Les **Médias Sociaux en Gestion d'Urgence** (MSGU) depuis plusieurs années connaissent un certain développement et s'inscrivent comme un outil efficace et reconnu à disposition de la **DGSCGC**, des **SDIS** et autres entités étatiques.

En sa qualité de Webmédia/Webzine, **Rescue18** avait deja consacré un premier article sur ce sujet (Lien ICI). Aussi, nous avons souhaité vous en dire plus en donnant la parole directement à l'équipe de **VISOV**.

Les **MSGU** c'est quoi ? Quel est leur rôle ? Qui sont-ils ? **VISOV** et **Rescue18** répondent à vos questions.

NDLR : Cet article a été rédigé et vous est proposé par les membres de l'équipe VISOV.

Définition

L'utilisation de médias sociaux en situation d'urgence a pour objet la prise en compte des réseaux sociaux par les gestionnaires de crise et les services d'urgence **pour dialoguer avec les citoyens et bénéficier de remontées d'informations directement du terrain.**

Les réseaux sociaux permettent de transmettre des données, des consignes ou toutes informations utiles **afin de permettre aux citoyens d'adopter de bons comportements** puisque *« toute personne concourt par son comportement à la sécurité civile. »*. (1)

« Les citoyens au cœur de l'événement 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 » (2). Dès lors, la veille des réseaux sociaux permet d'être en prise directe avec les publications publiques des citoyens pour avoir une vue sur la situation sur place et son évolution. Elle permet également d'être connectée aux préoccupations et inquiétudes de la population. De fausses informations peuvent circuler et troubler le « bon » message auprès de la population. Préoccupations, inquiétudes, infox (3) doivent être pris en compte dans la communication de crise et les actions menées afin d'éviter la naissance d'une crise dans la crise.

Comme le souligne M. Patrick LAGADEC, *« Pour paraphraser Tocqueville, si l'on ne veut pas subir les réseaux sociaux, il faut savoir les connaître et dialoguer avec eux. »*. (4)

Dans quel cadre inscrire les MSGU dans une organisation publique ?

Le code de la sécurité intérieure dispose à l'article L112-1 que la sécurité civile a pour objet la prévention des risques de toute nature, l'information et l'alerte des populations ainsi que la protection des personnes, des biens et de l'environnement contre les accidents, les sinistres et les catastrophes. Aussi, l'utilisation des réseaux sociaux permettent de contribuer à l'accomplissement des missions de sécurité civile dans la sphère numérique, en exploitant au mieux les moyens de communication de notre époque.

Par ailleurs, le Conseil d'État indique *« De façon plus ciblée, la communication publique sur les réseaux sociaux devrait être renforcée, afin notamment de garantir la présence de l'expertise publique et d'y expliciter le sens des décisions prises au regard des risques en présence et de lutter, de façon efficace et en temps utile, contre les « fausses informations. » (5)*.

Enfin, plusieurs retours d'expériences, de l'accident de train à Brétigny sur Orge à l'incendie de Lubrizol à Rouen, démontrent l'intérêt de la prise en compte des médias sociaux dans les centres de crise. Qu'ils soient intégrés au niveau central ou dans des services déconcentrés de l'Etat, ils démontrent à chaque fois leurs pertinence pour la gestion et la communication de crise.

L'alerte et l'information de la population

Dans le but d'alerter le plus grand nombre, l'alerte de la population doit être multicanale. Une diffusion sur les réseaux sociaux y contribue car elle permet dans le même temps d'alerter et d'informer sur la conduite à tenir. De plus, l'effet boule de neige des médias sociaux propage les alertes très rapidement sur le territoire. Ainsi, sur les réseaux sociaux, l**e ministère de l'intérieur a créé le compte Twitter @Beauvau_Alerte et s'appuie sur l'outil « Safety Check » de Facebook** (6). Néanmoins, les messages d'alerte doivent être relayés sur d'autres réseaux sociaux et complétés le cas échéant par des précisions locales pour que les informations transmises fassent sens auprès de la population directement concernée. L'utilisation de la technologie de cell-broadcast ou de technologies similaires (diffusion d'une alerte sur les téléphones portables dans une zone définie) doivent permettre l'alerte de la population sans passer par un abonnement à un

réseau social en particulier.

Ce genre de système a également l'avantage d'envoyer un message sur tous les téléphones qui sont dans le périmètre, quel que soit l'opérateur et quel que soit la nationalité du propriétaire, c'est un avantage essentiel dans les zones touristiques par exemple.

Intégrer l'usage des MSGU présente un intérêt tant en termes de remontées que de diffusion d'informations, que cela soit lors d'une crise ou non. Il contribue notamment à la prise de conscience du citoyen qu'il peut être acteur de sa propre sécurité et le sensibiliser à aider toute personne autour de lui. Lors d'une crise, l'utilisation des MSGU permettra d'avoir accès à des informations publiques postées par les citoyens sur des réseaux sociaux comme Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram ou encore Waze. Elle facilite l'information du public sur la crise en cours, en diffusant des conseils de sécurité et de prévention et/ou en démentant les rumeurs.

Durant certains évènements, des situations de détresse peuvent être identifiées (absence de réseau téléphonique, inquiétude de proches, impossibilité de s'exprimer verbalement dans le cadre d'un attentat…), **c'est alors vers les médias sociaux que les victimes se tournent pour demander de l'aide** (exemple de l'attentat du Bataclan en novembre 2015).

Prise en compte d'initiatives ou de communautés citoyennes

S'inscrire dans une démarche « MSGU », c'est accepter que *« nul ne pourra plus avoir le monopole de la réponse » (7)*. C'est donc prendre en compte l'apport des citoyens ou des communautés de citoyens qui œuvrent pour l'intérêt général. Sans être exhaustif, il peut être cité **VISOV** pour la veille des réseaux sociaux et la communication sur les réseaux sociaux, **Waze** pour le trafic routier, différentes communautés météo comme Infoclimat, La Radio Météo ou des communautés plus locales. Des conventions de partenariat peuvent être signées avec certaines d'entre elles.

D'autres communautés citoyennes peuvent émerger du fait de la crise elle-même pour partager leurs inquiétudes ou s'entraider. L'émergence du mot-dièse #PorteOuverte (8) le 13 novembre 2015 illustre ce propos. Les pages Facebook

d’entraide ou de recherche de personnes lors des épisodes de neige d’inondation, les salles WhatsApp lors de l’ouragan sur Saint Martin et Saint Barthélémy, ou encore les échanges d’information et les groupe de parole lors de la crise du COVID19, en sont d’autres exemples.

Lors de la tempete Alex, VISOV a collaboré à la recherche de personnes disparues tout comme un jeune toulonnais de 19 ans qui a créé une page Facebook pour l’occasion (9).

La veille des réseaux sociaux et la communication

A la question « quels réseaux sociaux faut-il veiller ? », il est possible de répondre que dans l’absolu, tous peuvent être pertinents en fonction des contenus qui y circulent, des tendances de moment, etc.

L’intégration des MSGU nécessite une approche globale dans l’organisation. La communication sur les réseaux sociaux doit s’intégrer dans la stratégie globale de communication de l’établissement, en particulier sur **la communication opérationnelle (**10). La communication habituelle de l’établissement permet de créer un lien entre celui-ci et la population lors des « périodes calmes ». C’est un élément important qui se prépare et qui permet d’entretenir une communauté mobilisable lors des crises. Les abonnés vont alors prendre en compte et relayer les messages importants et vont amorcer leur « viralisation », c’est une étape majeure pour atteindre une audience large et pour crédibiliser le message.

Bien qu’il soit possible d’être appuyé par VISOV et l’ensemble de ses bénévoles, un premier niveau de veille et des canaux de remontées d’informations auprès des décideurs doivent être établis en amont pour capter les premiers signaux et organiser la montée en puissance.

La démarche MSGU est l’occasion de faire émerger des synergies locales entre les acteurs de la crise, à la fois sur le pilotage mais aussi sur la communication.

Quelques lectures permettant de s’approprier davantage le sujet :

- Le mémoire en vue de l’obtention de la FAE de Chef de Groupement publié par l’ENSOSP (11) : « Comment utiliser les réseaux sociaux en gestion de crise ? » ;
- La note de l’IFRASEC de 2015 (12) ;

- La LIREC (13) consacré à la prise en compte des réseaux sociaux dans le cadre de la gestion de crise (14) sont des lectures permettant de s'approprier davantage le sujet.

Sources et Crédits:

[1] L 721-1 du code de la sécurité intérieure

[2] SEGURET F., MARTIN G., BLAY L., Médias sociaux pour la gestion d'urgence : comment intégrer la démarche dans les services d'urgence ? La note de l'IFRASEC, Janvier 2015

http://www.ifrasec.org/wp-content/uploads/2015/02/Note_MediaSociaux.pdf

[3] Recommandation sur les équivalents français à donner à l'expression fake news par la Commission d'enrichissement de la langue française https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000037460897&dateTexte=&categorieLien=id

[4] LAGADEC P., La chronique de Patrick Lagadec, Préventique n° 153, Juillet 2017 http://www.patricklagadec.net/fr/pdf/prev153-p05-actu-lagadec-p.pdf

[5] Conseil d'État, Étude sur la prise en compte du risque dans la décision publique, Avril 2018

[6] https://www.interieur.gouv.fr/Actualites/Information-de-la-population-en-cas-de-danger/Alerte-et-information-de-la-population-en-cas-de-danger-immediat/?nomobredirect=true

[7] LAGADEC P., La chronique de Patrick Lagadec, Préventique n° 153, Juillet 2017

[8] RANDANNE F., Attentats à Paris : Le twitto qui a lancé le hashtag «#PorteOuverte» raconte, 20minutes.fr, 15 novembre 2015

[9] https://www.varmatin.com/faits-divers/disparus-de-la-tempete-alex-un-jeune-toulonnais-met-facebook-au-service-des-familles-inquietes-586733

[10] Sous la direction de Carlo ZAGLIA, Communication Opérationnelle, Les cahiers du savoir, Éditions Carlo ZAGLIA, 2020

[11] HIGONET H. MOUREAU P. ROY F., WEISS W., Comment utiliser les réseaux sociaux en gestion de crise, ENSOSP, 2014 http://crd.ensosp.fr/doc_num.php?explnum_id=8211

[12] SEGURET F., MARTIN G., BLAY L., Médias sociaux pour la gestion d'urgence : comment intégrer la démarche dans les services d'urgence ? La note de l'IFRASEC, Janvier 2015

[13] Lettre d'information sur les Risques et les Crises

[14] LIREC 51 https://inhesj.fr/publications/lirec/reseaux-sociaux-et-gestion-de-crise



Author: Alain Bailloux

Co-fondateur et Président Rescue 18. Officier sapeur-pompier. Ex-BSPP (chef CIS). Auteur de livres et romans, histoire et jargon des sapeurs-pompiers.