décision et notamment la demande d'engagement de moyens de secours et sauvegarde. Les autorités publiques peuvent relayer l'information sur la situation de crise plus rapidement aux citoyens, en diffusant des conseils de bons comportements et/ou en démentant les fausses informations (rumeurs ou « fakenews »).

La rapidité de circulation de l'information via les réseaux sociaux en fait un outil quasi « indispensable » pour la gestion des inondations à cinétique rapide, telles que celles qui se produisent majoritairement sur l'arc méditerranéen. **Il ne s'agit pas (encore ?) d'en faire un outil d'alerte, mais bien un canal vers lequel se tourner pour obtenir et diffuser de l'information rapidement lors d'une crue rapide.**

Par ailleurs, au-delà de leur utilisation en gestion opérationnelle d'un évènement, il est important de comprendre que l'usage de ces technologies est **indispensable par « temps calme »**, en guise d'outil de veille, de remontée d'information ou simplement pour créer des « habitudes » en direction des populations dont on souhaite qu'elles adoptent les bons comportements en temps de crise.

Enfin, l'utilisation des réseaux sociaux par le grand public renforce sa « cohésion » vis-à-vis de la crise, qui évolue souvent après évènement en une communauté d'entraide pour les sinistrés. Les réseaux sociaux sont donc également importants **en phase « postcrise »** ou de retour au calme, **pour fédérer les actions de solidarité et accompagner le citoyen au « retour à la normale »**.

Il est important de rappeler que **les réseaux sociaux doivent être utilisés conjointement avec les moyens de communication classiques** et non isolément comme un canal de communication à part. En particulier, ils ne doivent pas être utilisés pour alerter les services de secours quand la situation est très **urgente** (urgence vitale).

## 2 Retours d'expériences

**Préambule : OURAGAN SANDY – naissance de l'utilisation des réseaux sociaux dans la gestion de crise**

En octobre 2012, l'Est des États-Unis a été touché par « Sandy » un ouragan meurtrier et dévastateur qui a plongé plusieurs états dans une crise de sécurité civile de grosse ampleur. Dans son rapport à destination du Secrétariat Général de la Défense et de la Sûreté Nationale (SGDSN), Le Haut Comité Français pour la Résilience Nationale (HCFRN, ex HCFDC) pose ce constat : « Sur le plan de la communication, on notera désormais, **la place incontournable des réseaux sociaux tout au long de la crise avec l'emploi interactif des nouvelles technologies qui se sont révélées essentielles dans l'information des populations et dans la bonne image de cette gestion de crise** ».

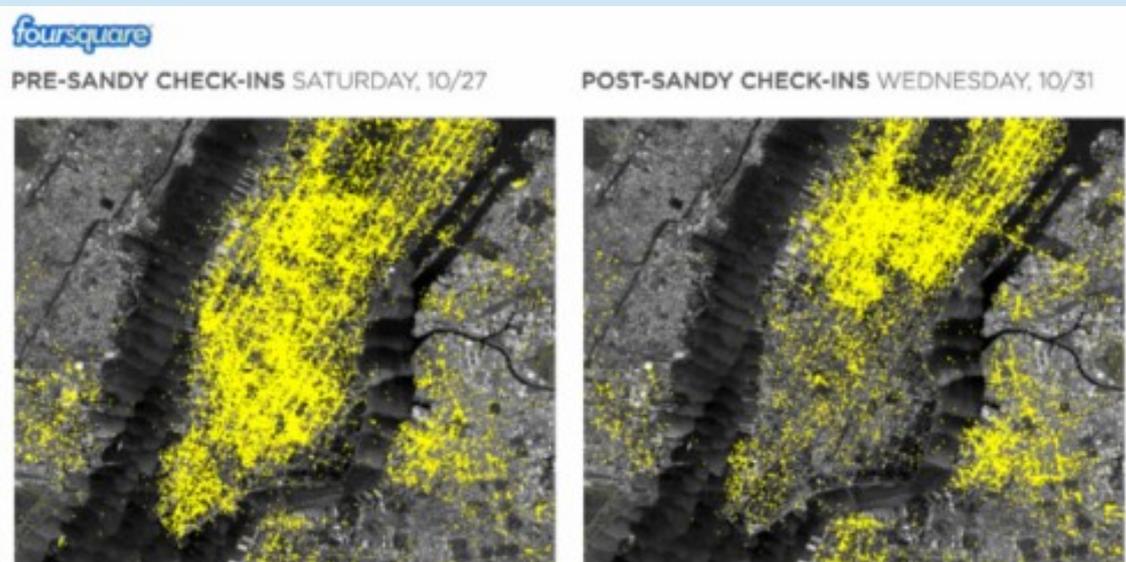


Illustration 6: Etendue de l'évacuation à Manhattan, estimée par la localisation des téléphones portables

Pour la première fois lors d'une crise majeure, les réseaux sociaux ont démontré la place qu'ils peuvent prendre. Les échanges ont permis de partager des informations, de mettre en commun les ressources et les volontés des gestionnaires de crise.

### 2.1 Préfecture et collectivités varoises, « pionnières » en 2014

Les tragiques inondations survenues dans le Var en 2010 puis en 2011 ont mis en exergue que la palette d'outils de communication en général, et de communication de crise en particulier, ne pouvait se priver des réseaux sociaux pour diffuser rapidement de l'information et couper court aux rumeurs.

Les réseaux sociaux ont été largement utilisés lors de cet événement, en particulier les médias twitter et facebook, mais aussi certains sites spécifiques collaboratifs (cartographie interactive en temps réel, ou crowdmapping).

Le Cerema a répertorié au moins 35 diffuseurs d'une communication spécifique à l'évènement via les réseaux sociaux : autorités publiques (préfecture, communes), presse (écrite, télévisée, radio), associations locales (VIE, VIVA,...) et plus spécifiques (météo amateurs, VISOV).

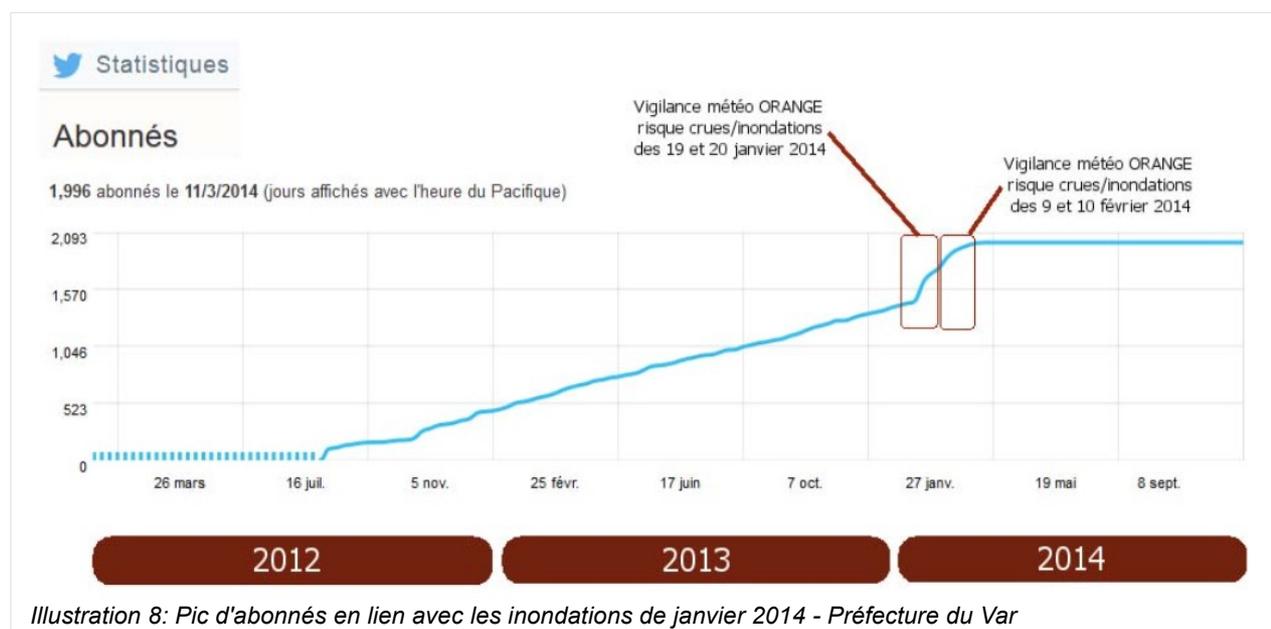
## 2.1.1 La préfecture du Var, déjà « organisée » sur les réseaux

La préfecture du Var s'est engagée dès le début dans l'usage des médias sociaux en gestion d'urgence en utilisant le compte Twitter @Prefet83 (créé en 2012) pour relayer les vigilances météorologiques, diffuser de l'information pratique (état des routes, prévisions météo, ouvertures ou non d'établissements scolaires) et conseils de comportement.

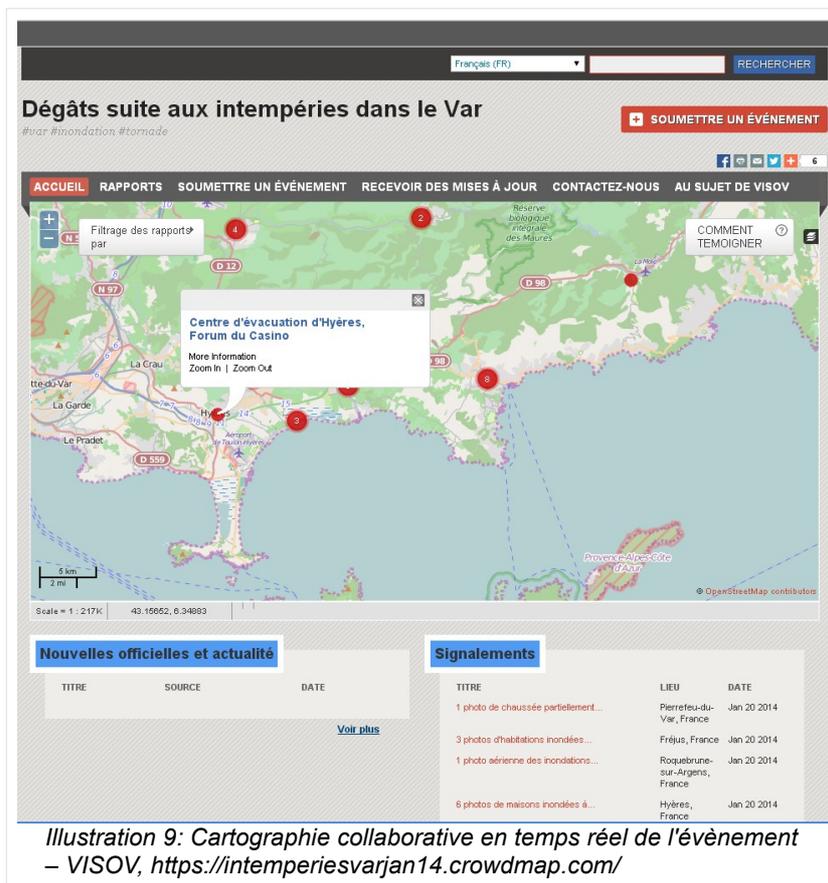
Les inondations de fin janvier et fin novembre 2014 ont été l'occasion d'une communication de crise élargie à l'usage de Twitter. Que cela soit en **préalerte ou alerte, au plus fort de la crise ou pour accompagner le retour à la normale postcrise**, l'usage de Twitter était déjà intégré à la communication de crise des services de l'État dans le Var. Des messages « prêts à tweeter » et infographies d'informations étaient intégrés au plan Orsec communication permettant de réagir rapidement en cas de crise.



Lors des inondations qui ont eu lieu en janvier 2014, 122 tweets ont été émis par le compte @Prefet83 durant 8 jours (16 janvier – 24 janvier), soit 13,5 par jours. Le compte a fédéré 200 followers de plus et a dû gérer une rumeur qu'elle a démentie via Twitter.



L'action de la préfecture a été consolidée par le travail des bénévoles de l'association de volontaires pour le soutien opérationnel virtuel (Visov), en particulier pour la veille des réseaux sociaux. L'évènement de janvier 2014 a été le premier en France pour lequel l'interactivité liée aux réseaux sociaux a permis la production d'une **carte collaborative des évènements constatés** (à l'aide de témoignages géoréférencés). Cette carte a été utilisée au Codis du Sdis du Var pour des remontées d'information terrain (photos, vidéos, observations), comme à l'EMIZ Sud, qui y fait référence dans ses différents points de situation.



## 2.1.2 L'activité de certaines collectivités impactées

L'évènement de janvier 2014 dans le Var constitue également une « première » dans l'usage des réseaux sociaux pour la gestion d'une inondation par certaines communes de l'arc méditerranéen.

Sur la ville de La Londe-Les-Maures, la communication sur l'évènement s'est faite par les médias sociaux et plus particulièrement facebook ou ponctuellement sur twitter pour renvoyer vers la page facebook de la commune.



La commune a privilégié ce mode d'information pour ses administrés en raison des difficultés de communication pendant l'évènement (saturation, coupure électrique et opérateur mobile en partie hors-service). Dès le dimanche matin, les services communaux ont alimenté le site pour maintenir le lien avec la population, en diffusant notamment des points de situation. Le responsable du service communication a consacré son action de façon quasi exclusive à la mise à jour des informations en temps réel sur les sites internet et facebook de la commune.

À noter le nombre de « partages » de l'information (Illustration 11 ci-contre), qui semble traduire l'efficacité du média pour ce type de communication.

The screenshot shows a Twitter thread with the following content:

- Ninon** (@NinonCotte) 19 janv.: J'ai du évacuer de chez moi, l'eau dans la rue devant chez moi m'arrive jusqu'aux cuisses. Génial.
- villelalonde83** (@villelalonde83) 19 janv.: @NinonCotte vous êtes à La Londe ?
- Ninon** (@NinonCotte) 19 janv.: @villelalonde83 Oui
- villelalonde83** (@villelalonde83) 19 janv.: @NinonCotte Si vous pouvez y aller en sécurité, la Salle Y.Piat accueille les sinistrés. Infos sur [goo.gl/PYNUld](http://goo.gl/PYNUld)
- Ninon** (@NinonCotte) 10:49 - 19 janv. 2014: @villelalonde83 J'ai une amie qui est bloquée dans son grenier et elle a de l'eau presque jusqu'au toit!
- villelalonde83** (@villelalonde83) 19 janv.: @NinonCotte où ça que je transmette aux secours

The tweet by Ninon has 3 retweets and is part of a thread with 5 replies.

Illustration 12: tweet d'appel au secours sur la commune de la Londe en janvier 2014

The Facebook post from the Ville de La Londe Les Maures includes the following text:

**Inondations à La Londe, le point à 12h :**  
 Les inondations, suite aux intempéries de cette nuit et de cette matinée, ont été importantes notamment dans les quartiers côtiers Miramar, Baie des Isles, Boulevard Louis Bernard ainsi qu'au port Maravenne et plus généralement aux abords du Maravenne et du Pansard. Le supermarché Casino en contrebas du rond-point de La Poste a également été touché tout comme le Jardin des Oiseaux et le Bas-Jassons. De plus la RD98 est coupée entre Hyères et La Londe.

La Salle Yann-Piat a été ouverte pour accueillir les sinistrés en début de matinée et propose du réconfort, des lits et des couvertures.

Un PC Crise, installé au Centre de Secours et d'Incendie de La Londe réunissant la municipalité et les forces de secours est également à l'oeuvre pour coordonner les interventions. L'électricité est toujours coupée dans certains quartiers et les réseaux téléphonique fixes et portables sont parfois en dérangement.

Le Var étant toujours placé en vigilance orange crues, rappelons que la plus grande prudence est à respecter en limitant vos déplacements, en rejoignant un point en hauteur en cas de montée des eaux et en vous signalant bien pour les hélicoptères de secours.

(photo : le stade Vitria sous les eaux)

The post shows a photo of a flooded area with a caption: "J'aime Commenter Partager 54 48 208 partages".

Illustration 11: Point de situation de la commune de la Londe-les-Maures au moment de l'inondation.

Cet évènement a également été l'occasion d'observer un des écueils à éviter, le « mauvais » usage des réseaux sociaux, en l'occurrence une demande de secours, qui ne peut actuellement être traitée par ce biais.

À Hyères, autre commune durement touchée, la communication de crise a largement été relayée sur les réseaux sociaux, en particulier via le compte twitter du maire. Le message ci-dessous traduit son inquiétude face aux refus d'évacuer.



**Jacques Politi**  
@jacquespoliti

Malgré l'eau qui arrive certains ne veulent pas évacuer. Je demande à tous d'être raisonnable. Pour votre sécurité

3:07 PM - 19 Jan 2014

5 RETWEETS 3 FAVORITES

Illustration 13: Tweet du maire de Hyères demandant à la population d'évacuer

Ce cas illustre une nouvelle difficulté liée à la communication via les réseaux sociaux : la défiance à l'égard des pouvoirs publics ou politiques.

En l'occurrence, il semble que certains refus d'évacuation sur Hyères ce 19 janvier 2014 soient liés à des oppositions politiques, à l'approche des élections municipales de 2014 (*depuis, en cas de besoin, la communication de crise se fait via le compte twitter de la mairie*)

## 2.2 Forte mobilisation dans les Alpes-Maritimes en 2015

D'importantes inondations ont lourdement affecté les départements des Alpes-Maritimes et du Var les 3 et 4 octobre 2015, entraînant vingt décès et d'importants dommages aux enjeux (habitations, équipements publics, entreprises ...).

Une fois encore, les services en charge de la gestion de crise, préfecture et communes notamment, ont investi les réseaux sociaux afin de diffuser des messages à la population.

### 2.2.1 Les points de situation de la préfecture des Alpes-Maritimes

L'évènement d'octobre 2015 a été la première catastrophe naturelle pour laquelle les services préfectoraux ont eu recours aux réseaux sociaux.

Accompagnés par leurs homologues du Var, ils ont réalisé des points de situation réguliers tout au long de l'évènement (y compris la nuit), sur leur page facebook, créée en mai 2014.

Au-delà des messages de prévention délivrés, ces points de situation (qui sont souvent doublés de communiqués de presse) ont au moins deux vertus essentielles pour la gestion de la crise :

- informer le citoyen de l'évolution de la situation : cela correspond à une attente forte de la population en cas d'évènement, qui veut « savoir »
- ne pas laisser la place aux rumeurs : informer régulièrement permet d'occuper « le terrain » et ainsi d'éviter la diffusion de fausses informations, ou au moins de les dénoncer rapidement.

**Préfecture des Alpes-Maritimes**  
21 h · Modifié ·

ATTENTION : ce jour 3 octobre 2015 à 14h LE DÉPARTEMENT des Alpes-Maritimes passe en VIGILANCE ORANGE !!! Des pluies orageuses montant en puissance en fin d'après-midi et dans la soirée sont attendues.

Des orages avec de fortes rafales de vent et parfois de la grêle se développeront. Une très forte activité électrique est attendue!

Les précipitations seront fortes : de 60 à 100 mm allant jusqu'à 150 mm selon les secteurs.

Fin prévue de l'événement : dimanche 4 octobre 2015 16h.

Soyez EXTREMEMENT PRUDENTS et retrouvez ici les conseils de sécurité et l'évolution de la situation : [www.meteo.fr](http://www.meteo.fr)

MERCI DE PARTAGER autant que vous le pouvez. Nous vous tiendrons informés au fur et à mesure.

**fecture des Alpes-Maritimes**  
· Modifié ·

INT à 23h 40 le 3/10/2015 : La fin de st annoncée MAIS la plus grande prudence es inondations sont nombreuses. Ne vous URTOUT pas.

mes de Biot, Cannes, Mandelieu et oubet sont particulièrement impactées.

· 38 commentaires

**fecture des Alpes-Maritimes**  
·

privés: dans le contexte actuel, il ne nous sible d'y répondre. Nous allons vous faire ns peu de temps. Il est nécessaire situation avant de vous informer. Merci de réhension.

10 commentaires

**Saloua Bennour et 324 autres personnes** aiment ça.

**Patrick Jacobbi**  
Merci. Souhaitons que cela se passe après le match  
· 8 · Masquer · hier, à 05:52

**fecture des Alpes-Maritimes**  
· Modifié ·

match de football à l'Allianz Riviera a été .Évacuation du stade en cours.

· 15 commentaires

**fecture des Alpes-Maritimes**  
·

IES et A8 : très fortes perturbations !

· 5 commentaires

Illustration 14: Points de situation facebook de la préfecture des Alpes-Maritimes

Notons que les messages incitent au partage et ont été largement « aimé » ou commenté. Par ailleurs, il est indiqué que le contexte ne permet pas des réponses individualisées, ce qui permet de limiter le sentiment de frustration qui pourrait naître chez certains citoyens.

Enfin, alors que la solidarité est souvent mise en avant à la suite d'inondation majeure, mais qu'elle peine à être « organisée », le préfet de département a été à l'initiative d'une communauté de solidarité par la création d'une page facebook dédiée dès le 7 octobre 2015 et qui réunit plus de 800 membres :

<https://www.facebook.com/groups/1053708448002401/>

Cette page est un outil efficace pour mettre en lien très rapidement les particuliers et/ou les entreprises sur le sujet de l'entraide.



## 2.2.2 La réserve virtuelle de sécurité civile à Nice (Nice VOST)

Accompagnée par Visov notamment, et consciente de l'utilité des réseaux sociaux pour la gestion de l'urgence, la ville de Nice crée en août 2015 une unité spécialisée au sein même de la Réserve Communale de Sécurité Civile, sous le nom de Nice VOST (Virtual Operations Support Team ou Unité de Soutien Opérationnel Virtuel). Il s'agit d'une initiative pionnière en PACA et probablement en France.

Bien que la ville de Nice ait été moins impactée que d'autres communes lors des inondations d'octobre 2015, la structure Nice VOST s'est particulièrement impliquée dans la communication sur l'évènement : plus de 70 tweets ont été envoyés en 36H entre le 3 octobre midi et le 4 octobre

minuit. Il s'agit aussi bien de tweets appelant à la vigilance, à la bonne attitude à adopter sur les réseaux sociaux, ou en réponse à des situations de sauvegarde.

Plus de 70 messages ont été envoyés sur twitter entre le 3 octobre 12H00 et le 4 octobre minuit.

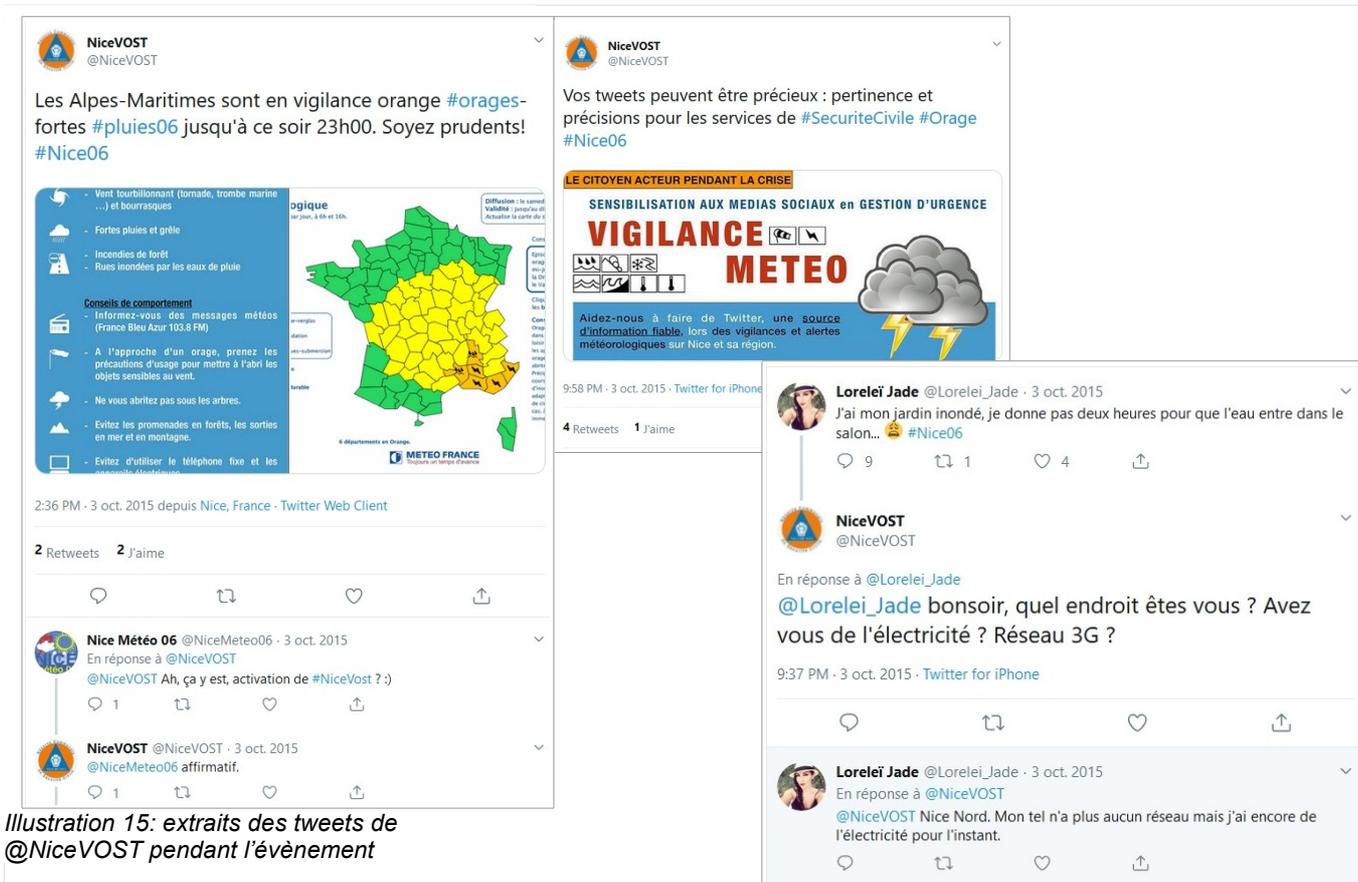


Illustration 15: extraits des tweets de @NiceVOST pendant l'évènement

## 2.3 2015-2019 : quelques évolutions marquantes

### 2.3.1 La campagne « Pluie-inondation – les 8 bons comportements » : la prévention investit réseaux sociaux

Suite aux inondations dans les Alpes-Maritimes en octobre 2015, le ministère de la Transition écologique et solidaire lance en 2016 une campagne de sensibilisation annuelle pour rappeler les bons comportements à adopter en cas de pluies méditerranéennes intenses.

2016		2017	
Radio	8 370 spots diffusés	Radio	8 460 spots diffusés
PQR	3 insertions dans 11 titres : plus de 7 millions de contacts	PQR	5 insertions dans 11 titres : plus de 13 millions de contacts
Digital	133 000 clics et 130 000 arrivées sur le site	Digital	290 000 clics et 200 000 arrivées sur le site

Illustration 16: quelques chiffres sur les campagnes « pluie-inondation » de 2016 et 2017

Une infographie spécifique « Pluie-Inondation – les 8 bons comportements » est créée et relayée via les réseaux sociaux. Un kit de communication est téléchargeable sur le site du MTES<sup>1</sup>, à destination notamment des collectivités qui souhaiteraient s'en saisir.

L'enquête<sup>2</sup> menée sur la campagne 2017 a montré que de manière globale, la campagne a su délivrer efficacement les messages puisqu'elle est jugée par 95 % des personnes interrogées facile à comprendre, claire sur les gestes à adopter et convaincante à 86 %. 93 % la juge utile, 77 % juste sur le ton adopté.

Ainsi, chaque année de septembre à mi-décembre, les services de l'État, mais aussi bon nombre de collectivités locales, syndicats de bassin, associations, etc. diffusent ces messages de prévention sur leurs réseaux sociaux afin d'atteindre le maximum de population sur l'arc méditerranéen.



Illustration 17: Tweets du MTES et du département 13 rappelant les 8 bons comportements en cas de vigilance pluie-inondation

### 2.3.2 Inondations en Haute-Corse en novembre 2016, les médias « traditionnels » en avant

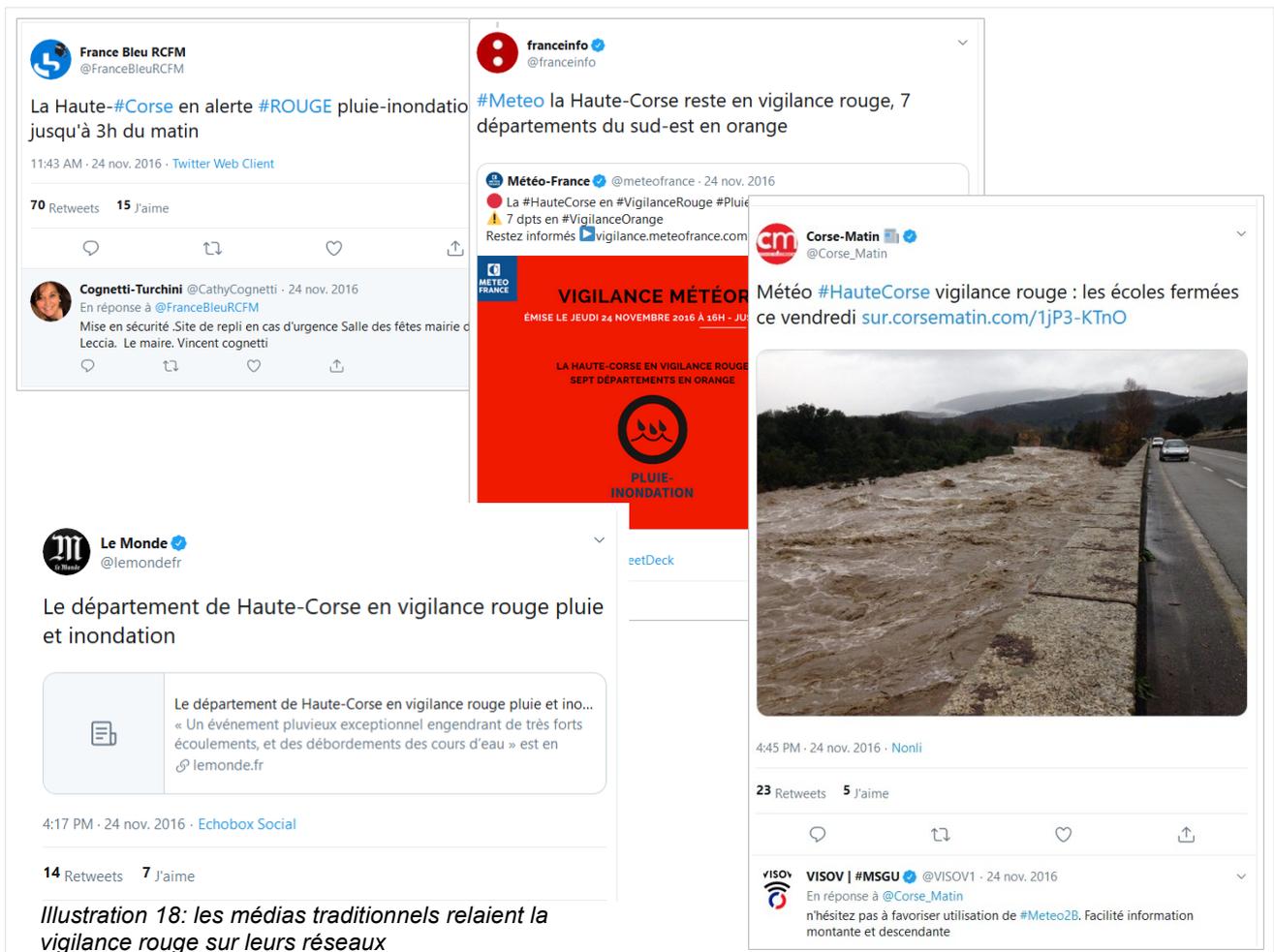
Les inondations qui touchent la Haute-Corse entre les 23 et 25 novembre 2016 sont parmi les plus importantes connues par le département. C'est aussi la première fois que la Corse connaît une vigilance rouge météorologique.

Si les dégâts sont nombreux (ponts emportés, nombreuses routes coupées, plus de 6000 foyers privés d'électricité, etc), aucune victime n'est à déplorer.

Cet événement marque la montée en puissance des réseaux sociaux au sein des médias traditionnels d'information, qui ont largement communiqué la vigilance rouge auprès de leurs abonnés, participant ainsi de la viralité de la diffusion.

<sup>1</sup> <https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/pluies-mediterraneennes-intenses-adoptez-bons-comportements>

<sup>2</sup> Dossier de presse « pluie-inondation », MTES 29 août 2018, chiffres Etude post-test BVA



Notons que certains élus se saisissent de cette opportunité pour communiquer des informations sur les mesures de sauvegarde communale auprès de leurs administrés. En effet, il semble que « le contexte insulaire favorise la présence des habitants sur les réseaux sociaux » (témoignage de la ville d’Ajaccio).

Les « codes » de communication sur les réseaux sociaux, et notamment sur twitter, sont de plus en plus adoptés : #corse pour la localisation, #meteo ou #pluie-inondation pour le phénomène, et de plus en plus #MSGU, qui permet aux acteurs de la veille des réseaux sociaux, type VISOV, de rapidement détecter les tweets liés à une gestion d’urgence.

Il est cependant difficile de déterminer si cette forte présence des médias classiques est une évolution « tendantielle », ou si elle est liée au côté exceptionnel de la vigilance rouge.

### 2.3.3 Évolutions dans la « chaine vigilance-alerte »

#### 2.3.3.1 Météofrance en première ligne

À chaque évènement, les services de Météofrance se trouvent en première ligne d’éventuelles critiques sur la pertinence des outils de vigilance.

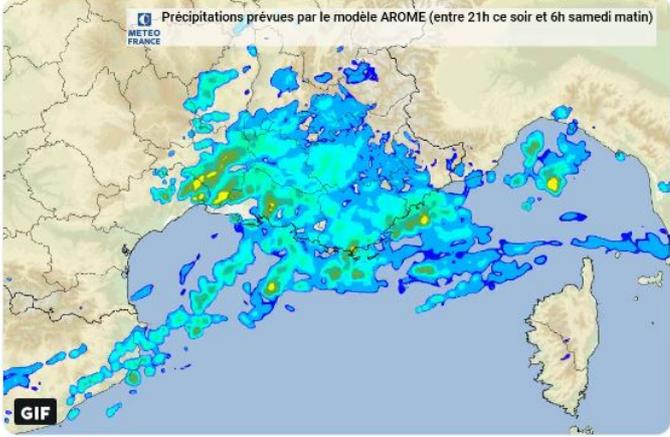
Depuis 2015 notamment, les services de Météofrance produisent de nombreux efforts afin d’améliorer les possibilités d’anticipation de phénomènes tels que les pluies méditerranéennes et leurs conséquences. Parallèlement, les prévisonnistes ont été formés afin de participer directement à la diffusion des informations de vigilance sur les réseaux sociaux.

**VigiMétéoFrance** @VigiMeteoFrance · 15 h

Ce vendredi, fortes #pluies et #orages prévus de l'est du Languedoc aux Cévennes : 50 à 80mm, loc >100mm en plaine, >150mm sur le relief. Risque de crues. Évacuation vers l'est en cours de soirée et nuit.

#Gard #vigilanceorange

Restez informés [vigilance.meteofrance.com](https://vigilance.meteofrance.com)



*Illustration 19: Le compte twitter @VigiMeteofrance, alimenté par les prévisionnistes, permet par exemple de diffuser des vidéos radar*

Ainsi, depuis 2018, le compte twitter **@VigimeteoFrance**, dédié aux risques météo, est alimenté en direct par les prévisionnistes si besoin 24/24, 7jours/7. En journée, la veille et l'alimentation du compte est assurée à Saint-Mandé et la nuit à Toulouse par les prévisionnistes eux-mêmes, permettant de réagir en temps réels. Ces prévisionnistes ont suivi une formation pour communiquer sur les réseaux sociaux, formation assurée en interne par le service presse de Météo France. Le projet réseaux sociaux mis en place par Météo France est une réussite. Les réseaux sociaux sont bien intégrés par les prévisionnistes.

Par ailleurs, Meteo France est très présent sur les réseaux sociaux. Initié par son service de presse et validé par la Direction, le développement était nécessaire afin de communiquer en temps réels aux journalistes et clients. C'est désormais une mission à fort enjeu pour Météo France, d'autant que le site internet de Meteo France est un des sites les plus consultés chaque jour, par des millions de personnes. En plus de son site internet, Meteo France communique sur 8 réseaux sociaux.

**Retrouvez-nous sur les réseaux sociaux**

	<b>Facebook</b> Venez échanger avec nous sur notre page Facebook et retrouvez vos prévisions au quotidien		<b>Twitter</b> Plongez au cœur de l'actualité météo et climatique sur @meteofrance		<b>La vigilance sur Twitter</b> @VigiMeteoFrance vous informe en temps réel des passages en vigilance orange et rouge
	<b>LinkedIn</b> Suivez la vie de l'établissement et notre actualité services, innovation et recherche		<b>Instagram</b> Pour voir le ciel sous un autre angle, à travers l'objectif de passionnés		<b>Pinterest</b> Invitation au voyage avec des clichés spectaculaires du ciel et vos plus belles photos météo
	<b>Youtube</b> Deux fois par jour, nos bulletins météo vidéos présentés par nos prévisionnistes		<b>Google+</b> Rejoignez-nous pour retrouver vos prévisions et l'actu de la semaine		<b>Snapchat</b> La météo et le climat autrement sur MétéoFranceSnap

*Illustration 20: Les différents compte de Météofrance sur les réseaux sociaux*

### 2.3.3.2 De SAIP à @Beauvau\_Alerte

Le ministère de l'intérieur a décidé de s'appuyer sur les médias sociaux pour la diffusion de l'information en cas d'événement grave de sécurité. Ce choix s'inscrit dans le cadre du retour d'expérience réalisé sur l'utilisation de l'application pour smartphone SAIP (Système d'Alerte et d'Information des Populations), qui avait été lancée en juin 2016 en prévision de l'Euro de football.

Dans les événements comme les attaques terroristes, le recours aux médias sociaux par le ministère de l'intérieur et par les préfets est en effet apparu plus efficace qu'un outil applicatif spécifique. Ces outils, moins complexes à mettre en œuvre et plus faciles d'accès qu'une application, permettent de donner une information plus précise, adaptée au contexte et au niveau de risque encouru par le public. La communication sur les réseaux sociaux permet également de

donner aux utilisateurs des conseils sur les comportements à adopter et les incite à ne pas propager de fausses informations.

Dans ce cadre, le compte Twitter dédié à l'alerte nommé @Beauvau\_Alerte a été créé le 29 mai 2018. Il a pour but d'alerter les citoyens d'un événement majeur de sécurité publique ou civile se produisant en France (catastrophes naturels, technologiques, nucléaires, attaques terroristes). **Ce compte n'est donc utilisé qu'en cas d'événement représentant un péril pour la population.**

En plus de l'alerte en elle-même, le compte @Beauvau\_Alerte en profite pour diffuser des conseils et des recommandations comportementales.

En 7 mois, près de 80 000 personnes se sont abonnées au compte @Beauvau\_Alerte. Celui-ci a été activé en 2018 à 3 reprises, deux fois pour une vigilance de niveau rouge en Corse (29 octobre et 10 décembre 2018) et le 11 décembre 2018 lors de l'attaque terroriste du marché de Noël à Strasbourg.



Illustration 21: Le compte twitter du ministère de l'intérieur spécifique pour l'alerte

Les messages d'alerte et de prévention du ministère de l'intérieur sont repris par exemple par la RATP, Vinci Autoroutes, Radio-France et France Télévisions, via leurs canaux de communication. D'autres grandes entités ont fait connaître leur souhait de travailler avec le ministère de l'intérieur. C'est par exemple le cas de la SNCF, du moteur de recherche français Qwant, de Météo France ou encore de l'ASFA (Association des Sociétés Françaises d'Autoroutes) ou encore Snapchat, avec lesquels des démarches de partenariats sont déjà engagées.

**@Beauvau\_Alerte n'a pas encore été utilisé dans le cadre d'une catastrophe naturelle (dans l'Aude en 2018<sup>1</sup>, le ministère de l'intérieur a estimé que l'alerte avait été donnée par les moyens « traditionnels » et que son déclenchement n'était pas pertinent).**

Enfin, les ministres eux-mêmes utilisent de plus en plus les réseaux sociaux en cas de catastrophe naturelle, à l'image de Brune Poirson lors des inondations qui ont touché le département de l'Aude en octobre 2018.



### 2.3.4 Une communication sur la durée, dans l'Aude en 2018

À l'image de ce qui a été observé sur les événements précédents, la préfecture a largement communiqué sur les réseaux sociaux pendant les inondations (nombreux points presse), mais aussi longtemps après la crise (visites de terrain, réunions publiques, réunions thématique) sur des sujets liés au relogement des sinistrés, au soutien psychologique aux personnes, à l'agriculture, ou à l'aide financière pour les communes sinistrées.

1 Source : <https://www.bfmtv.com/tech/inondations-dans-l-aude-pourquoi-le-systeme-d-alerte-du-gouvernement-n-a-pas-ete-active-1544739.html>

**Préfecture de l'Aude** @Prefet11 · 15 oct.

#aude #inondations11

Point de situation à 21h00.

⚠️ Rappel vigilance dans le narbonnais. Evitez les déplacements.

**COMMUNIQUÉ DE PRESSE**

Carcassonne, le 15 octobre 2018

**Vigilance ROUGE**

**CRUE AUDE**

**Point de situation à 21h00**

L'axe de pluie intense est sorti du département de l'Aude. L'Aude reste en vigilance rouge pour les crues.

Le département de l'Aude est entré dimanche 14 octobre à 23h00 dans sa période de pluie intense, les crues atteignant 200-300 mm environ (Narbonne à 100mm). Le département fut également touché au début de plusieurs crues d'axe: Aude, Cesse et Orlot, entraînant des phénomènes d'inondations.

**Prévisions météorologiques:**

Le perturbation s'est déplacée vers l'Est. Des précipitations sont encore prévues dans les 24h sur le Narbonnais: 5 à 8 mm, fortes sur le littoral et jusqu'à 30mm en altitude.

Le pic de crue de l'Aude n'est pas encore atteint pour les basses plaines (Narbonnais) et est attendu pour ce secteur vers 21h. Le département de l'Aude reste en vigilance crue rouge. La côte maximale attendue est à 7m20.

Tenez-vous informé de la situation météorologique et de la situation des crues, en particulier dans le secteur du narbonnais.

**VISITE TERRAIN**

👉 #Aude

@Prefet11 , @MRobert\_11 , Maire de #SaintHilaire, représentant CD11 , pour répondre aux inquiétudes des citoyens sinistrés. Pragmatisme Solidarité Mobilisation des pouvoirs publics Services de l'Etat Accompagnement ds la durée 🙏

**Préfecture de l'Aude** @Prefet11 · 14 déc. 2018

🇫🇷 SUIVI TERRAIN suite INONDATIONS 🇫🇷

Le Préfet et ses services à la rencontre du Maire de Villegailhenc pour faire un point sur l'application des mesures post-inondations et échanger sur les suites

- 👉 102 familles relogées
- 👉 reprise du PLU
- 👉 reprise activité économique

*Illustration 23: communication préfectorale pendant et après les inondations dans l'Aude d'octobre 2018*

Une «nouveau» lors de cet évènement consiste au déclenchement par Facebook du dispositif Safety Check, pour la première fois en France suite à une catastrophe naturelle :

<https://www.facebook.com/crisisresponse/357440858132662/support/?alias=357440858132662>

Habituellement, il est déclenché suite à des attentats.

Le **contrôle d'absence de danger Facebook (Facebook safety check)** est une fonctionnalité proposée par le réseau social Facebook depuis 2014. Cette fonctionnalité est activée par l'entreprise lorsqu'une catastrophe naturelle ou d'origine humaine survient, afin de permettre aux utilisateurs se trouvant dans la zone géographique concernée de signaler à leurs amis s'ils sont en sécurité.

**YISOV** VISOV | #MSGU @VISOV1 · 15 oct. 2018

#Inondations dans le sud de la France et plus particulièrement sur l'#Aude. Le #Safetycheck de @facebook est activé. N'hésitez pas à le relayer 🙏

[facebook.com/crisisresponse...](https://www.facebook.com/crisisresponse...)

**Safety Check**

Connect with friends and loved ones during a crisis.

*Illustration 24: Le compte twitter du ministère de l'intérieur spécifique pour l'alerte*

### 2.3.5 Les réseaux sociaux de plus en plus opérationnels, à l'automne 2019 sur l'Arc Méditerranéen

Durant l'automne 2019, de mi-octobre à début décembre, plusieurs épisodes se succèdent sur l'arc méditerranéen. Ces fortes pluies, associées à des sols saturés en eau et des vents forts venant de la mer, ont provoqué des inondations majeures sur les départements de l'Hérault, des

Bouches-du-Rhône, du Var et des Alpes-Maritimes. En particulier, à 8 jours d'intervalle, **deux épisodes méditerranéens avec émission d'une vigilance rouge** pluie inondation se succèdent dans le Var et les Alpes-Maritimes, une première pour ces départements depuis la création du dispositif de vigilance.

Ci-dessous quelques tweets montrant quelques avancées sur l'information de la population en situation d'urgence. Le Conseil départemental du Gard a affiché sur twitter la liste des ponts submersibles coupés à la circulation. L'association VISOV a publié une carte interactive localisant les centres d'accueil pour les sinistrés. Le service européen Copernicus de Gestion des Urgences (Copernicus EMS) a affiché en moins de 24 h une première zone inondable via les images satellites. Enfin, sur certaines communes des Alpes-Maritimes, le préfet du département a déclenché les sirènes du système SAIP pour alerter en grande masse les habitants du danger à venir et de rester chez eux. Pour renforcer la portée de cet appel à la prudence, de nombreux messages ont été diffusés pour informer de la fermeture des centres commerciaux et de l'annulation des manifestations prévues. Les messages de prévention ont également été diffusés par vidéos-interview en temps réel de plusieurs personnalités oeuvrant dans la gestion de la crise, issues de météoFrance, du SDIS 06, des forces de l'ordre ou de la DDTM 06.

**InfoRouteGard** @InfoRouteGard · 23 nov.  
 @Gard #Pluie #Inondation #AlerteMeteoGard  
 Décrue lente, Sam 19h: tjrs 17 fermetures de routes et ponts (dont pon Dions D22, digue d'Anduze D907, et D980 Bagnols)  
 Nombreux embâcles, situation reste valable cette nuit et dim matin.  
 !Prudence!  
[inforoute.gard.fr](http://inforoute.gard.fr)

outes départementales du Gard samedi 23/11

Etat des routes départementales du Gard samedi 23/11/2019 à 19h	Etat
RD007 ANDUZE Fermeture partielle	2311
D980 route inondée	2311
RD034 PONT DES CLAUPOURES (2 ouvrages) à CHAMBERGNEUX	2810
RD014 Pont bas sur la VIE ENTRE ALZON ET VESSEC	0811
RD012 PONT DE VILLETTELLE à AUBAS	0811
RD048 PONT DE FONSANGE près de SALVE	2311
RD034 PONT SUR LA COURME à CANNES-ET-CLARAN	2311
RD034 PONT DE MASSIES (2 ouvrages) à THORAS	2311
RD191 Pont bas débordement de la Cèze sur 300m à RIVIERES	0311
RD191 Pt bas débord. de l'Auzon à BOISSON (LES-FRANCAIS)	0207
RD108 PONT DE CASSAGNOLLES à VEZENOBRES	2311
RD120C PONT SUR LA COURME à MOULEZON	0811
RD185 passerelle de CARRIGNAN à BACONCEZE	0808
RD176 PONT SUR LE VIDOULE à BARDAN	2311
RD222 PONT DE DONS (Gardon)	2311
RD076A PONT SUR LA CÈZE à RIVIERES	2311/06 16/04

**VISOV | #MSGU** @VISOV1 · 23 nov.  
 #vigilancerouge

Pour les personnes ayant évacué leur domicile et recherchant un centre d'accueil dans le département du #var et des #AlpesMaritimes voici une liste en cours de consolidation des différents centres ouverts

**Copernicus EMS** @CopernicusEMS · 17h  
 New map: [#EMSR411] Puget-sur-Argens: FEP Product, version 1, release 1, RTP Map #01 [v1, 1:40000]  
[j.mp/2OfyxdV](https://j.mp/2OfyxdV) — #flood #fep in #France  
 #Copernicus #CEMS #RapidMapping #EUCivPro

[EMSR411] Puget-sur-Argens: FEP Product, version 1, release 1, RTP Ma  
 Copernicus Emergency Management Service - Mapping is a service funded by European Commission aimed at providing actors in the ...  
[emergency.copernicus.eu](http://emergency.copernicus.eu)

**Ville de Biot**  
 11 min · 🌐

Débordement en cours. Les sirènes ont été déclenchées. Annulez tous vos déplacements. Ne sortez pas. Réfugiez-vous en en point haut. Coupez les réseaux électricité et gaz. Plus d'informations dans le DICRIM. Informez-vous.  
<http://ow.ly/pwQ150xiLlI>

Les sirènes reliées au système d'alerte et d'information des populations (SAIP) vont être déclenchées à 14h. Restez chez vous !

Illustration 25: Exemples de tweets lors des épisodes méditerranéens de novembre 2019

### 2.3.6 Illustrations hors territoire français : Espagne, Italie...

Des inondations catastrophiques ont touché également nos voisins à l'automne 2018 (Italie en Sicile, Espagne aux Baléares, Grèce, Maroc). L'utilisation des réseaux sociaux suite aux inondations n'a pas de frontière. Les institutions françaises n'ont pas réalisé de parangonnage avec des structures étrangères, mais il pourrait être intéressant de regarder voire de plus près les façons de faire d'autres pays concernés.



Illustration 27: Inondation en Espagne



Illustration 26: Inondation en Italie

## 3 Quelles pratiques au sein des organisations du territoire Arcmed ?

### 3.1 Campagne d'entretiens ciblés

Les différents retours d'expérience ont permis d'illustrer les évolutions dans l'usage des réseaux sociaux pour la communication sur le risque inondation, le plus souvent dans une pratique opérationnelle, mais de plus en plus de façon préventive. Ces différents évènements sur l'Arc méditerranéen ont également mis en lumière certains acteurs du territoire qui ont particulièrement investi les médias sociaux.

Des entretiens ciblés auprès de ces acteurs (Etat, EPA, collectivités, association, SDIS, secteur privé) ont été menés afin de dégager des bonnes pratiques et des recommandations sur l'usage des réseaux sociaux dans les différentes temporalités d'une inondation.

**La grille d'entretien** utilisée devait permettre d'en savoir plus notamment sur l'organisation mise en place, la « stratégie » choisie par la structure, et sur leur retour d'expérience pour ceux qui avaient expérimenté l'usage des réseaux sociaux lors d'une inondation :

#### 1. Éléments de contexte :

- pourquoi : un agent intéressé par le sujet, une demande interne, une demande externe, les manques des outils de prévention traditionnels, un moeyn de répondre aux fausses informations...
- depuis quand ?
- lesquels et pourquoi ? Internet communal, facebook, twitter, autre.

#### 2. Quelle organisation :

- au niveau interne : un service, un ou plusieurs agents, une charte, une veille permanente, le coût, matériel, formations suivies, les relations internes
- au niveau externe : un prestataire extérieur pour les aider, un cadrage avec d'autres acteurs

#### 3. Quelle stratégie de communication :

- sur quels sujets : tous risques, spécifique aux risques ou quotidienne
- la temporalité et les objectifs : prévention, gestion de crise, post-crise
- cible : tout public, diffusion restreinte, ou sur abonnement
- interactivité : réponses systématiques, ponctuelles, pour urgence, ou jamais
- comptes suivis en particulier : experts, institutions, associations d'usagers...

#### 4. Retours d'expérience:

- évènements gérés
- évolution du nombre d'abonnés
- type de population touchée
- retour des abonnés
- difficultés, évolutions envisagées

**Le tableau suivant apporte des éléments synthétiques des entretiens menés auprès de ces acteurs de l'arc méditerranéen.**

Structure	Date entretien	Réseaux	Date création	Nb abonnés (date entretien)	Moyens humains	Points saillants
<b>État / Établissement Public</b>						
Préfecture 83	18/12/18	Twitter	2012	22 500 followers	2	Difficulté à s'en détacher
Préfecture 06	23/11/18	Facebook, Twitter	2014	44 155 amis 4407 followers	4	Création d'un réseau de communicant sur les réseaux sociaux
Ce.Z.O.C	30/11/18	Twitter	2017	2271 followers	2 du Cezoc + 4 CRZ	Il est un des relais de la mission MIAM notamment sur la campagne nationale sur les bons comportements en cas de pluie intense
Meteo France	06/12/18	Facebook, Twitter, linkedin, Instagram, Youtube, Google +, Pinterest, Snapchat	2013	163 000 abonnés 35 600 followers pour @VigiMeteo	3 au service communication + prévisionnistes MF	Compte twitter @VigiMeteoFrance des météorologues publient sur ce compte informations en temps réels
<b>Collectivité territoriale</b>						
Ville d'Ajaccio	15/03/19	Facebook, Twitter, linkedin, Instagram, snatchapp	2013	30 547 amis 3500 followers	1	Bon échange avec la préfecture
Conseil départemental 34	14/11/18	Facebook, Twitter, Instagram	2009	1684 followers 20 271 amis	1	Souhait de mettre une organisation afin d'utiliser les réseaux sociaux pour alerter, informer en temps réels (action en cours) en temps de crise sur l'État des routes du CD 34
Conseil régional Occitanie	16/11/18	Facebook, Twitter, Instagram, You tube	2015	94 410 amis 43 300 followers	Service communication	Communication générale sur la région
Ville de Montpellier	06/03/19	Facebook, Twitter	2016	40 614 amis 30 600 followers	4	En matière de risques majeurs, les RS sont des outils complémentaires d'information et d'alerte de la population. Ils intègrent le dispositif de gestion de crise (PCS) de la ville de Montpellier
SDIS 30	05/03/19	Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Snachapt	2015	31 600 amis 10 900 followers	1	Importance du climat de confiance avec les élus et la hierarchie pour mettre en place une politique de communication sur les réseaux sociaux

SIS 2A	17/12/18	Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Snachapt	2012	27 500 amis 4500 followers	2	Projet de mise en place d'une charte sur l'utilisation des réseaux sociaux
Syndicat Mixte Inondations, Aménagement et Gestion de l'Eau (SMIAGE) Maraplin	30/11/18	En cours de création Twitter	2019	Pas de compte	?	En cours de création
<b>Association / Secteur privé</b>						
France Nature Environnement PACA	14/11/18	Facebook, Twitter, Youtube	2015	778 amis 204 followers	2-3	Outils utiles pour informer la population sur l'organisation d'un événement à venir
Meteo Languedoc	28/11/18	Facebook, Twitter, Instagram	2014	137 000 amis 8000 folowers	3	Difficultés pour trier et vérifier les informations issues des réseaux sociaux
Predict services	18/12/18	Facebook, Twitter, Application« My Predict »	2008	1045 amis 785 folowers	3	Twiteer et Facebook ne sont pas utilisés pour communiquer sur de l'opérationnel mais plutôt sur l'actualité de la société.

## 3.2 Origines de l'engagement et objectifs poursuivis

Quelle que soit la structure, les entretiens font ressortir nettement l'intérêt des médias sociaux dans la communication sur le risque inondation. Pour certaines d'entre elles, une expérience d'inondation et les difficultés perçues lors de l'évènement sont à l'origine de l'investissement de la structure sur le sujet (inondations récurrentes dans le Var entre 2010 et 2014), d'autres mentionnent la plus-value apportée par les réseaux sociaux pour la gestion de certains évènements.

Météolanguedoc donne notamment l'exemple d'une famille du gard qui aurait évacué préalablement à l'arrivée de l'eau en 2014 suite aux « alertes » relayées par le média. La ville d'Ajaccio signale qu'en décembre 2018, les messages de prévention diffusés par la commune sur les réseaux sociaux ont permis d'alerter sa population préalablement avant que la préfecture n'alerte la commune. Pour la ville de Montpellier, à la demande du maire, la révision du Plan Communal de Sauvegarde initiée en 2016 devait se faire en intégrant la communication par les réseaux sociaux.

Selon leur positionnement dans la chaîne de la gestion d'une inondation, plusieurs objectifs guident aujourd'hui les structures :

- **institutions « opérationnelles »** : préfectures, Cezoc, SDIS, communes

Ces structures ont pleinement saisi les avantages liés à la communication via les réseaux sociaux pendant une crise. L'instantanéité permet d'améliorer la connaissance de la situation sur le terrain (à la condition que la veille des réseaux sociaux soit structurée). La viralité permet de toucher un grand nombre de personnes rapidement notamment pour diffuser des messages sur les comportements à adopter. Au-delà de la phase opérationnelle, ces structures utilisent aujourd'hui ce canal de façon globale, à la fois pour augmenter leur audience et fidéliser, mais aussi pour rendre compte des actions menées et les valoriser.

- **spécialistes en hydrométéorologie** : météoFrance, Météolanguedoc, PrédicT

Ces entreprises dont l'activité est centrée sur le suivi hydrométéorologique ont été les premières à s'engager dans une communication via les réseaux sociaux. Elles fournissent une aide à la décision aux structures opérationnelles en leur permettant d'anticiper les phénomènes d'inondation. L'essentiel des messages sont délivrés en prévention, bien que pour certaines, l'activité se soit élargie à la phase de gestion de crise, en soutien de communes adhérentes notamment. Pour météoFrance, la communication par les réseaux sociaux permet également de toucher rapidement la population de façon directe (forte audience) ou par les biais des nombreux médias qui relaient l'information diffusée.

- **« généralistes »** : collectivités locales, associations, syndicats de bassin

Ces structures non spécialisées dans la thématique inondation ou dans la gestion de crise sont néanmoins impliquées dans la gestion du risque.

Les conseils départementaux par exemple peuvent avoir à gérer une crise routière suite à une inondation de leur réseau. Une association comme France Nature Environnement est concernée par la gestion de cours d'eau de façon générale, et les syndicats de bassin versant ont pour la plupart désormais acquis la compétence prévention des inondations.

Sur cette thématique particulière, ces structures se « contentent » le plus souvent de relayer des informations transmises par les autorités publiques. Cependant, il s'agit d'un vecteur important en raison de l'audience qui peut être forte dans ces structures (le Conseil Régional Occitanie a plusieurs dizaines de milliers d'amis ou de followers). D'autres souhaiteraient bénéficier d'un accompagnement pour s'investir sur ce champ des réseaux sociaux.

### 3.3 « Stratégies » et organisations mises en place

Les entretiens menés ont montré qu'il n'existe pas d'organisation type pour l'usage des réseaux sociaux dans la gestion du risque inondation. On peut néanmoins dégager plusieurs « façons de faire » et quelques « indispensables ».

#### 3.3.1 Une prise de conscience et une confiance fortes

Elles se manifestent par une demande formalisée émanant le plus souvent des responsables de la structure : un préfet, un maire, un commandant de SDIS par exemple.

Dans les deux préfectures, du Var et des Alpes-Maritimes, le préfet lui-même a souhaité que la démarche réseaux sociaux soit engagée et qu'elle intègre pleinement la communication de crise de la préfecture. La confiance donnée au responsable de la cellule communication permet à la structure préfectorale de délivrer une information identifiée comme fiable de l'État tout en gardant le bénéfice de la réactivité des réseaux sociaux.

Il en est de même pour la ville de Montpellier, le SDIS du Gard et le SIS de Corse du Sud, qui ont créé leurs comptes à l'initiative du maire ou des directions. Preuves de la prise de conscience de l'importance des réseaux sociaux : ceux-ci sont intégrés comme outil de communication dans le PCS de Montpellier, et dans le Gard, le SDIS a recruté spécifiquement un « community manager » pour gérer la communication de la structure sur les réseaux sociaux.

Dans tous les cas, les entretiens font ressortir la nécessaire confiance accordée aux personnes en charge de cette communication. Si des « chartes » ou « messages type » peuvent exister, c'est plus souvent pour faciliter le travail et gagner du temps que pour cadrer la communication. Cette « souplesse » dans le formalisme et les étapes de validation semble donc indispensable si l'on souhaite garder la réactivité offerte par les médias sociaux.

#### 3.3.2 Une implication de tous les instants

Quels que soient les moyens humains alloués et la taille de la structure, la plupart des responsables évoquent un travail quotidien dans le suivi et la mise à jours des informations diffusées. À cela plusieurs raisons :

- **La fidélisation des abonnés :**

Les structures telles que les communes confient généralement à un service « communication » ou « numérique » la diffusion des messages sur les réseaux sociaux. Elle n'est pas spécifique au risque, et en cas d'inondation, les services concernés peuvent être sollicités afin d'adapter les messages ou les réponses aux demandes de la population. La présence sur les réseaux est donc quotidienne, pour informer les habitants de la vie de la commune de façon générale : manifestations culturelles, travaux sur le territoire, délibérations, etc.

Pour les services plus spécialisés dans la gestion du risque ou des crises, l'investissement au quotidien n'est finalement pas si différent. L'audience espérée lors d'inondation nécessite en effet que le public ait été habitué à consulter les comptes, y compris en « temps calme ». Le « jeu » des notifications fait que les comptes suivis peuvent être consultés plus régulièrement, voire automatiquement, à la condition que ces mêmes comptes aient une activité quotidienne. C'est une des raisons pour laquelle, la préfecture du Var par exemple, tweete ou retweete 6 à 10 fois par jours, 365 jours par an, sur l'actualité du département du Var.

- **Les moyens en personnel et l'implication « personnelle » :**

Les structures les plus étoffées peuvent s'appuyer sur plusieurs agents dont la mission principale est relative à la communication sur les réseaux sociaux.

Météofrance par exemple dispose de 3 agents dans leur « service presse » chargés d'alimenter les 9 canaux de diffusion des messages via les réseaux sociaux. En cas d'évènement majeur, les

prévisionnistes eux-mêmes sont aptes (ils ont été formés) à communiquer sur les réseaux sociaux.

La ville de Montpellier, qui a mutualisé son « service numérique » avec la Métropole, dispose de 4 personnes qui se partagent la communication et se relaient sur les différents réseaux sociaux. Le service assure une veille constante, avec mise en place progressive d'une astreinte en fonction de l'évènement. En cas de déclenchement du PCS, le service numérique est présent au PCC pour obtenir les informations et en diffuser à la population en temps réel.

La ville d'Ajaccio, le conseil départemental de l'Hérault et le SDIS 30 ont tous les trois recruté un « community manager » afin d'assurer une veille et une communication permanente.

Malgré cette mobilisation en personnels, plusieurs structures font cependant état de difficultés liées à la veille, qui nécessite une présence H24, en particulier en cas de crise. Pour les structures concernées, qui s'appuient sur 1 ou 2 community managers seulement, le temps passé peut largement dépasser du cadre strictement professionnel. Le message délivré lors des entretiens n'est pas tant une revendication, mais plutôt une « alerte » sur le fait que l'organisation n'est pas assez robuste en cas d'absence du community manager.

Dans tous les cas, le fonctionnement des réseaux sociaux, qui s'appuie notamment sur des notifications régulières, et la technologie smartphone, conduisent « naturellement » à une écoute à minima passive de l'information véhiculée sur les médias sociaux. Il est donc difficile pour les personnes en charge des réseaux sociaux d'être complètement « déconnecté » en dehors de leur temps de travail effectif.

### 3.3.3 Des relations interservices étroites

Toutes les structures interviewées relèvent l'importance de suivre et partager les messages transmis par les pouvoirs publics afin de démultiplier notamment les consignes de bons comportements en cas d'inondation. Cette « coopération » interservice est le plus souvent « passive », la structure se contentant de retweeter par exemple les messages préfectoraux. Parfois, la coordination interservices est mieux formalisée avec notamment la création d'un groupe de « community managers » à l'échelle d'un territoire.

Ainsi, la ville d'Ajaccio, les SIS 2A, la ville de Montpellier et la préfecture du Var signalent de « bonnes relations » et de nombreux échanges informels avec les autres acteurs du territoire, notamment les préfectures et les pompiers, sans que ces relations soient formalisées ou fassent l'objet de réunions de travail. Le Conseil départemental de l'Hérault mentionne lui les liens avec la radio France Bleu. Ces relations facilitent la rapidité du partage d'informations en cas de crise. Le SIS Corse suggère tout de même la création d'un réseau de « *communicants* », qui pourrait se réunir lors d'un « *séminaire annuel, utilement organisé pour que les agents se connaissent et échangent sur les pratiques en matière de communication et singulièrement sur les réseaux sociaux. Une mise en synergie des différents canaux de communication permettrait sans aucun doute de démultiplier la force des messages délivrés sur la base d'éléments de langage communs, et tout particulièrement en gestion de crise (avant-pendant-après)* ».

Le service communication de la préfecture des Alpes-Maritimes a justement initié ce type de démarche sur son territoire, en créant un réseau départemental d'échanges des communicants avec les autres structures de l'État et d'autres structures majeures de la région. Ce réseau se réunit une fois par trimestre.

De façon moins formelle, le SDIS du Gard a également créé un « réseau » d'acteurs départementaux sur le média Whatsapp. En situation de veille, ces acteurs communiquent sur ce groupe afin de mettre en ligne des informations partagées par tous.

Enfin, nombre de structures font appel à VISOV, dont le but est de veiller les réseaux sociaux et de faciliter le partage d'informations lors d'un évènement majeur. L'association constitue en quelque sorte un « lien » entre les services d'un département lors d'une crise inondation. Des conventions sont signées avec de nombreux acteurs de l'arc méditerranéen, et notamment la ville de Montpellier, la préfecture des Alpes-Maritimes, les SDIS du Gard, de Corse-du-Sud et du Var. Les sapeurs-pompiers du Var ont d'ailleurs constitué une équipe et une astreinte MSGU (medias

sociaux en gestion de l'urgence), avec lesquels la préfecture est en contact permanent en cas d'événement majeur sur le territoire.

### 3.3.4 Différents médias pour différents usages

En dehors de météoFrance, qui a investi un grand nombre de médias sociaux, les structures interrogées ont fait des « choix », soit contraintes par leurs moyens humains, soit par stratégie liée au public visé et aux objectifs des messages délivrés.

- **Twitter pour la communication opérationnelle**

Le réseau Twitter est assez clairement identifié comme outil « opérationnel » par des institutions comme les préfectures et les SDIS, pour son côté réactif et l'audience de la presse traditionnelle, qui peut se faire le relais des messages délivrés.

Ainsi, pour la préfecture du Var et le Cezoc, Twitter est le seul canal utilisé, car il ne nécessite pas de modération et permet une publication rapide (limite des 280 caractères). Suivi par la presse et les médias, le compte Twitter permet d'être très réactif afin de communiquer en temps réel en cas de crise majeure à destination du grand public et des médias traditionnels. Moins exclusives, toutes les autres structures ont également créé un compte twitter (souvent après-coup), pour les mêmes raisons.

Pour certaines cependant, twitter n'est pas qu'un outil de communication de crise, il s'agit aussi d'un média de « renseignement » sur une catastrophe naturelle. Compte-tenu de la cinétique des inondations méditerranéennes, et à la condition d'une veille bien organisée, twitter peut devenir un véritable outil d'observation en temps réel d'une inondation. C'est le cas par exemple pour la société Predict, qui veille twitter plus qu'elle ne l'utilise comme vecteur de communication.

C'est aussi ce postulat qui a guidé la création de la plateforme de partage SuricateNat<sup>1</sup>, sur laquelle un recueil des tweets doit permettre de détecter les signaux « faibles » annonciateurs d'une catastrophe puis de capitaliser les informations relatives à l'évènement.

MétéoFrance utilise également largement twitter en cas d'évènement hydrométéorologique prévu, notamment son compte spécifique @VigiMeteoFrance.

On peut toutefois s'interroger sur la portée de ce média vis-à-vis de la population, compte-tenu d'une audience relative limitée (12 millions d'utilisateurs contre 3 fois plus pour facebook par exemple).

- **Facebook pour la souplesse**

En dehors des 2 exemples ci-dessus, les organisations interrogées sont présentes sur le réseau facebook.

En effet, ce média permet plus de « souplesse » dans la forme du message délivré, et sa popularité en fait un média plébiscité par les structures qui souhaitent partager des informations assez générales de façon quotidienne. Cela explique que les collectivités locales, en particulier les communes, aient choisi ce média comme « base » de leur communication sur les réseaux sociaux.

La préfecture des Alpes-Maritimes a également choisi facebook dans un premier temps (2014 avant twitter en 2017), en publiant des sujets d'actualités pour fidéliser les abonnés. Pour la préfecture, le premier objectif est de délivrer une information identifiée comme fiable de l'État. Son côté « familial » permet de toucher un maximum de population sur la tranche d'âge 20-45 ans, et la liberté de contenu permet notamment de diffuser des points de situation, tels qu'ils ont été publiés lors des inondations d'octobre 2015.

---

1 Issu d'un projet de recherche BRGM, université de Troyes, MAIF: <http://www.suricatenat.fr/Suricate-Nat/>

- **La valorisation des services et du personnel**

Plusieurs structures signalent l'importance grandissante de l'usage des réseaux sociaux dans une stratégie « publicitaire » pour les services. En plus de Facebook, des médias comme Instagram, Youtube ou Snapchat permette de publier des photos et vidéos que l'on peut facilement « embellir » afin de valoriser certaines actions ou certains agents. C'est le cas notamment pour la plupart des collectivités locales (CD34, CR Occitanie, ville d'Ajaccio), des entreprises privées ou publiques (Predict, Météofrance), mais aussi de structures plus opérationnelles comme les SDIS du Gard de Corse-du-Sud.

C'est aussi une façon pour certaines structures de montrer qu'ils sont actifs, en particulier lors d'inondations majeures. En effet, cette présence sur les réseaux sociaux pendant une crise, au-delà de l'intérêt opérationnel, permet de « rassurer » la population sur la prise en compte de l'évènement par les pouvoirs publics et de limiter le sentiment d'abandon qui peut naître chez les sinistrés. C'est d'ailleurs l'un des objectifs principaux poursuivis par le Cezoc sur les réseaux sociaux.

### 3.3.5 Temporalité

La plupart des structures interviewées sont désormais présentes sur les réseaux sociaux en « continu ». Le SMIAGE Maralpin et le Conseil régional d'occitanie sont cependant réticents à communiquer sur une crise, estimant que cela relève des services de la préfecture ou des mairies. Le conseil départemental de l'Hérault focalise lui sa communication sur l'état des routes, qu'il soit ou non liée à une inondation.

Ainsi, pour toutes les structures dites opérationnelles, si la porte d'entrée a longtemps été la communication de crise, les réseaux sociaux sont désormais utilisés dans l'ensemble de la temporalité Prévention – Gestion de crise – Post-Crise :

- **Prévention** : période d'anticipation du phénomène, à une échéance de quelques jours à quelques heures. Les messages de prévention sont diffusés par les sites météorologiques et relayés par les préfectures, les SDIS, sociétés d'assurance, gestionnaires routiers, associations, etc.
- **Gestion de crise** : les services opérationnels, préfecture et mairies notamment, incitent la population à adopter les comportements adaptés et renseigne sur la situation observée et les moyens mobilisés par les pouvoirs publics.

**Préfet du Var** @Prefet83 · 51 min  
Vendredi 23 novembre 2018, 07h : le #Var placé en vigilance météorologique ORANGE pour #orages et #pluieinondation. Le Gapeau en vigilance crue JAUNE. Prudence lors de tout déplacement. Infos sur [vigilance.meteofrance.com/Bulletin.html?...](http://vigilance.meteofrance.com/Bulletin.html?...) #METEO83

**83 - VAR**

Mise à jour: Vendredi 23 Novembre 2018 à 6h

Vendredi 23 Novembre

	6h	9h	12h	15h	18h	21h	0h	3h	6h	
Vent violent	Green									
Pluie-inondation	Green									
Orages	Green									
Neige-verglas	Green									
Grand-froid	Green									
Vagues-submersion	Green									
Inondation	Yellow		Green							

Consultez le site Vigicrue

*Illustration 28: vigilance météorologique relayée par la préfecture du Var*

**PréfetAlpesMaritimes** @prefet06 · 34 min  
#Pluie, #inondation & #orages : ne vous mettez pas en danger po des photos sur les réseaux sociaux. Pour vos témoignages sur l'épisodes en cours dans le #Var, pensez à utiliser le mot-dièse #METEO06

**MÉDIAS SOCIAUX**  
POUR LA GESTION DES URGENCES  
Ayez les réflexes citoyens!

**villelalonde83** @villelalonde83 · 2 h  
Suite aux inondations de certains quartiers par des ruissellements localisés après les fortes pluies d'hier soir et de la nuit, @villelalonde83 a déclenché la cellule de crise municipale et ouvert la salle Yann-Piat. #METEO83

*Illustration 29: messages diffusés par une préfecture et une mairie pendant une inondation*

**Il s'agit d'un temps « critique » où la communication sur les réseaux sociaux connaît un pic, notamment chez les citoyens concernés. La réponse des pouvoirs publics doit être à la fois rapide et réfléchie, donc organisée, afin de rassurer le citoyen et l'aider à agir de façon adaptée.**

- **Post-crise :** dans les quelques heures à plusieurs jours après l'inondation, l'ensemble des acteurs du territoire diffusent des informations relatives à la situation :
  - conseils aux sinistrés suite au retrait des eaux : vérification de la sécurité du bâti, démarches assurantielles, etc.
  - bilan de l'aléa météorologique et hydrologique
  - bilan des moyens engagés et bilans humain, matériel et environnemental
  - création d'un réseau d'entraide mettant en lien très rapidement les particuliers via les réseaux sociaux



### 3.4 Leurs retours d'expérience et évolutions envisagées

Plusieurs structures ont déjà expérimenté la communication sur les réseaux sociaux lors d'une inondation majeure et en ont tiré bénéfice pour les citoyens. De nombreux exemples sont donnés sur des situations d'urgence qui ont été évités ou bien anticipées par le biais d'une communication efficace sur les réseaux sociaux.

À Ajaccio en décembre 2018, la ville avait anticipé les difficultés en invitant les habitants, les commerçants et les écoles à prendre les dispositions pour se protéger. La ville avait également fermé par précaution les voies sur bord de mer.

Météolanguedoc évoque l'exemple d'une famille du Gard, sur la commune de Saint Martin de Valgagues, qui a suivi leur compte et décidé d'une évacuation préventive de leur habitation avant que l'eau n'y pénètre.

Pour Predict, qui possède un service d'alerte particulier, l'application aurait permis la mise en sécurité de 1800 personnes avant les inondations de l'Aude en octobre 2018 et d'alerter de nombreux camping dans le Gard et l'Ardèche en août 2018.

Ainsi, l'utilisation des réseaux sociaux dans la communication sur le risque inondation semble répondre aux attentes en matière de prévention des inondations pour les structures qui se sont organisées en ce sens. Cette thématique est cependant « mouvante » et doit faire l'objet d'un suivi et d'un processus d'amélioration continu dans lequel la plupart des structures sont déjà engagées. Pour d'autres, comme le SMIAGE Maralpin, le besoin est identifié et leur investissement nécessite un appui méthodologique pour lequel les acteurs de leur territoire serait le bienvenu.

## 4 Bonnes pratiques et pistes de progrès

Les inondations observées sur l'arc méditerranéen depuis 2010 et les entretiens menés auprès des structures qui ont depuis développé leur communication sur les réseaux sociaux permettent de dégager plusieurs bonnes pratiques ou pistes de progrès, en particulier pour les organisations qui souhaiteraient s'engager dans une telle démarche.

### 4.1 Définir une stratégie adaptée au territoire et au public

S'engager sur les réseaux sociaux demande, si ce n'est des moyens, en tout cas du temps qu'un agent/salarié/bénévole consacrerait pour veiller et alimenter le ou les comptes de la structure. Cela suppose au préalable d'avoir bien identifié les enjeux, le public et donc au final une stratégie adaptée au territoire et au public visé.

– Les abonnés ou futurs abonnés sont des « spécialistes » du domaine ou le grand public est-il concerné ? On peut estimer par exemple qu'un syndicat de bassin versant va intéresser essentiellement la population riveraine des cours d'eaux du bassin, les autres acteurs de la gestion des milieux aquatiques, et les communes du bassin.

– Sont-ils des résidents du territoire ou potentiellement des gens de passage ? Une station balnéaire prisée du bord de mer varois devra probablement envisager une façon de toucher les touristes, voire une communication bilingue pour les étrangers.

– la population attend-elle de la structure une information générale ou au contraire des informations précises sur une situation ? Un usager de la route souhaitera probablement savoir exactement où et à la minute près l'état des routes sur son itinéraire (information délivrée par une société d'autoroute ou un conseil départemental). Un parent d'élève voudra savoir si les transports scolaires sont maintenus (renseignement obtenu auprès de l'académie ou de la préfecture).

Ainsi, la stratégie choisie sera donc bien différente pour une préfecture de département ou pour un syndicat de rivière.

Aujourd'hui de nombreux ouvrages et articles (voir références) peuvent aider à se lancer dans la démarche « réseaux sociaux » et préciser cette stratégie.

A titre d'exemple, le site internet de l'association VISOV<sup>1</sup> propose la charte MSGU (Médias Sociaux en Gestion d'Urgence) du Centre opérationnel de zone de défense et de sécurité Est (France), avec :

- les principes d'utilisation des réseaux sociaux ;
- les procédures d'utilisation ;
- les règles d'utilisation (veille, publication partages, commentaires, fréquence...)
- les règles spécifiques d'utilisation des différents comptes Twitter et Facebook ;
- la supervision et la gestion des comptes

Il convient de garder à l'esprit qu'une communication sur les réseaux sociaux suppose des publications quotidiennes ou presque. En effet, la fréquence des publications conditionnera dans un premier temps la création d'un « noyau dur » d'abonnés, puis son élargissement et enfin la fidélisation par le jeu des notifications. Un public fidélisé aura plus de chance de consulter le compte et d'y trouver les bons réflexes en cas d'inondation.

---

<sup>1</sup><http://www.visov.org/>

## 4.2 Définir une organisation et des moyens adaptés

Une des premières difficultés identifiées dans les entretiens concerne le temps à consacrer à la communication sur les réseaux sociaux, bien que celui-ci soit difficile à chiffrer précisément.

Les moyens et le temps passé ne doivent pas constituer un frein si l'enjeu de la présence sur les réseaux sociaux semble suffisamment important. Ainsi, à minima, une petite structure en termes de ressources humaines mais dont l'audience peut être importante aura tout intérêt à être présente sur les réseaux sociaux. Le temps passé pourra être minimisé, par exemple en se facilitant la veille (voir paragraphe suivant) et en tissant des liens avec d'autres structures du territoire, dont les messages pourront être simplement relayés. La « petite » structure jouera ainsi un rôle important dans la réception des messages par la population, non pas par la publication (chronophage) de messages propres mais par le partage auquel elle aura participé.

Une fois les ressources humaines affectées, l'équipe mise en place devra disposer d'outils et moyens techniques pour assurer les missions de veille et de communication. Pour des situations « courantes », comme les informations de vigilance par exemple, il est possible de réfléchir à des messages prédéfinis, voire à des infographies. Il existe d'ailleurs un kit de communication adapté à l'usage des réseaux sociaux pour les pluies méditerranéennes<sup>1</sup>.

Par ailleurs, l'intérêt des réseaux sociaux réside dans leur réactivité. La plupart des organisations s'appuient donc sur un ou plusieurs communicants à qui confiance est donnée pour que les étapes de validation soient limitées et ainsi gagner en rapidité de réponse. C'est d'autant plus nécessaire pour des événements à cinétique rapide telles que les pluies méditerranéennes. Il conviendra donc de s'assurer que la confiance entre les communicants soit suffisante ou fasse l'objet d'un formalisme préalable afin que la communication sur les réseaux sociaux ne soit pas dépendante d'une éventuelle validation hiérarchique.

## 4.3 Se faciliter la veille sur les réseaux sociaux

L'autre grande plus-value des réseaux sociaux réside dans la remontée d'informations du terrain, souvent plus rapidement que par les canaux habituels (renseignements par les pompiers, la préfecture, les mairies, etc.). Cela suppose de pouvoir détecter rapidement des « messages d'alerte » ou signaux faibles indicateurs d'une inondation sur son territoire, et donc de veiller ces réseaux.

Cette veille peut être très chronophage et décourager les structures si elle n'est pas facilitée, soit par des outils technologiques, soit par un accompagnement au moins ponctuel externe ou organisé en interne.

- **Outils de veille**

Des outils le plus souvent gratuits permettent d'aider les structures à réaliser une veille sur les réseaux sociaux.

**L'outil Tweetdeck<sup>2</sup> est le logiciel tableau de bord** officiel de Twitter. Toutes les rubriques Twitter sont affichés sur une seule page. Il permet à la fois de mieux gérer son compte Twitter et se faciliter la veille. Il est en effet possible de :

- gérer à plusieurs un même compte Twitter, afficher des publications d'autres comptes, etc.
- publier et **planifier** des messages,
- effectuer **une veille via des mots-clés**,
- échanger avec des utilisateurs de Twitter (messages, retweets, messages privés, réponses, mentions),

---

<sup>1</sup><https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/pluies-mediterraneennes-intenses-adoptez-bons-comportements>

<sup>2</sup><https://tweetdeck.twitter.com/>

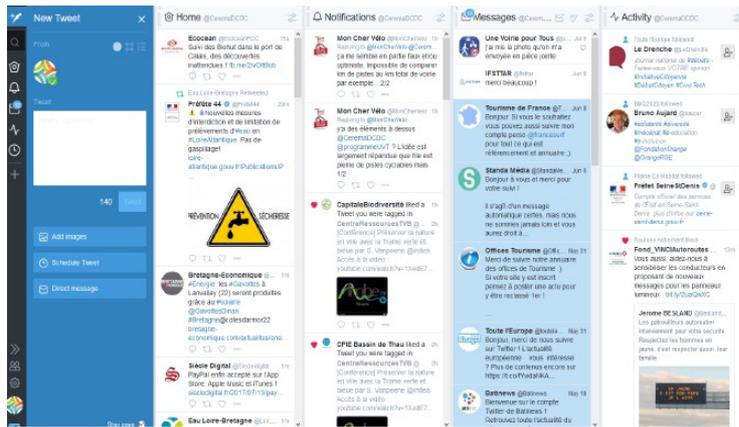


Illustration 31: tweetdeck, une exemple d'outil pour la veille des réseaux sociaux

D'autres outils de veille existent, selon le besoin et les médias utilisés. Ils peuvent être payants en fonction du forfait sélectionné.

- <http://fr.alerti.com>
- <https://www.google.fr/alerts>
- <https://hootsuite.com/fr/>

### Suricate Nat – plateforme de suivi des réseaux sociaux en cas de catastrophe naturelle

En 2018, un projet de recherche a vu la création d'une plateforme de recueil et de partage de l'information issue des réseaux sociaux, spécifique aux catastrophes naturelles. Le site SuricateNat est une « plateforme participative d'analyse semi-automatique des messages émis sur Twitter en lien avec les catastrophes naturelles ».

La plateforme couvre à ce jour les séismes et les inondations, avant de s'ouvrir prochainement à d'autres aléas naturels. La plateforme étant actuellement en phase de « test », il s'agit d'un outil intéressant mais pas suffisant pour organiser une veille.

Sur les inondations qui ont touché l'Aude en octobre 2018, la plateforme a ainsi fait apparaître plus de 100 tweets / heure dès 6h00 le 15 octobre (pic de 571 messages/h à 13 h).

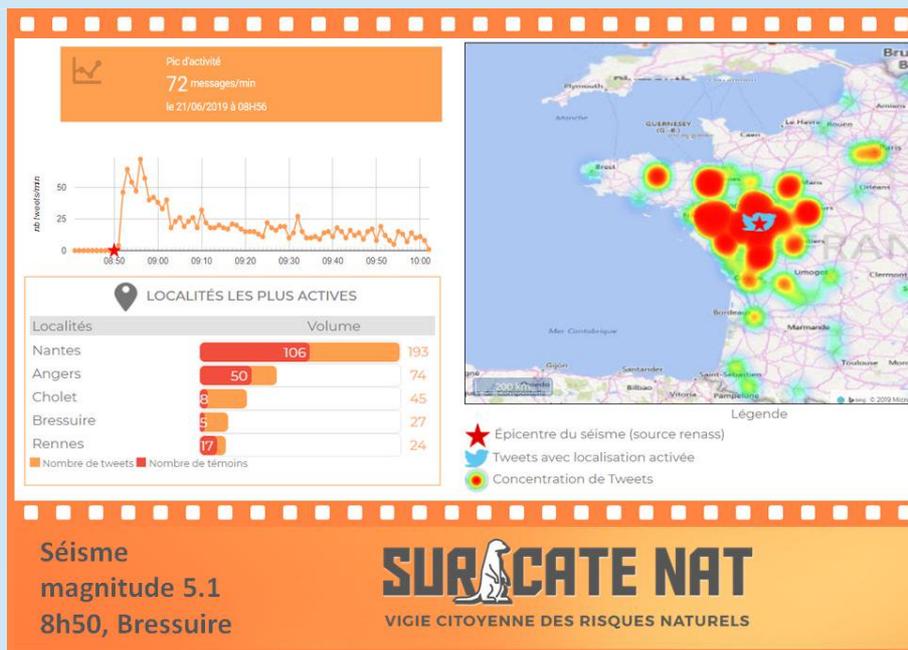


Illustration 32: exemple de données synthétisées sur la plateforme Suricate Nat

- **Accompagnement ponctuel en cas de crise**

**En cas d'inondation attendue, la veille des réseaux sociaux est d'autant plus importante que le phénomène peut se dérouler rapidement.**

Au-delà de l'organisation interne qui peut-être ajustée, la structure peut faire appel à une aide « extérieure » pour la veille des réseaux sociaux.

L'association VISOV regroupe un vivier de volontaires qui s'organisent pour effectuer une veille sur les médias sociaux dès que la situation supposée ou observée le nécessite. Intervenant en appui technique ou méthodologique d'une organisation de gestion de crise, VISOV regroupe des membres bénévoles de différents horizons tels que secouristes, sapeurs-pompiers, infirmiers, chargé de communication, géomaticiens, blogueur, etc.

Dans ce cadre, une structure peut engager un partenariat avec l'association VISOV, le plus souvent de façon gratuite (sauf demande particulière), afin notamment de :

- ✓ fournir une **remontée de l'information** pertinente issue des réseaux sociaux à l'aide d'un document collaboratif en ligne dont l'accès est restreint aux volontaires de VISOV et aux gestionnaires de crise concernés ;
- ✓ fournir une **cartographie collaborative** de ces remontées dont l'accès est public ;
- ✓ assurer, à l'aide de ses propres comptes sur les réseaux sociaux, la diffusion d'informations, notamment concernant les comportements de prudence, les consignes de mise en sécurité ou toute information relative aux moyens d'atténuation de la crise mis à la disposition de la population ;
- ✓ relayer à l'aide de ces mêmes comptes les appels à la solidarité.

Grâce à sa notoriété et son audience sur le territoire de l'arc méditerranéen, l'association est également un bon relais des informations émanant des pouvoirs publics de gestion de crise<sup>1</sup>.



Il est également possible d'étoffer l'équipe en charge de la communication sur les réseaux sociaux lorsque la situation le demande. Cela peut se faire par exemple en faisant appel à des citoyens volontaires, qui auront été formés à la diffusion de messages sur les réseaux sociaux pour le compte de la structure, à l'image de @NiceVOST.

Pour des communes de taille moyenne, ce type de « délégation » est une véritable opportunité pour que le citoyen se sente impliqué dans les actions pour sa sécurité et celle des habitants, et de façon plus générale qu'il se sente concerné par les actions menées sur le territoire communal.

<sup>1</sup>Fin 2018, l'association VISOV a conventionné avec 4 zones de défense, 22 Préfectures, 32 SDIS, 3 Conseils Départementaux et 3 communes.

## @NiceVOST – réserve virtuelle de sécurité civile de la ville de Nice

Depuis 2015, cette « réserve » virtuelle est toujours active et agit non seulement en phase opérationnelle mais aussi par des actions de prévention auprès de la population.

Extrait de la page « recrutement » facebook de NiceVOST :

« Nous recrutons continuellement de nouveaux réservistes pour dynamiser les équipes et pour améliorer notre capacité d'intervention. [...] »

Les réservistes du NiceVOST (veille des réseaux sociaux) ont une formation différente axée sur l'utilisation des médias sociaux en gestion d'urgence #MSGU. Ces réservistes ne sont pas appelés à se déplacer. Ils veillent les réseaux sociaux par rapport à une crise en cours, échangent entre eux et transmettent les informations collectées aux autorités communales. Ils informent également la population sur la conduite à tenir face à l'événement. »



Illustration 34: appel à volontaires pour la veille des réseaux sociaux au sein de la réserve virtuelle de sécurité civile de Nice

Cette organisation « souple » permet notamment :

- ✓ de limiter la charge en moyens humains internes pour la structure ;
- ✓ d'impliquer les citoyens, au travers des bénévoles engagés ;
- ✓ de créer un climat de confiance a priori plus « favorable » avec les autres usagers (moins de défiance que vis-à-vis d'une structure plus institutionnelle).

## 4.4 Favoriser la coordination entre structures sur un même territoire

Les acteurs d'un territoire peuvent avoir des compétences différentes et une zone d'actions différentes. Cependant, des structures qui peuvent être impactées directement ou indirectement par une inondation et qui communiquent sur ce sujet, même ponctuellement, ont tout intérêt à s'organiser pour que leur communication sur les réseaux sociaux soit la plus efficace.

Il ne s'agit pas nécessairement de limiter les façons de communiquer, mais d'engager une réflexion commune, qui pourrait par exemple aboutir aux mesures suivantes :

- ✓ un partage d'informations réguliers entre structures pour une meilleure connaissance des actions de chacun, et de la situation en cas de crise ;
- ✓ des messages d'information « type » en phase de vigilance ;
- ✓ une veille « partagée » afin d'optimiser le temps passé ;
- ✓ des « accords » sur les façons de publier : publication propre, retweet simple, renvois vers des sites internet, etc.

- ✓ des signalements précoces en cas de rumeurs ou d'informations à vérifier.

Certains territoires ont déjà initié des démarches dans ce sens.

Dans le Gard, le community manager du SDIS 30 a créé à partir de l'application WhatsApp un groupe virtuel mobilisable 24/24 afin de partager leurs pratiques et mutualiser les informations en cas de crise avérée ou attendue. Ce groupe rassemble les entités suivantes : Conseil départemental (service des routes), gestionnaires de l'application Waze, Sapeurs pompiers du Gard, Préfecture du Gard, Croix-Rouge, Enedis, Police nationale, Vinci Autoroutes, sites SEVESO, l'Armée de terre et quelques communes. Cette collaboration interservices n'a pas fait l'objet d'un formalisme particulier comme une convention ou un partenariat, mais elle illustre bien la place majeure que les réseaux sociaux ont pris dans une stratégie de communication interservices au sein d'un département.

### « Task-force » Alpes-Maritimes – réseau interservices départemental des communicants

Le service de la communication de la Préfecture des Alpes-Maritimes a créé un réseau départemental d'échange des communicants avec les autres structures de l'État et d'autres structures majeures de la région. Ce réseau se réunit 1 fois par trimestre. La Préfecture des Alpes-Maritimes vise ainsi à optimiser le dispositif au niveau de la veille, la réponse (interactivité avec les abonnés) et le temps passé sur les réseaux sociaux.

Ce réseau permet aux agents de se connaître et d'échanger sur les pratiques en matière de communication sur les réseaux sociaux.

Cette mise en synergie des différents canaux de communication permet sans aucun doute de démultiplier la force des messages délivrés sur la base d'éléments de langage communs, et tout particulièrement en gestion de l'inondation sur les différentes temporalités (avant-pendant-après).



Illustration 35: réunion des communicants à l'initiative de la préfecture des Alpes-Maritimes

L'usage des réseaux sociaux étant relativement récent à l'échelle des politiques de prévention des inondations, ces démarches collaboratives devraient tendre à se généraliser. L'enjeu pour la gestion de crise est important. Les services communication des préfectures semblent donc être les mieux armés pour initier ce type de démarche, sans se limiter aux acteurs de la gestion de crise mais en élargissant à l'ensemble des acteurs locaux, notamment les structures les plus « influentes » sur les réseaux sociaux.

## 4.5 Déclencher une alerte via les réseaux sociaux

Chaque épisode de pluie méditerranéenne met en évidence les **difficultés de réception d'une alerte par la population, soit parce qu'elle n'a pas été comprise par la population, ou trop tardivement, soit parce que les canaux de communication traditionnels ont été mis à mal par l'évènement.**

En complément des systèmes d'alertes actuels (sirènes SAIP, Réseau Radio France, automates d'appel, etc.), les réseaux sociaux sont de bons moyens pour alerter la population et accroître la portée de la diffusion des messages aux populations pendant les situations de crises. C'est d'ailleurs le choix fait par le ministère de l'intérieur avec la création du compte spécifique @Beauvau\_Alerte.



Illustration 36: activation du compte @Beauvau\_Alerte lors de la tempête Adrian en octobre 2018

En comparaison avec d'autres technologies de communication modernes, telle qu'une application pour smartphone qui nécessite une inscription et un téléchargement, les notifications via les réseaux sociaux sont d'un accès plus facile pour les citoyens qui disposent déjà de comptes sur différents médias. L'effet « partage » permet ensuite de démultiplier la portée de l'alerte.

Il paraît donc utile que l'ensemble des acteurs publics impliqués en gestion de crise disposent de procédures relatives à l'utilisation des réseaux sociaux en situation d'urgence, et que celles-ci soient intégrées dans les différents plans ORSEC, PCS, etc.

Cela suppose également une information préalable de la population d'un territoire sur les comptes « officiels » sur lesquels l'alerte pourra être diffusée.

## 4.6 Utiliser la phase post-crise pour « capitaliser »

La communication sur les réseaux sociaux se poursuit en général longtemps après la phase de crise avec la création de groupes d'entraide souvent spontanés pour aider les sinistrés.

Après les graves intempéries qui ont frappé le département des Alpes-Maritimes le 3 octobre 2015, le Préfet a voulu créer un outil qui mette en lien très rapidement les particuliers, les entreprises et les communes afin de partager de manière rapide et fluide les besoins des sinistrés et les offres susceptibles de leur être apportées. Le choix s'est alors porté sur un groupe public sur le média facebook dénommé « Intempéries Solidarité »<sup>1</sup>.

Plus récemment, suite aux inondations qui ont touché le département de l'Aude (15 octobre 2018), la plateforme ShareEntraide créée à l'initiative de la compagnie d'assurance MAIF a été activée et mettait en ligne dès le lendemain 16 octobre plus de 100 propositions d'aide d'habitants de l'Aude.

Au-delà de l'usage des réseaux sociaux au bénéfice des sinistrés, et à plus long terme une fois passé cette phase de soutien, **l'évènement en lui-même constitue une « opportunité » pour amplifier l'audience de certains comptes auprès des citoyens, et donc leur impact futur en matière de prévention des inondations.** Les inondations varoises de janvier 2014 illustrent bien ce phénomène (cf. Illustration 8).

<sup>1</sup><https://www.facebook.com/groups/1053708448002401/>

## ShareEntraide – plateforme d'organisation de la solidarité post-catastrophe

La MAIF met à disposition de tous ceux qui en ont besoin, qu'ils soient assurés MAIF ou non, une plateforme d'entraide entre particuliers en cas de catastrophe naturelle.



Illustration 37: activation de la plateforme ShareEntraide en octobre 2018 dans l'Aude

Créée en 2016 à l'initiative de la communauté des sociétaires MAIF, ShareENTRAIDE permet d'organiser la solidarité. La plateforme a été testée dans 8 départements pendant un an, rassemblant plus de 800 volontaires potentiels. Elle est désormais ouverte à toute la France, départements d'outre-mer (DOM) inclus.

**Cette plateforme de mise en relation regroupe, d'une part, les propositions de tous ceux qui souhaitent aider (hébergement, transport, matériel, outils, espace de stockage...) et, d'autre part, les demandes des personnes touchées.**

Ainsi, en cas d'événements exceptionnels, tous les préinscrits de la zone concernée sont prévenus par mail et/ou SMS. Les personnes qui ont besoin d'aide et celles qui sont en capacité d'aider sont invitées à entrer en relation grâce à la plateforme.

ShareENTRAIDE constitue également, pour les acteurs sur le terrain de l'urgence, un moyen de mieux géolocaliser des ressources invisibles, tout en leur permettant des actions à l'échelle intercommunale.

**La phase après une inondation constitue donc un moment important de la communication sur les réseaux sociaux afin d'impliquer de plus en plus de citoyens en prévention de catastrophes futures.**

Là encore, les structures en charge de la prévention des inondations doivent saisir cette « opportunité » en communiquant largement sur l'évènement passé afin que l'effet de solidarité manifesté lors de l'inondation puisse évoluer vers des actions de prévention, relayées à leur tour par les réseaux sociaux et impliquant au maximum les citoyens du territoire.

## 5 Références

### 5.1 Rapports d'évènements, rapports d'étude

- HCFDC. (2013). Retour d'expérience suite à l'ouragan Sandy sur la côte Est des Etats-Unis. Paris
- HIGONET H., MOUREAU P., ROY F., WEISS W. (2014) 2014 – Comment utiliser les réseaux sociaux dans la gestion de crise ?, mémoire de Thèse ENSOSP.
- Cerema Méditerranée. (2014). RETEX sur les inondations dans le département du Var les 18 et 19 janvier 2014 ; Volet 3 – Information préventive, gestion de crise et post-crise
- SEKEDOUA KOUADIO. (2016). Les technologies smartphone comme outils d'aide à l'alerte face aux crues rapides en France – Expérimentations dans le Vaucluse et le Var. Géographie. Aix-Marseille Université et ESPACE UMR 7300. Français.
- DOUVINET J., GISCLARD B., GRASLAND L. (2018). Promouvoir l'usage du numérique face aux risques naturels dans les territoires de montagne. Focus sur les applications smartphones et les réseaux sociaux numériques. *Projet Co-RESTART, WP4, MCF Géographie Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse / UMR ESPACE 7300 CNRS.*

### 5.2 Guides, chartes d'usage des RSN

- Ministère de l'intérieur. (2014). Guide facebook pour les préfetures
- Ministère de l'intérieur. (2014). Guide twitter pour les préfetures
- Ministère intérieur. (2017). Guide du bon usage des réseaux sociaux (par les agents)
- Ministère de la Défense. (2016). Guide du bon usage des réseaux sociaux, à destination de tous les militaires et civils du ministère de la Défense et de leur entourage.
- VISOV. (2015). Utilisation des Médias Sociaux en Gestion d'Urgence (MSGU) pour améliorer la connaissance de la situation et l'aide à la décision.
- RIVE, G., HARE, J., THOMAS, J. & NANKIVELL, K. (2012). Social Media in an Emergency : A Best Practice Guide. Wellington Region CDEM Group : Wellington.

### 5.3 Articles

- SÉGURET G., MARTIN G., BLAY L. (2015). Médias sociaux pour la gestion d'urgence : comment intégrer la démarche dans les services d'urgence ? *Les notes de l'IFRASEC*. 4p. Paris.
- 2015 juillet. Les médias sociaux : des outils opérationnels incontournables ? *Info DFCI n°73*. Irstea – Aix-en-Provence
- MOUCHON F. (2015). La terre tremble ? Vite, tweettez. Aujourd'hui en France, p.10
- DOUVINET J., GISCLARD B., SEKEDOUA KOUADIO J., SAINT-MARTIN C. ET MARTIN G. « Une place pour les technologies smartphones et les Réseaux Sociaux Numériques (RSN) dans les dispositifs institutionnels de l'alerte aux inondations en France ? », *Cybergeographe : European Journal of Geography* [En ligne], Espace, Société, Territoire, document 801, mis en ligne le 05 janvier 2017, consulté le 10 janvier 2017. URL : <http://cybergeographe.revues.org/27875> ; DOI : 10.4000/cybergeographe.27875.
- DOUVINET J., GISCLARD B., MARTIN G. (2018). Révolution numérique et médias sociaux : un changement de paradigme dans la gestion globale des risques ? 21<sup>e</sup> Congrès de Maîtrise des

Risques et Sûreté de Fonctionnement, Reims 16-18 octobre 2018.

BAROMÈTRE ANNUEL DES MÉDIAS SOCIAUX, édition 2019. Harris Interactive. <https://harris-interactive.fr/press/social-life-2019-les-social-personae-leurs-pratiques-portrait-et-relation-aux-marques/>

## 5.4 Sites internet

<https://planifaction.ca/blogue/>

<http://www.visov.org/medias-sociaux-en-gestion-d-urgence/>

<http://www.suricatenat.fr/Suricate-Nat/>

<https://www.pavillon-orange.org/blog/>

## 6 Remerciements

Cette étude s'appuie largement sur le partage d'expériences accepté par de nombreux acteurs du territoire arc méditerranéen, à différentes échelles d'espace ou de positionnement dans la chaîne de la prévention du risque d'inondation. Nous tenons en particulier à remercier pour leur collaboration les personnes suivantes :

- Landine SALINI et Carole LAFARGE, Ville d'Ajaccio
- Karine BUSSONE, Conseil Départemental de l'Hérault
- Michaël DOUAT, Centre Zonal Opérationnel de Crise de la zone Sud
- Daniel GRAS, Conseil Régional d'Occitanie
- Annelise MULLER, France Nature Environnement PACA
- Christophe FERRÉ, MétéoLanguedoc
- Anne ORLIAC, Météo France
- Thomas DUBIEZ, Montpellier Métropole
- Alix ROUMAGNAC, Predict Services
- Vincent BARASTIER, Préfecture du Var
- Ariane PARACHINI et Anne-Cécile NOVELLA, Préfecture des Alpes-Maritimes
- Cyntia TARANTINO, Service Départemental d'Incendie et de Secours du Gard
- Jean FERRARI, Service d'Incendie et de Secours de Corse du Sud
- Caroline JAUDOIN, Syndicat Mixte Inondations, Aménagement et Gestion de l'Eau Maraplin



[Cerema Méditerranée](#) - Pôle d'activité – 30 rue Albert Einstein – CS 70499 – 13593 Aix-en-Provence CEDEX 3  
Tel : 04 42 24 76 76 – mel : [DTerMed@cerema.fr](mailto:DTerMed@cerema.fr)

Siège social : Cité des Mobilités - 25, avenue François Mitterrand - CS 92 803 - F-69674 Bron Cedex - Tél : +33 (0)4 72 14 30 30

Établissement public – Siret : 130 018 310 00313 - TVA Intracommunautaire : FR 94 130018310 - [www.cerema.fr](http://www.cerema.fr)