

Université Abderrahmane Mira de Bejaia
Faculté des Sciences Humaines et Sociales
Département des Sciences Humaines

Mémoire de Fin de Cycle

**En Vue de l'Obtention du Diplôme de Master en Sciences de l'Information
et de la Communication**

Option : Communication et Relations Publiques

Thème

**Analyse de la Place Attribuée à la Communication
Et à l'Information dans des Plans de Crise ou des cas
d'Urgence**

Cas Pratique : la Protection Civile de Bejaia

Unité Centrale : Cité Tobal

Réalisé par :

M^{elle} ATOUI KATIBA

M^{elle} DJEBARA Siham

Encadré par :

M^r TILIOUA Abed

Année Universitaire 2018/2019

REMERCIEMENTS

Nous Tenons à remercier le bon dieu le tout puissant, qui nous à donner le courage
et la patience à fin de réaliser ce travail

Nous souhaitons de rendre hommage à notre encadreur « Mr TILIOUA Abed »
d'avoir accepté de nous encadrer et nous orienter

A l'ensemble des Enseignants et du Personnels de la Faculté des Sciences
Humaines et Sociales

A l'ensemble du Personnel de la Direction

de la Protection civile de Bejaia en Général et Mr LATRECHE chargé de la
Communication en particulier

DEDICACE

Je Dédie ce Travail à mes très Chers Parents

À mes Frères et en particulier « Hakim »

À ma Sœur et son Epoux « Sofiane »

À mes Nièces et Neveux

Ainsi que mon cousin « Moussa » et sa Famille

À mes cousins et cousines

ATOUI KATIBA

SOMMAIRE

PARTIE I : CADRE METHODOLOGIQUE :

INTRODUCTION 01;

CHAPITRE I :

Section1 : Analyse Conceptuelle

1- La Problématique02;

2- Les Hypothèses04;

3- Les Objectifs de l'Etude.....04;

4- Définition des Concepts clés.....05;

Section2 : la Démarche Méthodologique

1- L'Approche Théorique07;

2- La Méthode et Outil de l'Etude.....08;

3- L'Echantillon et la Population d'Etude10;

4- Les Etudes Antérieures10;

PARTIE II CADRE THEORIQUE

CHAPITRE II : Communication de Crise

SECTION I : la Crise (Définition, Historique et Caractéristiques)

1- **Définition**12;

2- **Historique**.....12;

3- **Caractéristiques de la crise** :.....13;

3-1/ L'Intrusion de Nouveaux Acteurs :.....13;

3-2/ La Saturation des Capacités de Communication13;

3-3/ L'Importance des Enjeux :.....14;

3-4/ L'Accélération du Temps :.....14;

3-5/ La Montée des Incertitudes :..... 14;

4/ **Les Types la Crise** :.....14;

4-1/Crise Technique15;

4-3/ La Crise liée aux Produits :.....15;

4-4/ La Crise Economique et Financière :..... 15;

4-5/ La Crise Organisationnelle :.....15;

SOMMAIRE

4-6/ La Crise Politique ;	16;
4-7/ La Crise Corporate :	16;
5/ Le Déroulement des Crises :	16;
5-1/ La Phase Préliminaire :	16;
5-2/ La Phase Aigue	16;
5-3/ La Phase Chronique :	17;
5-4/ La Phase de Cicatrisation :	17;
6 /La Cellule de Crise	17;
6-1/ La Composition de la Cellule de Crise	17;
7/ Les Etapes De La Gestion De Crise	18;
Section II : Les Stratégies de Communication de Crise	
1/ La Reconnaissance	19;
2/ Le Projet Latéral	20;
3/ Le Refus	20;
4/ Les Principes de Base de la Communication de Crise	21;
CHAPITRE III/ La Gestion de Crise au Sein de la Protection Civile	
Section 3 :	
3-1/ Etapes De La Gestion De Crise Au Sein De La Protection Civile	22;
1/ La Sensibilisation	22 ;
2/ L'Intervention	23 ;
3/ La Prévention	23 ;
3-2/ Missions de la Protection Civile	24 ;
3-3/ Moyens de Communication utilisés par la Protection Civile	24 ;
3-4/ Les Dix Risques Majeurs	25 ;

SOMMAIRE

CHAPITRE IV : GENERALITE SUR LES MEDIAS

Section I :

1- Définition Medias.....	26;
2- Les Types des Medias	26;
3- Objectif des Medias.....	27;
4- LES FONCTIONS DES MEDIAS.....	27;
4-1- La fonction antenne	
4-2- La fonction ampli	
4-3- La fonction focus	
4-4- La fonction Prisme	
4-5- La fonction écho ;	

Section II / Les Medias : Presse, Radio et TV29;

1/ La PRESSE ECRITE29;

1-1/ Les Fonctions de la Presse

1-2 / Les caractéristiques de la presse écrite

1-3 / Les Critères de Classification des Publications de La Presse

2/ LA RADIO31;

2-1/Les Caractéristiques de la Radio

2-2/ Les Fonctions de la Radio

2-3/ les Types de la Radio

Section III/ Avantages et Inconvénients des Médias.....33 ;

1 / Les Avantages et Inconvénients de la Presse Ecrite33;

2/ Les Avantage et inconvénients de la Radio.....34;

3/ LA TELEVISION34;

4/ La Différence entre la Communication et l'Information35;

5/ Le Plan Médias36;

SOMMAIRE

CADRE PRATIQUE

CHAPITRE 5

Présentation du lieu de stage.....38;

Etapes de la réalisation de l'enquête et pré-enquête.....50;

CHAPITRE 6/ Présentation des Résultats

Analyse et Interprétation des Données.....55;

Vérification des Hypothèses57;

Conclusion.....58 ;

Liste Bibliographique

Les Annexes

INTRODUCTION

INTRODUCTION

Introduction

Toute société, organisation est confrontée à une situation de crise. La communication efficace devient alors un procédé fondamental de gestion et de résolution. Chaque cas de crise est unique par sa situation et ses circonstances. L'enjeu est donc d'opter pour une réflexion, voire un cadre d'action afin d'estomper la survenue d'une crise ou d'agir, de préférence, par un plan d'action préventive qui prend en charge l'étude du risque pour minimiser les dégâts irréversibles d'une crise avant ou après sa survenue. L'objectif de notre recherche est de repérer les règles majeures capables de cerner l'entourage d'une crise ainsi que les procédés permettant son désamortissage.

Comme initiation, la définition du "concept de crise" fera l'objet d'une première partie. Pour définir ce concept, nous nous appuyerons sur plusieurs définitions données par des chercheurs et des professionnels de la communication. Cette démarche vise à mieux cerner le champ sémantique du terme, ses différents usages et ampleur dans le monde des Sciences. Ensuite nous tenterons de déterminer les différents paramètres de gestion de la crise au sein de la direction de la protection civile de Bejaia, et la manière dont les risques et la communication sont anticipés.

À fin de répondre au besoin de notre recherche, nous avons suivi le plan suivant :

La première partie est le cadre méthodologique qui est devisé en deux chapitres, dans le premier chapitre il aborde : la problématique, l'objectif de l'étude, définition des concepts clés et les études antérieures.

Dans le deuxième chapitre contient : l'approche théorique de l'étude, la méthode de l'étude, outil et échantillon de l'étude, puis la deuxième partie qui est le cadre théorique qui est composé en deux principaux chapitres :

Le premier sur la communication de crise et le deuxième sur l'information puis chaque chapitre est décomposé en section

Et enfin la troisième partie qui est consacré pour la partie pratique qui contient la présentation de l'organisme de stage, analyse et interprétation des résultats et bien sur la vérification des hypothèses.

**CADRE
METHODOLOGIQUE**

CADRE METHODOLOGIQUE

CHAPITRE I/ ANALYSE CONCEPTUELLE

Section 1 :

1/Problématique

L'une des situations de crise qui peut frapper la porte d'une société, on trouve les catastrophes naturelles telle que les tremblements de terre, incendies dévastateurs, sécheresse, inondations et coulées de boue, tempête, ... etc.

Une catastrophe naturelle est considérée comme une situation d'urgence, car c'est un phénomène imprévu et inattendu, qui attaque une société sans prendre en considération sa taille ou son développement.

Les catastrophes naturelles constituent une préoccupation nationale dans la plupart des pays du monde, notamment en Algérie.

Aujourd'hui en Algérie les catastrophes naturelles présentent un vrai danger qui met en risque la vie de la population algérienne ce qui a permis à l'Etat algérien de mettre en disposition tous les moyens humains et matériels afin de pouvoir gérer la situation.

L'un des principaux acteurs qui interviennent face à ces catastrophes naturelles on trouve les services de la protection civile qui jouent un rôle important dans la gestion des situations d'urgence.

Avant la survenance d'une catastrophe naturelle, la protection civile doit élaborer des stratégies et des plans d'urgence afin de faire face à cette situation, puis lors de la survenance de l'urgence c'est la mise en place des différents plans et stratégies, ce qui permet une bonne maîtrise de cette dernière.

Parmi les moyens de gestion des catastrophes naturelles on a la communication de crise, qui est pour rôle d'éviter qu'une situation sensible se transforme en une crise, puis si la crise persiste malgré les efforts fournis par les agents de la protection civile, ils essaient de minimiser les dégâts et de calmer la population en essayant de gagner leur confiance avec les différentes stratégies de communication.

CADRE METHODOLOGIQUE

Aujourd'hui, notre société est devenue une société de l'information et de la communication avec l'apparition des médias, surtout ces derniers temps avec le développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication qui favorisent la communication entre les différents membres de la protection civile ainsi qui facilite la transmission et la circulation de l'information entre les différentes catégories de la société.

En cas d'urgence, la protection civile doit déclarer la situation à travers une bonne communication de crise, en utilisant les différents médias (presse, TV , Radio ... etc.) afin d'éviter la désinformation, la rumeur , la panique et le manque de confiance de la part de la population, car les membres de la société ont le droit de savoir ce qui se passe dans leur environnement , puisqu'ils peuvent être des victimes de la situation ou des initiateurs qui vont aider les agents de la protection civile à gérer la crise par leur soutien et leur confiance comme ils peuvent être des perturbateurs qui vont pousser la situation à s'aggraver en cas de l'absence de l'information et de la communication.

Cependant la protection civile doit implanter une cellule de crise à l'intérieur pour pouvoir anticiper la crise et de s'occuper de la communication et de l'information.

Les catastrophes naturelles sont des situations qui ont besoin d'être bien gérées par les services de la protection civile, car elles sont des situations très sensibles qui mettent en danger la vie et les propriétés de la population

L'Algérie est très connue par les risques majeurs de toute nature (séisme, inondations, incendie, ...etc.), qui menacent aujourd'hui la sécurité et la santé de la population aussi que les biens et le naturel du pays.

L'un des risques majeurs qui met la population algérienne en péril c'est bien les risques industriels ou des incendies au sein des usines.

Encore une fois l'entreprise agro-alimentaire du Groupe Cevital a été exposée en 2018 à un incendie à l'intérieur,

En essayant d'analyser ce cas-là, qu'elle est la place attribuée à la communication et à l'information dans des cas d'une crise où d'urgence ? Autrement dit : quel est le rôle de la communication et à l'information dans la gestion de cette situation par la protection civile de Bejaia ? Quel est le rôle des médias dans la gestion des situations d'urgence ? » .

CADRE METHODOLOGIQUE

2/ LES HYPOTHESES

Selon Maurice Angers « l'hypothèse est une réponse supposée à sa question de recherche, elle peut se définir souvent trois caractéristiques : énoncé, prédiction et outil de vérification empirique »¹.

Afin de pouvoir répondre à une problématique de recherche, le chercheur doit donner des réponses provisoires à l'ensemble des questions posées dans cette dernière.

L'Hypothèse 1

La protection civile se base sur une bonne communication afin de gérer un risque où une situation de crise.

L'Hypothèse 2

Une bonne transmission d'information de la part des médias favorise une bonne gestion de la situation de crise.

3/ LES OBJECTIFS DE LA PRESENTE Etude

D'après ce thème de recherche nous visons à :

- Identifier le rôle de la communication dans la gestion des situations de crise ou d'urgence.
- déterminer que le manque de communication et d'information, permet à une situation sensible de s'aggraver et sera aussi le point de départ des rumeurs.
- Montrer qu'une bonne interprétation d'une information par les médias favorise une bonne gestion de crise.

¹ Maurice Angers, « **Initiation Pratique A La Méthodologie Des Sciences Humaines** », Casbah, Alger, 1997, p.102

4/ DEFINITION DES CONCEPTS CLES

Analyse

1- Définition d'après le petit robert « c'est l'action de décomposer un tout en ses éléments constituant »².

2- Définition opérationnelle :

On peut définir le mot « analyse » comme étant une opération intellectuelle qui consiste à décomposer un ensemble en sous-ensembles

La Communication

Définition

La communication, c'est l'action de faire participer un organisme ou un système situé en un point « R » aux stimules et aux expériences de l'environnement d'un autre individu au système situé en autre lieu et à une autre époque « E » en utilisant des éléments de connaissance qu'ils ont en commun »³.

Définition opérationnelle

On peut définir la communication comme étant un échange, partage, et transmission d'ensemble d'informations, d'idées et de connaissances entre un émetteur et un récepteur, soit face à face ou bien à l'aide d'un canal

L'Information :

a/ selon Jacques THEVENONT , « une information est une formule écrite susceptible d'apporter une connaissance, elle est distincte de cette connaissance »⁴.

b/ le mot « information » est défini comme « un stock de données (messages, signaux, symboles) qui est transformé par le processus de communication, cette communication permet à l'être humain de créer des significations nouvelles, d'interpréter les messages et de transformer les idées et les connaissances en dialoguant avec l'autrui »⁵.

² Paul Robert, **le nouveau petit Robert**, nouvelle édition millésime, 2009, p.90.

³ Bernard Lanizet et Ahmed Salem, « **Dictionnaire Encyclopédie, les Sciences de l'Information et de la, l'intégration des caractéristiques organisationnelles dans la conception Communication** » Ed Marketing AS, Paris, 1997, p.97.

⁴ THEVENONT Jacques **du système d'information**, thèse de doctorat en sciences de gestion, université de Montpellier(1), Paris1985, p.45.

⁵ Claude-jean Bertrand, **Média, introduction à la presse, la radio et la télévision**, Ellipses Edition marketing S.A., Paris 1995.

CADRE METHODOLOGIQUE

Définition Opérationnelle

L'information est une nouvelle, renseignement, données sur un objet où quelqu'un porte à la connaissance de quelqu'un d'autre.

🚩 Situation De Crise

a/ Selon THIERRY Libaert « la crise est un évènement inattendu mettant en péril la réputation et le fonctionnement d'une organisation »⁶.

b/ D'après HERMANN « une *crise* est définie comme « une situation qui menace les buts essentiels des unités de prise de décision, réduit le laps de temps disponible pour la prise de décision, et dont l'occurrence surprend les responsables »⁷.

- **Définition Opérationnelle :**

On peut définir la crise comme une situation de menace, de dysfonctionnement, perturbation qui peut attaquer une entreprise, institution,..... Etc. à n'importe quel moment sans prendre en considération la taille ou l'activité de l'organisation.

Communication de Crise :

« Est l'information consciente et ciblée transmise par l'institution à des groupes ciblés, peu avant ou après la survenance d'une crise, une communication de crise cohérente, en terme de contenu, du temps et de canal de diffusion, et le moyen qui permet à une institution de répondre à la critique et de maintenir, voire restaurer son image, son capital confiance »⁸.

- **Définition Opérationnelle :**

La communication de crise est l'un des domaines de la communication institutionnelle, avec la communication interne, externe, les relations presse, les relations publiques.

On peut définir la communication de crise comme étant l'ensemble de techniques et des actions émises par une institution, ou une organisation lors d'une crise pour faire face à cette situation.

Alors la communication de crise est la mise en place de l'ensemble d'action et de technique, de moyens de communication pour qu'une organisation peut faire face à une crise.

⁶ Libaert Thierry, **la Communication de Crise**, édition Dunod, Paris, 2001, p.9.

⁷ HERMANN (CF.), «**Some consequences of crisis which limit the viability of organizations**», Administrative Science Quarterly, 1963, 8, pp. 61-82.

⁸ Dominique Lehmann, check-list, **Communication de Crise**, Ed CURAVIVA, 2014, Suisse, p.5.

CADRE METHODOLOGIQUE

Section 2 : DEMARCHE METHODOLOGIQUE

1/ APROCHE THEORIQUE :

Dans toute recherche scientifique, le chercheur doit déterminer sa dernière par une approche théorique à fin d'inscrire sa recherche dans un cadre théorique bien déterminée, en s'appuyant sur l'étude de terrains

En effet, dans notre recherche nous allons s'apurer sur l'approche managériale

L'approche managériale :

dans le model managériale ,la pratique des relations publique est organisé de façon à maximiser leur contribution en effet ,celle de la communication- à l'atteinte des objectif organisationnelle, l'optimisation de cette contribution constitue donc à la fois l'assise ,le moteur et la finalité de la pratique des relation publiques, sur le plans pratique des relations publiques, sur le plan pratique, cette approche se décline en quatre temps soit :

- ✓ l'identification des publics dont l'opinion ou l'action sont susceptible d'avoir un impact sur la capacité de l'organisation à attendre ses objectifs ou selon la théorie des parties prenante, qui sont susceptible d'influencer (ou d'être influencé par) ces décision
- ✓ la conception de programme de communication destinés à instaurer et à maintenir entre l'organisation et ces publics ou parties prenantes, des relations qu'on souhaite mutuellement satisfaisantes
- ✓ le déploiement de ces programmes selon des échéanciers préétablis
- ✓ à terme ou de façon périodique, l'évaluation des résultats produits par ces programmes avant, le cas échéant leur reconduction⁹.

la Communication managériale : « est une démarche construite d'information, d'argumentation, d'écoute et de dialogue portée et animée par l'ensemble de la ligne managériale pour donner du sens au décisions et mobiliser les équipes au service de la performance économique et sociale de l'entreprise, elle se traduit actes de management pour impliquer et faire s'engager les collaborateurs dans la mise en œuvre des projets et décision »¹⁰.

⁹ Matthieu Sauvé, **les Relations Publiques Autrement vers un Nouveau Modèle de Pratique**, presse de l'université de Québec 2010, p. 60, p.61.

¹⁰ Maurice Imbert avec la collaboration de Valerie Brouard, **la Communication Managériale**, Ed Dunod, Paris, 2015, p.8.

CADRE METHODOLOGIQUE

Pour quoi l'Approche Managériale :

Notre choix s'est dirigé vers l'approche managériale car cette dernière est plus adéquate avec notre thème de recherche, à travers cette approche la protection civile vise à créer un lien de confiance, de transparence et de vérité pour gérer des situations d'urgence

2/ METHODES ET TECHNIQUES UTILISEES

LA METHODE DE L'ETUDE

La Méthode

Une recherche scientifique est basée essentiellement sur une structure et une méthodologie bien déterminée, car on ne peut pas réaliser une telle recherche sans avoir recours à quelques éléments tel que :

- La méthode suivie – la technique utilisée – un terrain de recherche – et bien sûr une population d'étude.

Définition de la Méthode : « c'est un ensemble organisé, d'opération en vue d'atteindre un objectif »¹¹.

Dans le but de réaliser notre recherche, on a opté à la méthode qualitative, car d'après notre objet de recherche qui a mis l'accent sur l'importance de la communication et de l'information dans la gestion des situations de crise par la protection civile, on cherche sur des résultats non quantifiables.

La Méthode Qualitative

« Les méthodes qualitatives regroupent les techniques telles que : l'enquête de terrain, le recueil de témoignage, elle se centre sur l'étude des cas particuliers et complètent le plus souvent, les résultats obtenus au moyen de l'utilisation des méthodes quantitative »¹²

¹¹ Maurice Angers, **Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines**, Casbah, Alger, 1997, p.58.

¹² Betton Alaix, sciences sociales, 7^{ème} édition, Dalloz, Paris 2012, p.29.

CADRE METHODOLOGIQUE

L'OUTIL DE L'ETUDE

La Technique Utilisée :

Dans une recherche scientifique le chercheur doit se baser sur des techniques dans le but de recueillir l'ensemble des informations correspondant à son thème de recherche.

La technique de recherche est définie comme « un ensemble de procédés et instruments d'investigation utilisés méthodologiquement »¹³.

La technique utilisée dans notre recherche est **l'entretien**.

Définition de l'entretien :

« L'entretien est une technique utilisée dans les études qualitatives, l'entretien individuel se base sur une discussion libre entre l'enquêteur et la personne interrogée »¹⁴.

Type d'Entretien :

Semi directif : « l'entretien semi directif ou semi dirigé est certainement le plus utilisé en recherche sociale, il est semi directif au sens qu'il n'est ni entièrement ouvert ni canalisé par un grand nombre de questions précises, généralement le chercheur dispose d'une série de questions-guides relativement ouvertes à propos desquelles il est impératif qu'ils reçoivent une information de la part de l'interviewé ».¹⁵

La Pré-Enquête :

Dans le but de recueillir le maximum d'information sur notre problématique de recherche, durant notre stage (un mois) du 10 mars au 10 avril 2019 on a consacré les 5 premiers jours (du 10/03 au 15/03/2019) dans la réalisation de notre pré-enquête en se basant sur l'observation, ce qui nous a permis de remarquer que la protection civile est classée parmi les premiers secteurs qui s'exposent presque chaque jour à une situation d'urgence qui nécessite une réaction rapide.

¹³ Maurice Angers, **Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines**, Casbah, Alger, 1996, p.60.

¹⁴ Pallo P Muccheilli A, **L'Analyse qualitative des sciences humaines et sociales**, édition, ARMAND Collin, Paris 2002, p.123.

¹⁵ Quivy Rimond et Van Campenhoudt Luc, **Manuel de recherche en sciences sociales**, 2ème édition Dunod, Paris 1995, p.171.

CADRE METHODOLOGIQUE

L'Enquête :

Notre enquête s'est déroulée au sein de la direction de la protection civile de Bejaia, pendant 25 jours, consacrés pour la réalisation de notre entretien, réalisé avec le chargé de la communication au sein de la protection civile de Bejaia, l'entretien contient 10 questions, divisées comme suite :

- Des questions concernant les situations d'urgence au niveau de Bejaia et les plans d'urgence adoptés ;
- Des questions concernant les moyens de communication utilisés ;
- Des questions concernant la diffusion de l'information (moyens utilisés).

3/ L'ECHANTILLON DE L'ETUDE :

A/ la population de l'étude : selon MUCHIELLI la population de l'étude est « l'ensemble sur lequel porte l'enquête et qui constitue une collectivité, elle désigne un ensemble d'individus auxquels s'intéresse une étude ayant un caractère commun »¹⁶.

B/ L'échantillon « c'est la partie de l'univers qui sera effectivement étudiée et qui permettra de connaître la tonalité, les caractéristiques de la tonalité de l'univers »¹⁷.

On a réalisé notre entretien avec un seul enquêté qui est le chargé de la communication au sein de la Direction de la protection civile de Bejaia.

LES ETUDES ANTERIEURES

Dans le but de réaliser notre recherche portée sur « l'analyse de la place attribuée à la communication et à l'information dans des cas de crise ou des plans d'urgence » on a trouvé un mémoire antérieur qui a pris le thème « Le Rôle de la Communication de Crise dans la Gestion des Situations de Crise au sein des Collectivités Locales, cas pratique : Commune de Bejaia », réalisé en vue de l'obtention du Master en science de l'information et de la communication, option Communication et Relations Publiques.

Le mémoire a été réalisé par Melle ACHAT Nawel et AGTAI Lynda pour l'année universitaire 2017/2018, encadré par Mme IFOURAH.

La question principale posée dans le mémoire est « quelle est le rôle de la communication de crise dans la gestion de crise au sein de la commune de Bejaia ?

¹⁶ R.Mucchielli, **le questionnaire dans l'enquête psychosociale**, LT, paris, 1968, p.15

¹⁷ Lobert Delbayla Jean Luis, **initiation aux méthodes des sciences sociales**, édition L'Harmattan, 2000, paris, p.61.

CADRE METHODOLOGIQUE

Dans le but de répondre à la problématique de recherche de ce mémoire les réalisateurs ont proposé deux hypothèses :

- la première « la commune dispose d'une stratégie qui valorise la communication afin d'éviter qu'un accident ou une situation sensible se transforme en crise »
- la deuxième « la commune adopte une communication de crise cohérente qui prend en considération les acteurs de sa communication (le temps, le contenu de message et les moyens de diffusion afin de résoudre le problème ».

Ce mémoire était décomposé en trois parties :

La première partie : méthodologie

La deuxième partie : théorique

La troisième partie : Pratique

Les Résultats de la Recherche :

D'après l'analyse faite par les réalisations de cette recherche concernant :

- la première hypothèse : ils ont prouvé que la commune de Bejaia accorde une importance à la communication en situation de crise dans sa stratégie globale par un ensemble d'action de prévention avant, pendant et après le déclenchement de la crise en matière de communication.
- la deuxième hypothèse : l'étude a déclaré que la commune exerce une communication cohérente dont elle prend en considération les meilleures techniques , elle traite la crise en temps réel par des méthodes bien structurées et des moyens de diffusion efficaces en interne et en externe.

CADRE THEORIQUE

CHAPITRE II/ Communication de Crise

La crise est engendrée par un dysfonctionnement qui peut menacer la stabilité et la réputation d'une entreprise. La crise qu'on rend des comptes auprès des différents publics (les associations, les pouvoirs publics...) sur des questions porteuses d'enjeux. Les répercussions sont sur le plan de l'image et sur le plan financier. La crise se caractérise par la présence d'acteurs inhabituels (la presse, les élus locaux, les pouvoirs publics, les associations, la justice...), un flux inhabituel d'informations. Elle entraîne une mise en tension généralisée due à l'accélération du temps selon l'urgence de la situation. Une crise sème les doutes et accentue la propagation des rumeurs. Chaque organisation possède une capitale confiance en interne, celui-ci se construit avec le temps en favorisant une communication transparente. La bonne gestion de la communication interne favoriserait la résilience de l'organisation, sa capacité à rebondir après un traumatisme et de retrouver son équilibre. Ce chapitre se décompose en deux sections qui traitent la crise et deuxième section traite la communication de crise.

SECTION I : la crise (Définition, Historique et Caractéristiques)

1/ Définition de la crise :

« Toute crise débute à la suite d'un événement imprévu (mais pas imprévisible) qui menace la survie de l'organisation, présente un caractère d'urgence dans la décision et des conséquences interne et externe, de façon générale, les crises se définissent comme des ruptures qui plongent l'organisation dans une incapacité temporel à comprendre les événements et à y répondre. Les crises nécessitent une grande attention face aux conséquences des décisions et au déroulement des événements. Le critère le plus souvent retenu pour fixer le seuil de la crise est celui de la menace des intérêts vitaux. »¹

2/ Historique de mot crise :

« La notion crise a plusieurs sens au cours des siècles, au fil du temps, le sens et la signification du terme crise a évolué depuis son apparition. En premier temps, le mot crise vient du grec ancien krosis qui signifie décision, c'est à dire de distinguer une décision entre deux choix possible »².

¹ Bernadette Jezequel, Philippe Gérard, **la Boite à Outils du Responsable Communication**, 2ème éditions DONUD, paris 2012, p.134.

² DARSSA Jean-David, **La Gestion de Crise en Entreprise**, éd : GERESO, Le Mans (France), 2010, p. 26.

CADRE THEORIQUE

Ce mot a été utilisé dans le domaine médical afin de décrire l'état critique d'un malade, de maladie émergente.

L'équivalent de ce terme en latin crisis renvoie au mot discrimina qui signifie ce qui sépare.

D'après EDGAR MORIN dans son essai pour une crisologie (1976) « la notion de crise est réponde au vingtième siècle à tous les horizons de la conscience contemporaine .Il n'est pas de domaine qui ne soit pas hanté par l'idée de crise : le capitalisme, la société, le couple, les valeurs. »³

Au départ ce terme était employé dans le domaine de la santé, ensuite il est étendu à d'autres domaines qui sont hors du domaine médical.

De nos jours, le mot crise est employé dans de multiples domaines (économique, politique, institutionnel, juridique, social). Avec l'évolution des moyens de l'information et de la communication le concept de crise qui dérive du champ médicale est également attaché aux domaines économiques et financiers, sociologique, juridique, ces secteurs à leur tour font appel à ce terme crise tel qu'il est employé aujourd'hui.

3 / Caractéristiques de la crise :

3-1/ L'Intrusion de Nouveaux Acteurs :

« Des interlocuteurs nouveaux apparaissent, s'expriment sur le sujet, exigent des explications. Il peut s'agir des pouvoirs publics, des élus, d'organismes, consulaires, de représentants du monde associatif, tous s'expriment avec une vision définitive et la perception que la crise est un moment incontournable dans le renforcement d'une légitimité. »⁴

3-2/ La Saturation des Capacités de Communication :

« L'ensemble des canaux de communication de l'organisation en crise s'engorge progressivement devant l'afflux des demandes d'information. L'ensemble des salariés demande des explications alors qu'à l'extérieur des interlocuteurs de l'entreprise, la presse notamment, souhaitent obtenir prioritairement les renseignements ».⁵

³ BEJIN André et MORIN Edgar, **Pour une Christologie, Communication**, 1976, Vol.25, p. 149.

⁴ Thierry Libaert, **La Communication de Crise**, 1ere édition DUNOD, France, Septembre 2001, p. 10.

⁵ Ibidem.

3-3/ L'Importance des Enjeux :

« Il s'agisse de l'impact sur le chiffre d'affaires, sur le cours de l'action, sur la défiance envers l'entreprise et ses produits, sur la motivation des salariés, la crise place l'entreprise dans une situation de tension pouvant avoisiner la catastrophe. Cela distingue la crise de l'accident grave ; en crise, la survie même de l'organisation est en jeu. »⁶

3-4/ L'Accélération du Temps :

« La pression temporelle s'accroît et place l'entreprise en état d'urgence. Elle est sommée de fournir immédiatement ses explications sur les causes et conséquences de l'évènement ». ⁷

3-5/ La Montée des Incertitudes :

«La crise marque une rupture avec le fonctionnement habituel car elle place l'entreprise dans une zone où la prise de décision s'effectue dans un domaine d'incertitude forte. Qu'il s'agisse de l'origine de la crise, des responsabilités, des enjeux ou de l'impact externe, l'imprécision gouverne. C'est dans cet environnement flou et rapidement évolutif que l'entreprise doit communiquer ». ⁸

4/ Les Types la Crise :

Afin de mieux se préparer aux éventualités de crise, de nombreuses organisations cherchent à recenser les risques et permettre ainsi d'imaginer les scénarios et les stratégies de réponse.

Les typologies peuvent être simples ou détaillées, elles peuvent s'apparenter à un recensement des familles de crise. M.H.Westphalen (1992) propose une analyse suivant les origines de la crise en fonction de trois axes :

- Le caractère objectif ou subjectif de la crise.
- La nature de la crise : technique ou politique.
- La source de la crise : endogène ou exogène.

⁶ Ibidem.

⁷ Ibidem.

⁸ Ibidem.

4-1/ Crise Technique :

Dans le domaine technique on distingue deux grandes crises, selon Véronique Sartre :

4-2/ La Crise de l'Appareil Industriel :

L'accident industriel représente généralement le cas le plus remarqué et médiatisé, les exemples sont très nombreux : explosion, fuite des produits toxiques, un sabotage commis par Des salariés ou par une main extérieure, un piratage informationnel sous forme de virus qui affecte un nombre des comptes bancaires. Dans tous ces cas, l'organisation est coupable de manque sécurisation, et d'indifférences (manque de réaction urgente) aux conséquences humaines et environnementales⁹.

4-3/ La Crise liée aux Produits :

On remarque que les produits eux-mêmes, peuvent subir deux sortes de crises :

- Premièrement, si les produits sont défectueux, ou bien sont sujets d'un sabotage voulu, ils seront ainsi inexploitable et inconsommables. Dans le cas contraire, la consommation de ces produits provoque la mort.
- Deuxièmement, des recherches scientifiques et médicales récentes, ont aboutis à des résultats très alarmants, à propos de l'utilisation de certains produits, qui peuvent être cancérigènes¹⁰.

4-4/ La Crise Economique et Financière :

Nous vivons dans un monde, où les économies internationales sont interdépendantes, et tout se joue sur la quote-part des actionnaires, qui espèrent toujours voir accroître leurs bénéfices, au détriment des salariés sinon, on voit propager les actions de fusions, acquisitions.

4-5/ La Crise Organisationnelle :

On dit que l'image d'une organisation est cachée derrière l'image de ses dirigeants, tellement que la personnalité d'un PDG (président directeur générale) compte beaucoup, surtout en termes de modes de leadership. Alors, quand le décès d'un dirigeant surgit soudainement, il crée un climat d'instabilité et de manque de confiance chez les ressources humaines de cette société, qu'on peut le qualifier d'un climat de crise. La même chose, en cas d'une ouverture d'une enquête judiciaire, à propos d'une activité illicite d'un dirigeant, et le climat organisationnel interne qui va régner après cette affaire.

⁹ Ibidem

¹⁰ Véronique Sartre, la Communication de crise : **Anticiper et Communiquer en Situation de Crise**, édition paris 2003, p.19.

4-6/ La Crise Politique :

Elle regroupe les crises relatives à l'organisation de la cité.

- Crise réglementaire : Elle est due à une activité tombée sous le coup d'une réglementation contraignante. Celle-ci peut concerner directement l'entreprise .La réglementation peut exercer ses effets indirectement par l'interdiction publicitaire.
- Crise Judiciaire : Elle apparait lorsqu'une activité ou un produit est impacté par une décision de justice qui le contraint à un repositionnement marketing.

4-7/ La Crise Corporate :

Elle concerne directement l'image et la réputation de l'entreprise. La crise corporate peut avoir son origine dans une rumeur incontrôlée et totalement fantaisiste¹¹.

5/ Le Déroulement des Crises :

5-1/ La Phase Préliminaire :

Elle correspond à celle des premiers signaux d'alerte. Elle peut démarrer avec des Informations qui donneront de suite la gravité de l'évènement (information sur la disparition d'un avion ou le naufrage d'un bateau) ou des informations difficiles à interpréter et parfois anodines mais qui peuvent déboucher sur une crise (dénonciation , rumeur ,.. etc) .

L'organisation doit être à même de capter ces informations au travers de dispositifs, de veille stratégique et de détection de signaux faibles¹².

5-2/ La Phase Aigue :

L'évènement survient et la crise éclate, la montée en intensité est souvent très rapide dans le cas d'un accident technologique, d'un rappel de produit. Elle peut également être irrégulière dans l'accroissement de l'intensité selon la teneur des informations progressivement diffusées ou selon la perception des conséquences de la catastrophe.

¹¹ Ibidem

¹² Pasquier Martial, **Communication Publique et Boek-université**, 1ère édit paris 2001, p.287.

5-3/ La Phase Chronique :

La crise a atteint son apogée et progressivement sa représentation médiatique se réduit.

Régulière ou instable autour d'une tendance à la baisse, cette phase s'explique par l'impératif de renouvellement médiatique. Lorsqu'une information semble être totale sur un sujet, celui-ci perd de son attrait. De même, un événement d'intensité supérieure a pour effet immédiat de réduire toute crise de rang inférieur. Une crise se déroulant en dehors de toute actualité durant la période estivale aura un retentissement supérieur à celle se déroulant à la veille d'une élection présidentielle, d'une coupe du monde de football ou d'un conflit militaire majeur.

5-4/ La Phase de Cicatrisation :

La crise a disparu et les médias n'en font plus écho. Cette étape est souvent négligée par les entreprises, celles-ci préférant refouler l'idée même de crise et les difficultés qu'elle a engendrée. Une crise ne disparaît pourtant jamais totalement pour trois raisons : soit en raison d'effets matériels qui restent perceptibles, soit en raison des dates anniversaires et des bilans qui les accompagnent, soit en raison d'événements comparables ultérieurs.

La phase de cicatrisation est également propice au rebondissement.

6 /La Cellule de Crise :

La cellule de crise est une salle spécialement organisée pour gérer les crises. Si les grandes entreprises disposent de salles entièrement dédiées à la crise, la plupart des entreprises organisent la gestion de crise dans une salle de réunion. Dans cette dernière hypothèse, une vigilance forte sera nécessaire pour contrôler l'opérationnalité permanente de l'ensemble des éléments constitutifs d'une salle de crise¹³.

6-1/ La Composition de la Cellule de Crise :

La cellule de crise comprend environ une dizaine de personnes. Doivent y être présents

- le chargé de communication (pour l'interne ou l'externe)
- Un représentant du plus haut niveau de l'entreprise
- Une assistante
- Une personne en charge du compte rendu,
- Un Juriste

Complètent la salle de crise les experts du domaine concerné par la crise. Sans être intégrés dans la cellule, des techniciens informaticiens ou téléphonistes seront mobilisés en cas de problème de

¹³ Aude Riom, Thierry Libaert, Assael Adary, **Communication**, ed Dunod paris 2010, p.320.

CADRE THEORIQUE

réseau dans la salle de crise. Un regard professionnel extérieur pourra constituer un avantage, une agence conseil pourra ainsi être intégrée à la cellule.

La cellule sera dirigée par le manager de niveau le plus élevé hiérarchiquement ou par le directeur le plus fortement concerné par le type de crise. Cela signifie que le cadre de permanence qui a décidé la constitution de la cellule de crise n'en est pas le directeur, du moins pas automatiquement, et que la première activité en cellule de crise est d'officialiser l'organisation et le mode de fonctionnement.

7/ Les Etapes De La Gestion De Crise

Avant la crise	<ul style="list-style-type: none">- Analyse des risques : probabilité d'occurrence, niveau de risque encouru, degré de maîtrise du sujet- Simulation des conséquences : connaissance des impacts, maîtrise de l'information- Constitution d'une cellule de crise : reconnaissance de la gravité de la situation
Pendant la crise	<ul style="list-style-type: none">- Analyse et évaluation de la situation- Activation des plans opérationnels et de la communication- Prendre les devants, informer de manière active (ne pas attendre que la pression externe s'exerce)
Après la crise	<ul style="list-style-type: none">- Déclarer la fin de la crise avec la reprise des activités normale- Maintenir les communications après la fin de la crise avec tous les partenaires et les médias- Fournir un soutien à toutes les personnes qui ont été impliquées, les remercier
Débriefing et évaluation	Tirer un bilan de l'expérience et adapter les plans opérationnels et de communication (apprentissage)

Source : adapté de GABAY (2001) et d'office d'information du canton de berne (2001)¹⁴.

¹⁴ MARTIAL PASQUIER, **Communication des Organisations Publiques**, 2ème édition, p.281.

Section 2 : Les Stratégies de Communication de Crise

Les stratégies de la communication de crise :

Pour apprendre à gérer des situations imprévues, les entreprises devraient dans l'idéal réfléchir quelques instants sur des événements possibles, en conséquence, des scénarios. Des exercices dont l'objectif est d'arrêter des stratégies de communication précises en cas de crise.

A ce petit jeu, chaque situation implique donc une stratégie différente. Néanmoins, on peut discerner trois grandes stratégies de communication de crise, avec leurs avantages et inconvénients.

2-1/ La Reconnaissance :

Cette première stratégie consiste à accepter la crise et ce, le plus rapidement possible. Si la presse dévoile la crise en devançant l'entreprise, c'est que la communication de celle-ci est mauvaise et que la crise ne lui appartient déjà plus. Pour mener l'opération, l'entreprise doit donc aller vite et être en mesure de déterminer rapidement si elle est compétente par rapport au moteur de la crise. Ce moteur peut être interne, par exemple lié aux produits de l'entreprise, ou externe, par exemple lié à un contexte politique. Dans chacun des cas l'axe de communication ne sera pas le même.

De manière générale, la stratégie de la reconnaissance s'appuie sur une communication claire et ferme. Selon le contexte, plusieurs alternatives s'offrent à l'entreprise :

- Reconnaître complètement la situation et sa responsabilité. Dans ce cas, assumer les réparations des dommages subis apporte un avantage au point de vue juridique, mais aussi médiatique.
- Exprimer son incompréhension, si l'entreprise ne connaît pas les raisons à l'origine de la situation.
- Elargir la responsabilité à des acteurs externes, comme les autorités de régulation.
- Dissocier les choses en se délestant des responsables s'il le faut.
- Contingenter la crise sur un objet, un lieu, un temps. Le but est alors d'éviter d'élargir le phénomène à d'autres produits, d'autres marques, d'autres usines.

Encore peu employée, cette stratégie de la reconnaissance difficile en effet d'avouer sa responsabilité pour une entreprise. Mais le faire, c'est jouer la carte de la transparence et acquérir une crédibilité auprès des différents publics. Cette stratégie permet également d'éviter une remontée ultérieure d'informations contredisant les premières déclarations. Une situation dans laquelle l'entreprise a énormément à perdre sur le plan de l'image.

2-2/ Le Projet Latéral :

Cette stratégie cherche à modifier l'angle de vue de la crise.

Pour mener à bien un projet latéral, différentes tactiques sont possibles :

- Contre attaquer et dire à qui profite les faits, soit le plus souvent au concurrent. Cette stratégie est utilisée notamment par les grandes entreprises françaises qui trouvent alors dans la concurrence internationale un alibi naturel.
- Reporter la responsabilité à l'extérieur, en orientant les faits vers l'administration, le politique.
- Minimaliser sa communication, ou communiquer plus fortement sur un autre registre.

Souligner le fait que le pire a été évité et que la situation aurait pu être largement plus grave si l'entreprise n'agit de telle ou telle manière.

- Le projet latéral, qui consiste à déporter la crise en dehors du champ de l'entreprise, doit

Impérativement s'appuyer sur des éléments tangibles. Dans le cas contraire, son utilisation peut s'avérer bien plus dangereuse que la crise elle-même.

2-3/ Le Refus :

Stratégies très dangereuses pour l'organisation, elle consiste à se taire de manière systématique ou à nier catégoriquement les faits. Elles sont envisageables lorsque les faits ou les accusations sont peu crédibles ou encore lorsque des événements très importants ou très graves ont lieu au même moment (attentats terroristes, événement planétaire comme la coupe du monde de football, etc.). L'organisation espère ainsi que l'attention des principaux acteurs sera de courte durée.

La stratégie de refus consiste à affirmer qu'il n'y a pas de crise.

Quatre possibilités s'offrent à l'entreprise dans ce scénario :

- Garder le silence dès le début de la crise, cette stratégie choisie par les autorités russes lors de l'accident de la centrale nucléaire de Tchernobyl.
- Cesser de parler à partir d'un moment précis et donc ne plus alimenter la crise.
- Minimiser les effets de la crise, à condition d'être le seul interlocuteur à disposer des données.

Les conséquences d'une telle stratégie peuvent s'avérer extrêmement dommageables, aux niveaux juridique et médiatique, si les faits resurgissent à plus ou moins long terme et avec une nouvelle lecture des événements concrètement, ce scénario du pire se traduira dans la plupart des cas par une perte de crédibilité.

2-4/ Les Principes de Base de la stratégie de la Communication de Crise :

- **Réaction** : car la réactivité est cruciale et que l'entreprise doit disposer immédiatement de tout ce qui lui sera nécessaire pour conclure la crise, notamment les éléments de langage.
- **Mobilisation** : toutes les personnes concernées au sein de l'entreprise doivent collaborer pleinement et immédiatement. C'est toute l'entreprise qui doit faire bloc pour surmonter les crises.
- **Adaptation** : la préparation à la crise est un facteur clé de réussite .Elle suppose et dispose d'un plan de crise et d'avoir effectué des exercices de simulation.
- **Ouverture** : le syndrome de la tour d'ivoire doit être combattu .L'organisation doit tisser son réseau et interpeller ses alliés.
- **Flexibilité** : les crises évoluent rapidement et l'entreprise doit en permanence faire preuve de créativité et de réactivité, ajuster ses messages et son dispositif de crise.
- **Ecoute** : la connaissance des attentes des interlocuteurs internes et externes permet d'adapter son discours afin que celui-ci soit perçu optimalement.
- **Empathie** : la crise soulève inquiétudes et émotions. entreprise peut difficilement s'en tenir les éléments de langage.
- **Transparence** : la communication est un aspect essentiel de la gestion des crises. La transparence, si elle s'applique à des réalisations effectives, permet de présenter une attitude d'entreprise communicante.
- **Offensive** : l'occupation du terrain et la diffusion des informations doit être constante tant que dure la crise. Toute opportunité de communication doit pouvoir être exploitée.
- **Coordination** : les différentes entités de l'entreprise doivent être en permanence coordonnées afin d'éviter les discordances dans les informations transmises.
- **Fiabilité** : la moindre donnée erronée transmise serait interprétée comme une volonté de mensonge et toute crédibilité ultérieure serait anéantie.
- **Expérience** : toute crise, même mineure, doit faire l'objet d'un retour d'expérience.

C'est par l'analyse en profondeur de ses réactions que l'entreprise améliorera son processus de gestion des crises.

CHAPITRE III/ La Gestion de Crise au Sein de la Protection Civile :

Section 3/

3-1/ Etapes De La Gestion De Crise Au Sein De La Protection Civile

1/ La Sensibilisation :

Les risques liés à la période des grandes chaleurs font l'objet d'une campagne de sensibilisation et de séances d'animation organisées par la protection civile à travers les médias, les espaces publics dont il distribue des dépliants.

Les campagnes de lutte contre les incendies, connaissent chaque années, des préparations massives à travers de nombreuses actions préventives et organisationnelles, entreprises.

Des regroupements régionaux, regroupant les cadres centraux avec les directeurs de la protection civiles des wilayas, ont pour objectifs d'évaluer l'efficacité des dispositifs déployés durant la campagne précédente, qui permettra de tirer profit des imperfections constatées et de mettre en place de nouvelles dispositions, pour l'amélioration du prochain dispositif.

A travers des campagnes ponctuelles, ouvertures des portes de nos unités et à travers la radio locale, la presse et les correspondances officielles, résumées comme suit :

Les divers services et organismes publics, afin de procéder aux travaux préventifs nécessaires, notamment en ce qui concerne les points suivants :

- Installation des systèmes de surveillance permanents au niveau
- Réalisation des tranchés pare-feu autour des exploitations agricoles, situées à l'intérieur des forêts, ainsi que les points d'eau.
- Elaboration des plans d'interventions, en coordination avec les services concernés.
- Renforcement des unités d'intervention disposant d'un secteur boisé, en moyens humains et matériels.
- Lancement du programme de Sensibilisation sur les Risques des incendies et les dangers où des conseils sur les divers autres risques et sur le secourisme de masse, touchant :
 - Cinq CEM dans la Commune de Bejaia.
 - Association Iqraa (pour les Illettrés) en deux reprises à Kherrata.
 - Deux Lycées à Seddouk.
 - Un Lycée à Timezrit.
 - Un CEM à Sidi Aich.
 - Deux CEM à Adekkar.
 - Un CEM à Acif El Hammam.
 - Deux Lycées à Bni Maouche.¹⁵

¹⁵ Aude Riom, Thierry Libaert, Assael Adary, **Communication**, ed Dunod paris 2010, p.325.

CADRE THEORIQUE

Même il lance des programmes de sensibilisation sur des différents risques où des conseils pour la création de trois (3) entités dont la vocation est de servir d'instrumental privilégiés dans le traitement des actions à entreprendre, tant que sur le plan administratif que sur la plan des interventions.

2/ L'Intervention :

Le Détachement de renfort et de première intervention en cas de catastrophe, est l'ensemble des moyens humains et matériels autonomes. Rapidement mobilisable, il a pour l'objectif d'optimiser l'organisation et la gestion des interventions de grand sur les divers autres risques et sur le secourisme.

3/ La Prévention : peut être définie comme l'ensemble des mesures, souvent qualifiées de passives, destinées à faire échec à la survenance d'un sinistre et à en limiter les conséquences au maximum, s'il survient en dépit des efforts de prévention.

Comme le risque zéro n'existe pas, quelques soient les mesures de prévention prises, il est indispensable de prévoir des moyens et des procédures pour leur emploi dans le cadre d'une organisation adaptée afin de lutter contre un sinistre déclaré, c'est le rôle de ce qu'on est accoutumé à appeler **la prévision**, caractérisée par la mise en place de moyens de secours et de consignes de mise en œuvre, même si le moment ou l'événement va se produire est imprévisible, sa probabilité d'occurrence peut généralement être estimée grâce, en particulier, aux statistiques et son traitement déterminé en avance, et si rien ne remplace dans une action de secours, l'engagement et le dévouement des hommes au service des autres, l'emploi de méthodes adaptées et la prévision de moyens adéquats sont indispensables.

L'organisation de la DPC a permis à ses services extérieurs d'être insérés dans un cadre mieux adapté, leur permettant d'assurer une couverture la plus large possible des missions et des risques pouvant survenir au niveau des limites de leur zone d'intervention, dans cette optique, le cadre organisationnel mis en place s'articule hautes envergures.

3-2/ Missions de la protection civile :

La protection civile a pour mission la protection des personnes , des biens et de l'environnement, elle comprend aussi bien les secours d'urgence aux personnes victimes d'accidents, ou de catastrophes et leur évocation vers les hôpitaux que la préparation des mesures de sauvegarde et l'organisation des moyens de secours comme la prévention ou la lutte contre les incendies, ainsi que la prévention et l'évaluation des risques en matière de sécurité civile

3-3/ Moyens de communication utilisés par la protection civile :

Le Téléphone :

C'est un moyen très utilisé et assez efficace si le fichier est bien qualité, l'offre intéressante et le guide d'entretien téléphonique pertinent. On peut utiliser aussi bien le fixe (ligne directe) ou le portable professionnel. Le commercial entre en contact direct avec l'annonceur et peut argumenter et même parfois vendre sa solution de communication.

Les réseaux sociaux :

Les réseaux sociaux se sont considérablement développés à partir de 2005 et il est difficile d'en proposer une définition, tant le secteur évolue en permanence.

On distingue des sites de partage d'information (facebook), de micro blogging (twitter) , de partage de photographie(Flickr,Picasa) , de centres d'intérêt (Pinterest), de vidéo (YouTube,Dailymotion), des sites a vocation professionnelle(Linkedin,Viadeo, Xing), des sites de géolocalisation (Fousquare) et de bookmarking (Del.icio.us) .

Le réseau social utilisé au sein de la protection civile :

Facebook :

Lancé en 2005 (créé en 2004) sur le campus universitaire de Harvard, il s'est ouvert à tous les publics en 2006 et a acquis son premier million de membres la même année. Alors qu'il fallut 38 ans à la radio, 13 ans à la tv et 4 ans à internet pour atteindre 50 millions d'utilisateurs, Facebook en a rassemblé 200 millions en mois d'un an. Il est l'archétype et référence des réseaux sociaux. Fin de 2013, Facebook comptait autour de 1,3 milliard d'utilisateurs actifs dont plus de 26million en France (environ 40/100 de la population française).

Il est le 2° site le plus visité au monde derrière Google. Le temps moyen de consultation est De 1h45 par personne, par jours.

Le Communiqué de Presse :

Il est rédigé par une entreprise ou une organisation à l'attention des médias (Presse Ecrite, Radio, TV et Internet).

Le communiqué de presse est un outil très fréquemment utilisé dans la communication publique, car il permet de donner rapidement une information synthétique sur un sujet précise ou d'une actualité liée à l'activité ou à l'événement qu'organise l'entreprise. Il consiste en un texte court(en principe une page) envoyé à tous les medias concernés. L'information envoyée dans un communiqué de presse doit être nouvelle et pouvoir intéresser les médias et leurs publics.

3-4/ Les Dix Risques Majeurs :

- Les Séismes et les risques géologique ;
- Les Inondations ;
- Les Risques Climatiques ;
- Les Feux de Forêts ;
- Les Risques Industriels et Energétiques ;
- Les Risques Radiologiques et Nucléaires ;
- Les Risques Portant sur la Santé Humaine ;
- Les Risques Portant sur la Santé Animale et Végétale ;
- Les Pollutions Atmosphériques, Telluriques, Marines ou Hydriques ;
- Les Catastrophes dues à des Regroupements Humains Importants.¹⁶

¹⁶ Document interne de la direction de la protection civile de Bejaia.

CHAPITRE IV : GENERALITE SUR LES MEDIAS

Préambule :

Les médias désignent l'ensemble des moyens de diffusion, de distribution d'information, de message sonore audiovisuel ou de communication tel que : la Radio, la TV, Internet, Presse écrite.....etc.

Le terme est utilisé comme l'abréviation du terme français « media de masse » et du terme anglais « mass media », le terme media de masse désigne l'ensemble des médias qui ont acquis une diffusion à grande échelle pour répondre rapidement à une demande d'information d'un vaste public.

Toute institution doit avoir des relations avec les journalistes afin d'être en contact avec leurs public en utilisant les medias

Pour cela on ne peut pas parler de l'information sans parler sur les medias.

Section I :

1- Définition Medias

« les medias sont définis comme des supports d'information et des moyens de communication, plus précisément, ils peuvent être définis comme des systèmes associant un dispositif technique et des contenus et ayant pour objectif la diffusion vers le plus nombre, ces contenus sont renouvelés régulièrement suivant des périodicités liées aux systèmes techniques utilisés, la périodicité relativement longue pour la presse (24h à un an), périodicité pluriquotidienne pour la Radio, diffusion avec une tendance vers l'instantanéité et le renouvellement en continu qui est systématisé sur les sites en ligne des réseaux multimédias »¹⁷.

2- Les Types des Medias : On distingue deux types de medias, medias chaud et medias froid ; Mac Luhan a regroupé l'ensemble des medias en deux catégories, à savoir « les medias chauds » et « medias froids » pour lui le medias porte un message , mais le fait essentiel c'est qu'il est lui-même et d'abord communication « les medias sont des prolongement et les accélérateurs de notre vie sensorielle » mais chaque medias a ses caractéristiques propres qui en font un accélérateur plus ou moins puissant qui amène Mac Luhan (1967) à les classer aussi en medias chaud et en medias froids.

¹⁷ Eric Maignet, **Sociologie de la Communication et de Médias**, 2ème édition, Armand Colin, Paris 2003, p.192.

CADRE THEORIQUE

Selon Mac Luhan un medias est « chaud » lorsqu'il fournit l'information à la minute, même au moment de sa parution comme la radio, TV, Internet.

Un medias est « froid » lorsqu'il est de faible définition, c'est-à-dire qu'il ne fournit pas l'information à temps, il y'a donc ici un écart entre le moment où l'information est sortie et la transmission de cette information par r les medias (Presse écrite, Cinéma, l'Affichage....) »¹⁸

3/ Objectif des Medias

Michael Schudson dans son ouvrage intitulé « pouvoir des medias » sept buts que doivent poursuivre les medias ;

- les medias devraient offrir une information importante et complète, qui permettent à chacun de prendre en toute connaissance de cause les diffusions qui lui incombent en tant que citoyen ;
- ils devraient offrir un cadre cohérent qui aiderait les citoyens à comprendre le monde politique en dépit de sa complexité la politique d'une manière qui permet aux citoyens de comprendre et d'agir ;
- ils devraient être les transporteurs publics servant à véhiculer les points de vue de différents groupes de la société ;
- ils devraient offrir la qualité et la quantité d'information que demande le public ;
- ils devraient représenter le point de vue du public et parler au nom de ses intérêts afin d'obliger le gouvernement à en tenir compte ;
- ils devraient susciter compassion et la compréhension, afin de permettre à l'ensemble des citoyens d'apprécier la situation des êtres humains à travers le monde ;

Et en fin les medias devraient offrir un forum où les citoyens pouvaient librement dialoguer.¹⁹

4/ LES FONCTIONS DES MEDIAS

Bernard Cathelat 1998 distingue cinq fonctions des medias ;

4-1/La fonction antenne : c'est celle d'alimentation de la société en informations nouvelles et stimuli agressifs, à la fois par l'origine, la nature et la dramatisation de messages qui viennent perturber l'équilibre actuel des styles de vie, c'est l'une des fonctions dominante de la TV.

¹⁸ Pierre Mouandjo, B Lewis, Patrice M Bianda « **Théorie et Pratique de la Communication** », L'harmattan, paris, p.543.

¹⁹ Https : Emmanuel Dobo, **World presse.com**, consulté le 15 mai 2019 à 10h30mn.

CADRE THEORIQUE

4-2/ La fonction ampli : c'est celle qui a pour fonction d'interroger la collectivité sur les changements en cours de les dramatiser pour stimuler les réponses sociales, ce rôle est assumé par la Radio et la Presse, particulièrement par TV (les débats) ;

4-3 / La fonction focus : consiste à proposer au public des innovations des modes de pensée et des styles de vie nouveaux, en adaptation aux changements du monde ;

4-4/ La fonction Prisme : elle est pédagogique, elle alimente l'audience en modèle de comportements de langages, d'attitude « moderne » comme une école du changement, la presse spécialisée, les magazines remplissent cette fonction d'apprentissage adaptatif ;

4-5/ La fonction écho : reflète et renforce les styles de vie et de pensée dominants, la presse quotidienne (ou bi-hebdo) et l'affiche jouent ce rôle de discours officiel, de la culture sur elle-même, dont sont exclues les marginalités et innovations excessives. Ces médias sont par excellence médias de masse.²⁰

²⁰ Pierre Mouandjo, B Lewis, Patrice Mbianda **op cite** p. 544.

Section II / Les médias : Presse, Radio et TV

1/ La Presse Ecrite

La presse écrite est un media de masse caractérisé par une information en caractère imprimé à l'encre sur du papier, elle a pour objectif d'informer, d'éduquer et divertir »²¹.

Selon Patrick Chareudeau « la presse écrite désigne l'ensemble des journaux, plus généralement elle englobe tous les moyens de diffusion de l'information écrite (quotidiens, hebdomadaire et autre publications périodiques et des organismes professionnels contribuant à la diffusion de l'information écrite.

Patrick Chareudeau dans son ouvrage « les discours de l'information médiatique, hachette INA/1997, exprime les différents aspects de ce moyen de communication.

Pour lui, la presse est essentiellement une aire scripturale, faite de mots, de graphiques, de dessin et parfois d'images fixes, sur un support papier.

1-1/ Les Fonctions de la Presse

Selon DERVILLE dans son ouvrage « le pouvoir des medias » les fonctions de la presse écrite peuvent être classées en quatre groupes : fonction informative, distractive, délibérative éducative, aussi François Balle dans son ouvrage « médias et société » rajoute deux fonction (la fonction sociologique et psychologique).

- La fonction informative

C'est la fonction principale de la presse, cette dernière transmet, explique et commente les nouvelles de l'actualité politique, économique, sociale et culturelle, que ce soit au niveau matériel ou international.

Elle s'intéresse également aux faits divers, aux nouvelles locales et aux informations sportives, c'est par le biais de cette fonction que la presse vise à exprimer des opinions à exposer des faits et à les expliquer, de ce fait la presse joue un rôle important dans l'orientation de choix de ses lecteurs.

- La fonction distractive

A côté des articles qui ont une fonction informative, la presse véhicule une masse de texte et d'illustration qui ont pour but, non pas de favoriser la connaissance du monde extérieur. Plutôt de l'oublier, ces rubriques de distraction se présentent sous forme de jeux, informations sur le sport ou les spectacles.... Dans le même but récréatif, on trouve dans certains journaux, des romans feuilletons ou de la bande dessinée. Ajoutons que la simple lecture de la presse est en soi une activité de détente.

²¹ Pierre Mouandjo, B Lewis, Patrice Mbianda **op cite p 537.**

- **La fonction éducative**

Nous avons précédemment mentionné que les médias sont sources d'informations et de formation faisant ainsi allusion à la valeur que revêtent les canaux de communication dans la formation de l'individu. Cet atout offre aux consommateurs des médias un plus dans leurs formations éducatives.

Quand bien même, pour beaucoup, la fonction éducative des medias est discutable, il s'avère cependant qu'en se penchant sur les effets des médias, on pourrait alors se rendre compte de sa portée sur l'éducation acquise grâce aux medias.

- **La fonction délibérative**

La fonction délibérative des medias fait allusion à l'opinion ou au jugement que peut émettre le communicateur dans son message. C'est donc un atout pour les hommes de presse. De par leurs dires ou écrits sur certains évènements, les journalistes peuvent d'une manière ou d'une autre orienter ou réorienter le débat au sein de l'opinion publique.

Francis Balles dans son ouvrage « médias et société, 13^{ème} édition, ED Montchrestien, Paris, 2007 » propose d'ajouter deux autres fonctions moins évidentes, la fonction sociologique et la fonction psychologique ;

- **La fonction sociologique**

La presse joue un rôle important dans l'intégration sociale des individus dans la société globale et dans les différents groupes qui la composent, cela est assuré par le dialogue qu'elle engage entre le lecteur et le monde : par la diffusion des valeurs civiques morales et culturelles.

La fonction psychologique

La presse permet au lecteur de se sentir mieux, c'est en cela qu'elle joue un rôle psychologique

1-2 / Les caractéristiques de la presse écrite

La presse écrite est caractérisée par :

- Un large public ;
- Diversité des informations ;
- Support papier ;
- Maniabilité, Traçabilité et Périodicité ;
- Diversité des présentations ;
- Possibilité d'insertion ;
- Qualité d'impression.²²

²² Pierre Mouandjo, B Lewis, Patrice Mbianda Ibid p.538, p.539.

1-3 / Les Critères De Classification Des Publications De La Presse Ecrite

Les publications de la presse écrite peuvent être classées selon les critères suivants :

- Le rythme de parution (quotidienne, hebdomadaire, mensuelle, bimestrielle...)
- Le contenu (généraliste ou spécialisées) ;
- La nature (information, divertissement, publication scientifique) ;
- La zone de diffusion (nationale, régionale, locale) ;
- Son modèle économique (payante ou gratuite).

2/ LA RADIO

Abréviation de la radio diffusion, la Radio est la transmission par ondes hertziennes d'une fréquence déterminée de programmes réalisés dans des studios d'émission ou hors des studios, puisque l'on parle déjà de « radio-mobile » (émission et diffusion sur terrain).

C'est donc un média de masse car elle ne transmet que le son. Son objectif est l'information à plusieurs niveaux : culture, politique, économie, ou l'éducation, l'instruction, le divertissement²³.

2-1/Les caractéristiques de la Radio

la radio est un média de masse et le plus suivi en Afrique de par sa simplicité d'accès, elle présente de nombreuses caractéristiques :

- Média audio ;
- Médias de proximité par excellence ;
- Large diffusion ;
- Emission à travers les ondes hertziennes²⁴.

2-2/ Les Fonctions de la Radio

- Informer : depuis toujours, l'Homme éprouve la nécessité de savoir, la curiosité et surtout le grand besoin de connaître le poussent à rester en interaction avec le monde qui l'entoure. de ce fait, la radio constitue le moyen efficace d'information. Elle permet donc par cette fonction (d'informer) à l'Homme de ne pas être débranché de son environnement et du monde.
- Former ou éduquer : la radio est ce média utilisé facilement et économiquement pour atteindre les régions écartées et pour communiquer dans de nombreuses langues. C'est donc par des émissions à caractère éducatif, médical, social, scolaire, culturel..... que la radio éduque.
- Divertir : aujourd'hui la radio est le média le plus écouté de la planète ; mais si seulement l'auditeur passait toute la journée en écoutant que les informations, cela pourrait devenir encombrant. c'est pourquoi, pour ne pas dénaturer son attention, la radio lui propose quelques

²³ Pierre Mouandjo, B Lewis, Patrice Mbianda **op cite** p.537.

²⁴ Pierre Mouandjo, B Lewis, Patrice Mbianda **op cite** p .539.

moments de détente qui peuvent être du genre musical, pauses musicales, des comédies théâtrales, des émissions ludiques²⁵.

2-3/ LES TYPES DE LA RADIO

La radio présente quelques types selon la distance, la conception, les objectifs poursuivis... ainsi, par le temps, notamment des radios privées et commerciales, des radios communautaires, des radios nationales, internationales.

- La radio internationale : c'est l'application donnée à un opérateur de diffusion sonore dont la vocation est d'atteindre des auditeurs dans un ou deux continents et dans la mesure du possible tous les cinq continents. Les radios internationales émettent très souvent dans la gamme des ondes courtes et diffusent des programmes internationaux.
- La radio nationale : ce type de radio est, généralement administrée, par une entité statutaire qui est, souvent mais pas nécessairement, une société d'Etat ou de droit public. Sa politique générale et sa programmation sont placées sous le contrôle d'un organisme public, un conseil ou une autorité instituée en vertu d'une loi. Cet organisme veille à ce que la radio offre des programmes d'information, de formation et de divertissement aux citoyens et à la société en général²⁶.

²⁵ [http:// www.memoireonline.com](http://www.memoireonline.com), Norbert MUHOTA, **le Rôle de la Radio Communautaire dans un Milieu Extra Coutumier**, université de Kalemie, Gradué 2012.

²⁶ op cite [http:// www.memoireonline.com](http://www.memoireonline.com).

Section III/ Avantages et Inconvénients des Médias

1 / LES AVANTAGES ET INCONVENIENTS DE LA PRESSE ECRITE

Avantages

Les avantages de la presse écrite sont nombreux, ils peuvent être détaillés en fonction de deux grands types de publications ; à savoir, le magazine et le journal :

Le magazine :

- La flexibilité
- Le plaisir visuel grâce à la technicité utilisée
- La permanence (l'information peut être conservée)
- Le prestige
- La sélectivité

Le journal :

- Une très grande portée en ce qui concerne le rayon d'action
- La crédibilité
- La flexibilité
- C'est un média actif du fait de sa périodicité (quotidien, hebdomadaire) ;
- Coût moins élevé tant pour l'annonceur que pour le récepteur ;
- Les canaux de distribution aisés ;
- Les prix au numéro ;
- L'outil de communication de proximité ;
- L'information détaillée ;
- La possibilité de relecture ;
- Le risque réduit de biaisement de l'information ;
- La chronologie des parutions ;
- L'actualisation de l'information.²⁷

Inconvénients

Le magazine :

- Coût élevé tant pour l'annonceur que pour le récepteur ;
- L'information n'est pas immédiatement transmise au récepteur.

Le journal :

- La qualité (pauvre) ;

²⁷ Pierre Mouandjo, B Lewis, Patrice M Bianda « **Théorie et Pratique de la Communication** », L'harmattan, paris, p.548.

CADRE THEORIQUE

- Média froid ;
- L'influence et la pression des pouvoirs (publics et autres) ;
- Le manque de spontanéité ;
- Exploitation des espaces réduits en terme de durée de parution ;
- Support sélectif ;
- Images gelées.²⁸

2/ LES AVANTAGE ET INCONVENIENTS DE LA RADIO

AVANTAGE

- la Proximité ;
- Elle est accessible à tous ;
- le coût est moins élevé tant pour l'annonceur que le récepteur ;
- elle jouit d'un auditoire très large ;
- la rapidité dans le traitement et la transmission des informations ;
- la diversité des programmes ;
- Médias flexible ;
- medias interactif.²⁹

LES INCONVENIENTS

- Faible perception
- l'Information transmise à la radio n'est pas répétée ;
- l'Information n'est pas complète car seul le son est transmis ;
- Elle ne permet pas d'effectuer des démonstrations.³⁰

3/ LA TELEVISION

« La télévision est un medias de masse, c'est une activité du secteur audiovisuel à côté du cinéma, de la vidéo et du diaporama sonore qui met à la disposition du public téléspectateur soit par voie hertzienne direct ou indirecte par satellite, soit par câble, des images animées et sonorisées, organisées sous forme de grille de programmes, films, sport, reportage débats ». ¹⁵

²⁸ Piere Mouandjo, B Lewis , Patrice Mbianda **op cite**.p.549.

²⁹ Ibid. p.549.

³⁰ Ibid. p.583.

4/ La Différence entre la Communication et l'Information :

La Communication

- la communication est moyenne de diffusion de l'information
- dans la communication il Ya le feed-back (le routeur d'information)
- la communication est un contenu à transférer
- la communication est un échange, partage

Par contre l'Information :

- l'information est contenu à diffuser
- dans l'information n'exige pas le routeur de l'information le (feed-back)
- l'information consiste à produire un message puis le diffuser
- l'information c'est le sujet de la communication
- l'information on la reçoit

3/ Le Plans Medias

« Le medias planning est la concrétisation d'une stratégie qui vise l'optimisation de l'efficacité des médias en fonction de la contrainte budgétaire »³¹.

Une fois que la cible à attendre est déterminé, le message à transmettre et le budget alors il reste seulement de définir les plans medias

Le medias planning consiste à sélectionner les medias et à en définir le mode d'utilisation, la contrainte financière étant en général très importante, il s'agit de maximiser l'efficacité des medias pour un budget publicitaire donné

Dans le but de sélectionner un medias il faut savoir :

- Quel est le media le mieux adapté au problème posé ;
- Faut-il retenir un seul media ou faut-il un mixe-media c'est-à-dire adjoindre au medias principale ou complémentaire ;
- L'élaboration du plan media pose donc de façon simultanée des problèmes de qualité et de quantité de communication.

Il s'agit d'abord de respecté le message sans le déformer, or, tout media ou support comporte en lui-même des caractéristiques qui s'imposent au publicitaire, tant au plan de sa forme qu'à celui de son « fonctionnement »

Il importe ensuite de considérer le marché cible auquel l'information est destinée ³²

³¹ Philippe Malaval, Jean Mark decodin avec la collaboration de Christophe Bénaroya et Jacques Digout, **Communication Corporate, Interne, Financière, Marketing**, 3ème édition Pearson , p.125.

selon Didier Hiedrich , afin d'élaborer un plan médias de crise , il faut identifier Les **Cibles** ,
Le plan de communication doit être établi pour répondre à différentes cibles, sans en oublier aucune :

- Les médias
- Le public, via les médias
- Les autorités et les équipes de communication des autorités
- la structure, leurs employés, leurs proches (surtout dans le cas où ils sont directement concernés par la crise),
- Enfin, votre environnement (financiers, sous-traitants, partenaires,...)
- Le mode de décision
- L'équipe sur le lieu de l'accident
- Communiquez rapidement
- Préparez les moyens
- Un lieu pour accueillir les médias
- Réunissez les informations de base
- Evitez les spéculations
- Faites vous assister d'un juriste
- Evitez de faire de la communication pour la communication
- Ne méprisez personne³³.

4/ Les Plans Médias dans la Presse Ecrite, Tv et Radio

La presse écrite

La presse écrite, à quelques exceptions, préfère les mots aux images et par conséquent l'analyse. Elle laisse le temps au lecteur de se forger sa propre opinion car elle lui permet de créer sa propre image de la crise. Le temps de cycle de la presse écrite s'est réduit en raison de la publication des journaux sur Internet, mais elle laisse toujours au lecteur la possibilité De s'approprier l'information selon son rythme. Elle est par conséquent un média important.

³² Pierre Mouandjo, B Lewis, Patrice M Bianda « **Théorie et Pratique de la Communication** », L'harmattan, paris, p544-545.

³³ Didier Heidrich, plan médias de crise , Mars 2003« **Rumeur sur Internet. Comprendre, Anticiper et Gérer le Cyber Crises** », éditions Village Mondial / Pearson Education (Avril 2004), p 3, P. 4.

La Télévision

Le journal télévisé règne toujours en maître sur l'opinion publique. Ici les mots ont finalement peu d'importance par rapport aux images. Le temps consacré à chaque sujet est très bref, on impose au téléspectateur l'image par laquelle vient la preuve, même s'il s'agit d'une image d'archive. A la télévision, on ne démontre pas, on montre, c'est tout.

C'est dire, si en situation de crise vous êtes confrontés à ce média, l'importance de votre capacité réelle d'indignation, de compassion, de sérieux : votre attitude physique indique immédiatement si vos propos sont sincères ou non, ne laissez pas les journalistes aller chercher ailleurs des images pires que celles que vous ne voulez pas montrer. Enfin, la télé rend fou : faites attention que ceux qui vous entourent (avocats, experts et même de nos jours les agences de communication...) ne se laissent pas grisés par ce média si redoutable, vous risqueriez de provoquer des catastrophes médiatiques.

La Radio

« La radio touche fortement la population nomade et reste aux avant postes de la diffusion de l'information avec des rendez-vous réguliers plus fréquents que ceux de la télévision ou des journaux. France Info diffuse en permanence de l'information, donne le ton en France aux autres médias, est aux avant postes. Cette radio est donc à privilégier dans votre communication de crise ».³⁴

³⁴ Didier Heidrich, plan médias de crise, Mars 2003 « **Rumeur sur internet. Comprendre, anticiper et gérer le cyber crises** », éditions Village Mondial / Pearson Education (Avril 2004), p5.

CADRE PRATIQUE

CHAPITRE 5 : PRESENTATION DE L'ORGANISME D'ACCUEIL

Depuis sa création au lendemain de l'indépendance, le corps de la Protection Civile algérienne a connu différentes phases dans l'évolution de son organisation et des missions qui lui sont assignées en relation avec le développement socio-économique du pays et des besoins nouveaux et sans cesse croissants que celui-ci a suscités en matière de sécurité des personnes et des biens.

Embryonnaire et hétérogène à ses débuts, de par sa composante et des moyens dont il disposait, le corps de la Protection Civile va progressivement sortir de l'ornière pour atteindre le niveau de développement dont il se prévaut actuellement en termes d'organisation, d'effectifs ou de moyens opérationnels et d'unités d'intervention.

Durant la période coloniale, ce fut le corps des sapeurs-pompiers et les contingents de bénévoles qui assuraient les missions traditionnelles de sauvetage, secours et lutte contre les incendies principalement dans certaines grandes villes du pays. Ces effectifs étaient rattachés globalement aux municipalités.

Postérieurement à l'indépendance, le Service National de la Protection Civile, qui allait prendre le relais en 1964, fût créé à l'initiative du Président Ahmed BENBELLA, qui avait à cœur, en l'absence d'une véritable organisation des secours, de mettre en place un organe réglementaire à même d'une part, de combler le vide laissé par le départ massif de la composante européenne et, d'autre part, de prendre en charge la mission générale de sauvegarde des personnes et des biens sous le triptyque "prévention - prévision - secours". Néanmoins, la gestion administrative et la prise en charge salariale des sapeurs-pompiers relevaient encore des municipalités.

Désormais, et à la faveur du **décret n°64-129 du 15 avril 1964 portant organisation administrative de la protection civile**, "l'aide et l'assistance aux personnes en danger n'est pas seulement une obligation légale mais un devoir de solidarité (...)".

L'édifice mis en place sera conforté en 1970 par l'étatisation et l'uniformisation des corps. C'est précisément cette réorganisation et les profonds changements qu'elle a opérés qui vont donner à ce corps ses "titres de noblesse" et esquisser son profil actuel en termes de professionnalisation, de disponibilité et de mobilisation, d'homogénéisation et d'uniformisation des ses effectifs, d'organisation pyramidale et de discipline paramilitaire (hiérarchie).

CAS PRATIQUE

Cette organisation sera complétée dès 1976 par la substitution de l'ex Service National de la Protection Civile et la création de la Direction Générale à la faveur du **décret 76-39 du 20 février 1976**.

Dès lors, la Direction Générale de la Protection Civile se voit dotée de deux directions; l'une technique, la direction de l'action opérationnelle et l'autre à caractère administratif, en l'occurrence, la Direction des études et des moyens.

Le nouvel organigramme sera adopté en 1991 et la Protection Civile bénéficie, désormais, de l'autonomie financière, qui lui permet d'avoir une meilleure maîtrise sur l'action opérationnelle à l'instar des autres secteurs activant dans le cadre de la mission générale de sécurité.

Aussi, le premier statut particulier des agents de la protection civile sera - il adopté durant la même année et définira les tâches dévolues aux différents corps en l'occurrence, les officiers supérieurs, les officiers subalternes, les sous-officiers et les sapeurs auxquels viendra s'ajouter le corps des médecins de la protection civile six années plus tard.

En 1992, deux autres décrets viendront renforcer le dispositif réglementaire et organisationnel de la Protection Civile avec la création de l'inspection générale des services qui constitue un organe permanent d'inspection, de contrôle et d'évaluation, et les services extérieurs regroupés au niveau de chaque wilaya, au sein d'une direction composée des services de prévention, de protection générale et de l'administration et des moyens.

CAS PRATIQUE

ORGANIGRAMME DE LA DIRECTION DE LA PROTECTION CIVILE DE LA WILAYA DE BEJAIA

1-1.ORGANIGRAMME DU SERVICE DE L'ADMINISTRATION ET DE LA LOGISTIQUE

1-2. Mission

2-1.ORGANIGRAMME DU SERVICE DE LA PROTECTION GENERALE

2-2.Mission

3-1.ORGANIGRAMME DU SERVICE DE LA PREVENTION

3-2.Mission

4-1.ORGANIGRAMME DE L'UNITE PRINCIPALE

4-2.Missions des unités de Protection Civile

5-1.SIEGES DE DIRECTION ET DE L'UNITE PRINCIPALE

5-2.Unité Secondaire

5-3.Unité de Secteur

5.4. Poste Avancé

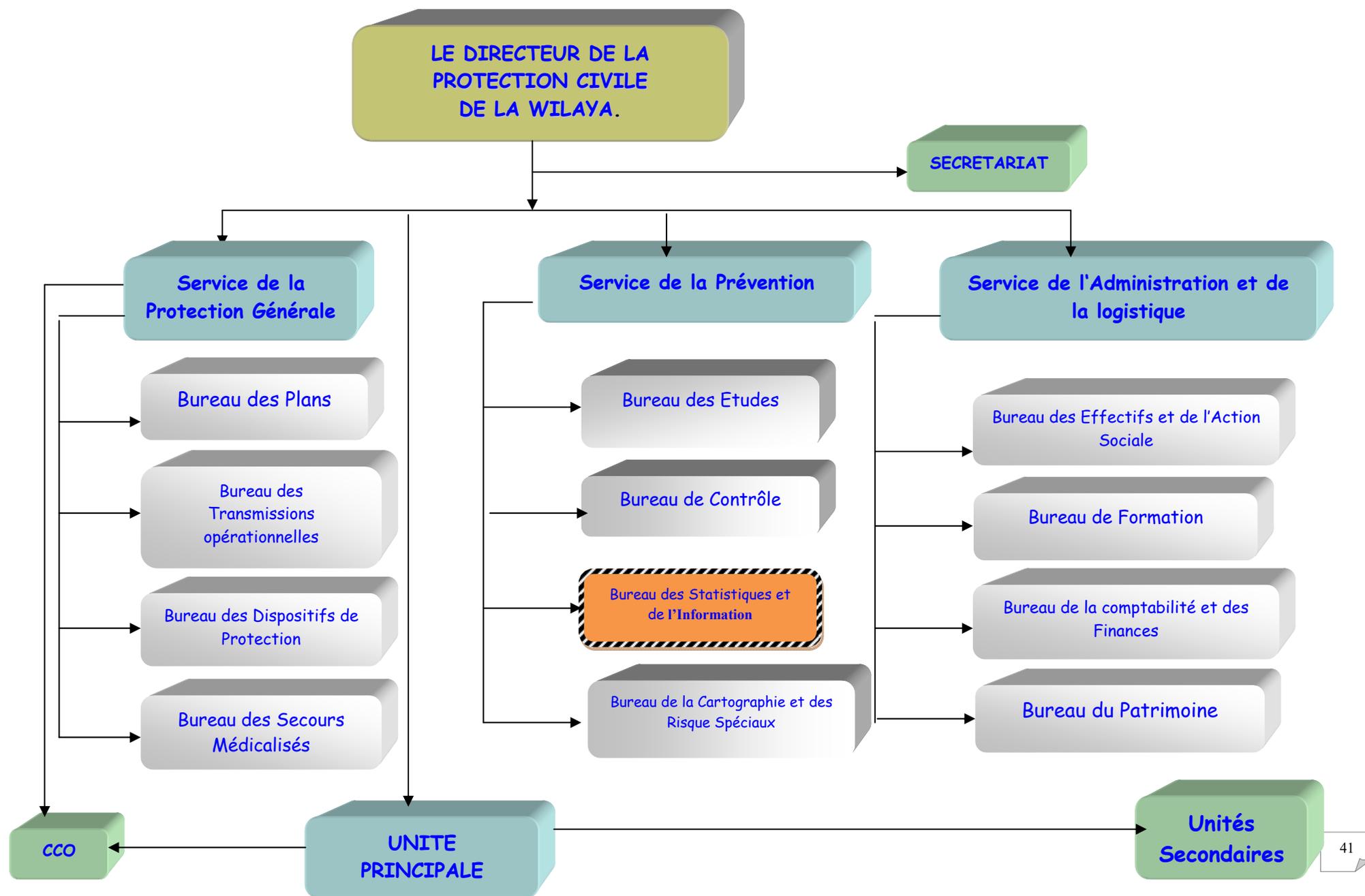
5.5. Poste de Secours Routier

5.6 Unité de Secours Marin

5.7. Cellule de Sécurité

ORGANIGRAMME GENERAL DE LA DIRECTION DE LA PROTECTION CIVILE DE LA WILAYA DE BEJAIA.

(Décret exécutif n° 92- 54 du 12 février 1992, Relatif à l'Organisation et au Fonctionnement des Services Extérieurs de la Protection Civile)

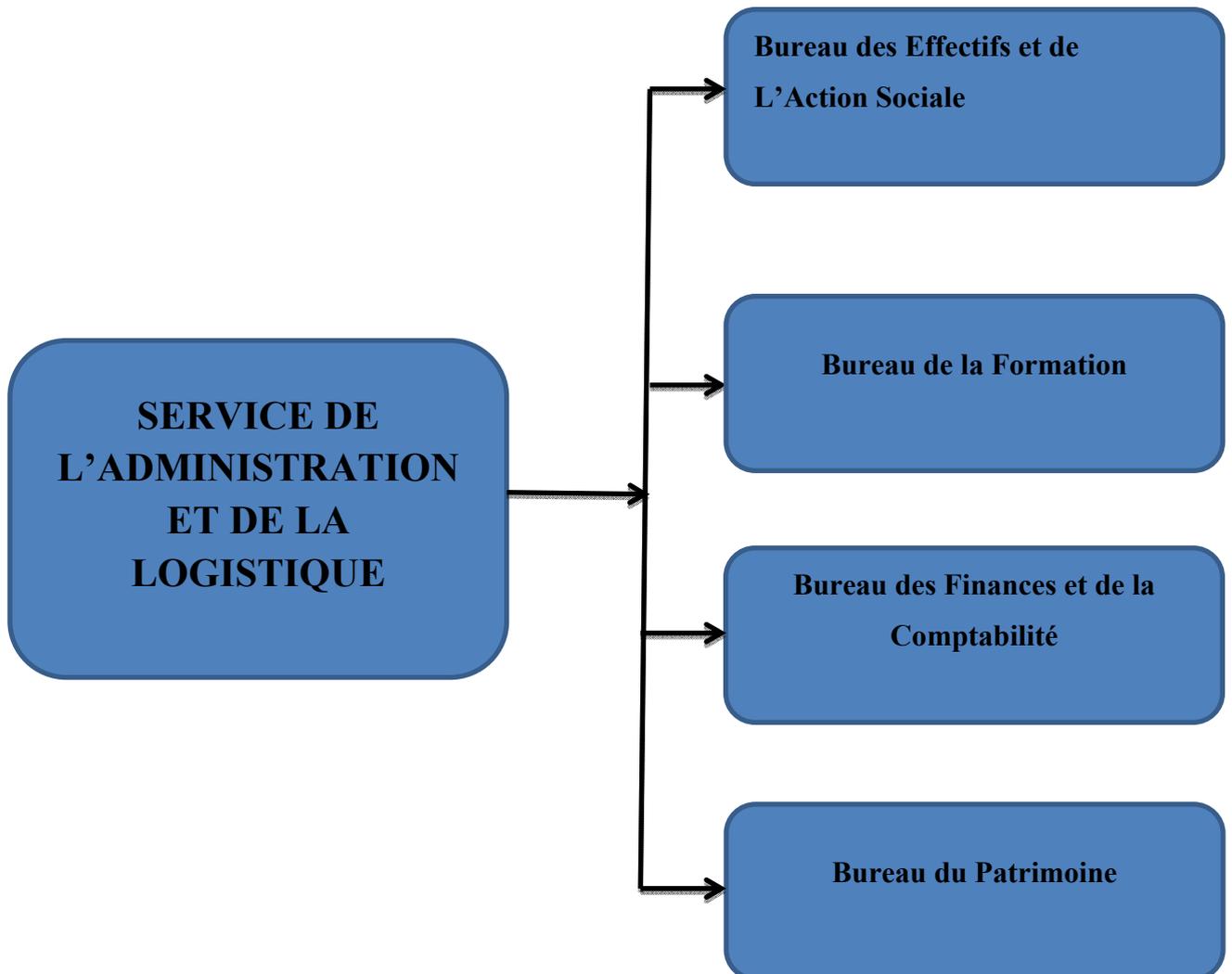


CAS PRATIQUE

1-SERVICE DE L'ADMINISTRATION ET DE LA LOGISTIQUE

1-1 Organigramme du Service de l'Administration et de la Logistique

(Arrêté interministériel du 06 mars 1994, portant organisation des services extérieurs de la Protection Civile)



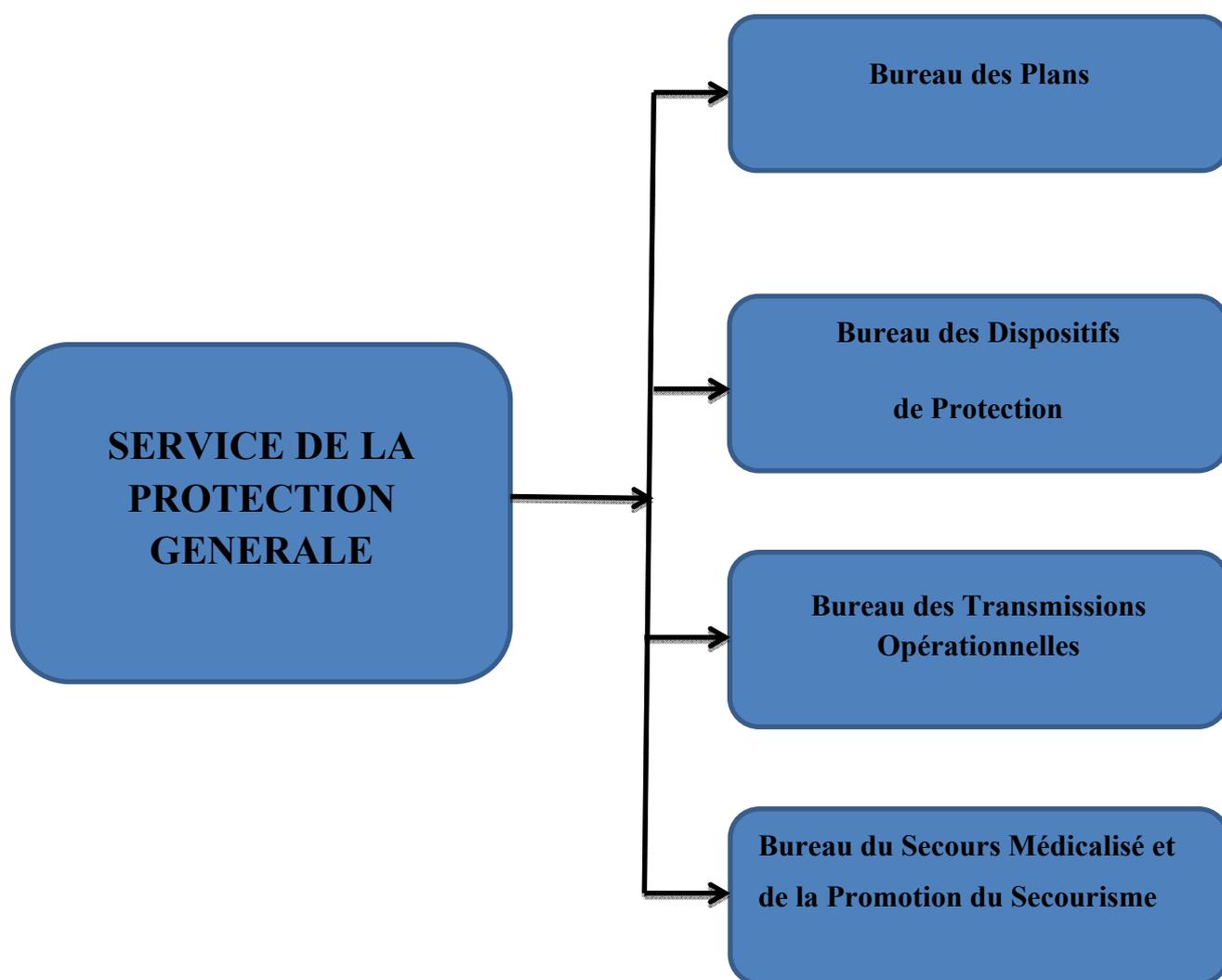
1-2 Missions

- Assurer, dans les limites de la réglementation en la matière, la gestion des carrières des personnels de la protection civile de la wilaya ;
- Suivre et coordonner les actions de formation et veiller à l'application des programmes d'instructions et de manœuvres ;
- Assurer la gestion déconcentrée des moyens matériels et financiers des services de la protection civile de la wilaya.
- Suivre la réalisation des programmes d'équipements et d'infrastructures et assurer la maintenance ;

CAS PRATIQUE

2-1 ORGANIGRAMME DU SERVICE DE LA PROTECTION GENERALE

(Arrêté interministériel du 06 mars 1994, portant organisation des services extérieurs de la Protection Civile)



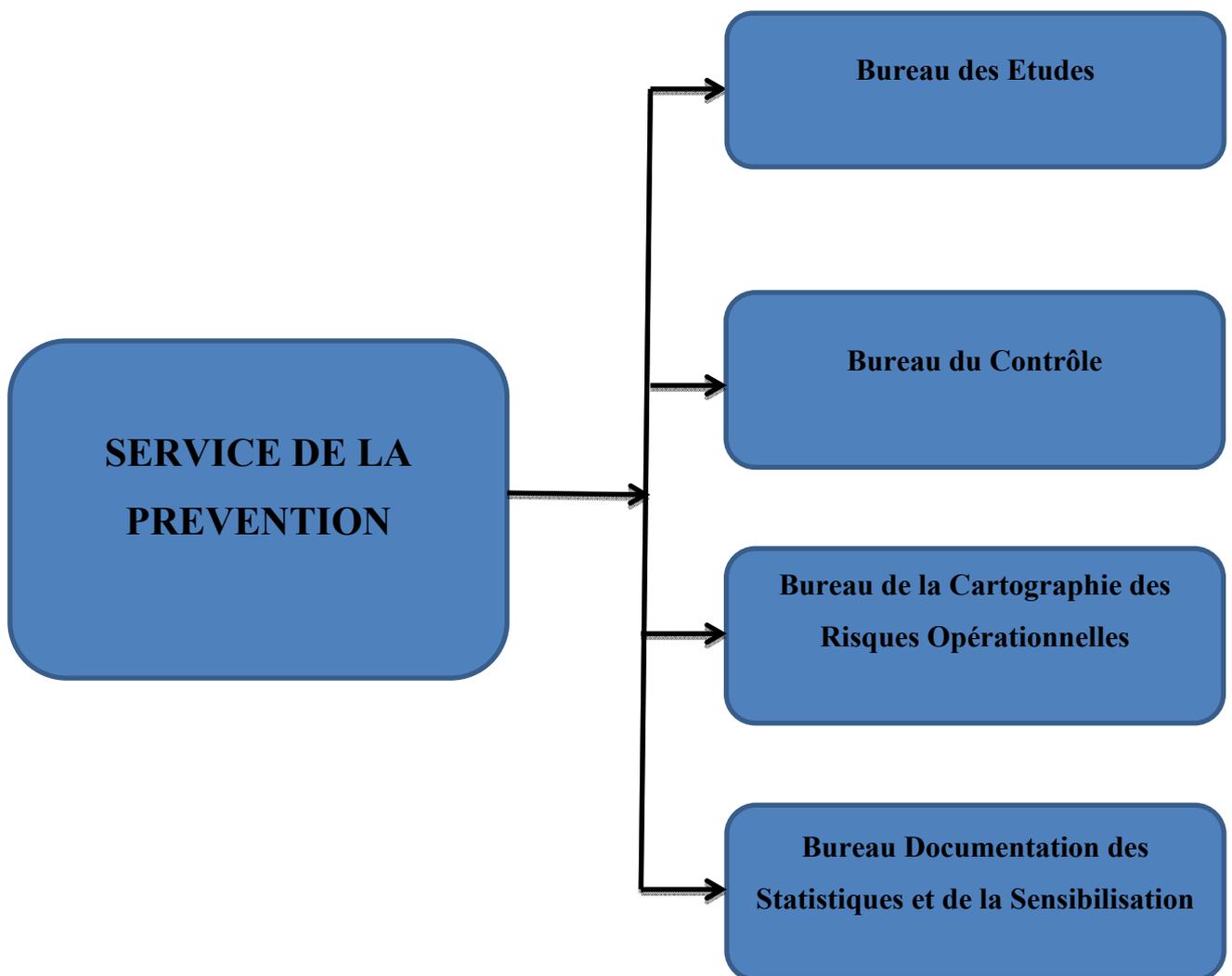
2.2 Missions :

- Elaborer et/ou faire élaborer les plans d'organisation et de mise en œuvre des secours en cas de catastrophe et de veiller à leur mise à jour ;
- Mettre en place les différents circuits d'alerte et d'en contrôler la fiabilité ;
- Suivre la mise en œuvre dans un cadre concerté, des moyens d'intervention en cas de sinistre ;
- Organiser, mettre en place et contrôler les dispositifs destinés à assurer la sécurité des personnes et des biens ;
- Mettre en œuvre toute mesure tendant à promouvoir le secourisme et de développer en liaison avec le mouvement associatif à caractère humanitaire, la solidarité nationale en matière d'assistance et de sauvetage.

3/ SERVICE DE LA PREVENTION

3-1. Organigramme du Service de la Prévention :

(Arrêté interministériel du 06 mars 1994, portant organisation des services extérieurs de la Protection Civile).



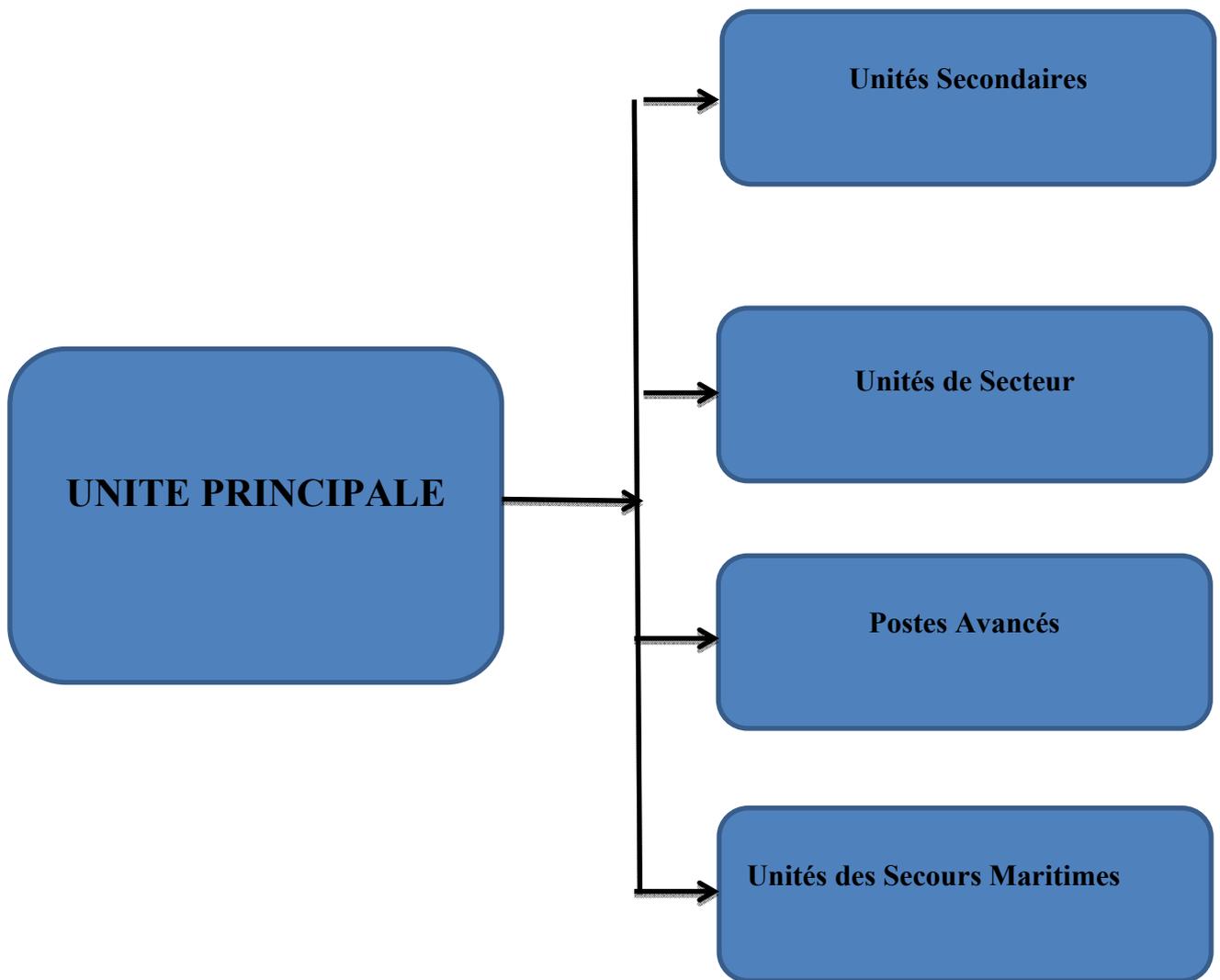
3.2 Missions :

- Suivre et contrôler l'application de la réglementation et des mesures de sécurité applicables en matière de prévention ;
- Entreprendre les études des risques et de sécurité au profit des entreprises établissements publics ou privés et de participer aux études en rapport avec les missions de protection civile, initiées par les différents organismes implantés sur le territoire de la Wilaya ;
- Etablir et/ou faire établir et contrôler les plans de prévention et veiller à leur mise en œuvre ;
- Initier et organiser les campagnes d'information et de sensibilisation sur les risques menaçant la sécurité des personnes et des biens.

4 / UNITE PRINCIPALE

4-1. Organigramme de l'Unité Principale

(Décret 70-167 du 10 Novembre 1970, portant classification et fixant l'encadrement et l'équipement des unités de protection civile)



4.2 /Missions des unités de protection civile

a)-Unité Principale :

- L'Unité Principale de Protection Civile a pour mission :
- De défendre, en premier appel, la commune chef lieu de Wilaya,
- En second appel, la Daira chef lieu de Wilaya,
- En renfort, le territoire de l'ensemble de la Wilaya ;
- D'administrer le personnel qui lui est affecté
- D'entretenir le matériel servant à sa mission.

b)-Unité Secondaire :

L'Unité secondaire de Protection Civile a pour mission :

- De défendre, en premier appel, la commune chef-lieu de Daïra,
- En second appel, le territoire de la Daïra,
- En renfort, les autres secteurs de la Wilaya ;
- D'administrer le personnel qui lui est affecté,
- D'entretenir le matériel servant à sa mission.

c)-Unité de Secteur :

L'Unité de secteur a pour mission de défendre, en premier appel, la commune de son lieu d'implantation et les communes qui lui sont rattachées.

d)- Poste Avancé :

Le Poste Avancé a pour mission d'intervenir en premier appel, dans les zones opérationnelles qui lui sont délimité.

e)-Unité des secours maritimes :

L'Unité des secours maritime a pour mission d'assurer des opérations de recherche et de sauvetage en mer, oued, puits, barrage...etc.

Étapes de la Réalisation de la Pré-Enquête et Enquête

La Pré-Enquête :

Dans le but de recueillir le maximum d'information sur notre problématique de recherche, durant notre stage (un mois) du 10 mars au 10 avril 2019 on a consacré les 5 premiers jours (du 10/03 au 15/03/2019) dans la réalisation de notre pré-enquête en se basant sur l'observation, ce qui nous a permis de remarquer que la protection civile est classée parmi les premiers secteurs qui s'exposent presque chaque jour à une situation d'urgence qui nécessite une réaction rapide.

6/ L'Enquête :

Notre enquête s'est déroulée au sein de la direction de la protection civile de Bejaia, pendant 25 jours, consacrés pour la réalisation de notre entretien, réalisé avec le chargé de la communication au sein de la protection civile de Bejaia, l'entretien contient 10 questions, divisées comme suite :

- Des questions concernant les situations d'urgence au niveau de Bejaia et les plans d'urgence adoptés ;
- Des questions concernant les moyens de communication utilisés ;
- Des questions concernant la diffusion de l'information (moyens utilisés).

CAS PRATIQUE

5-TEXTES DE LOIS REGISSANT LE SECTEUR DE LA PROTECTION CIVILE

- Ordonnance 76-04 du 20 février 1976, relative aux règles applicables en matière de sécurité contre les risques d'incendie et de panique et à la création de commissions de prévention et de protection civile.
- Décret 76-35 du 20 février 1976, portant règlement de sécurité contre les risques d'incendie et de panique dans les immeubles de grande hauteur.
- Décret N°76-36 du 20 février 1976, relatif à la protection contre les risques d'incendie et de panique dans les établissements recevant du public.
- Décret 76-37 du 20 février 1976, relatif à la protection contre les risques d'incendie et de panique dans les bâtiments d'habitation.
- Décret N°76-38 du 20 février 1976, relatif aux commissions de prévention et de protection civile.
- Décret 76-55 du 20 février 1976, fixant la classification des matériaux et éléments de construction par rapport au danger d'incendie dans les établissements recevant du public.
- Décret 70-167 du 10 novembre 1970, portant classification et fixant l'encadrement et l'équipement des unités de la protection civile.
- Décret exécutif n° 91- 503 du 21 décembre 1991, complété, portant organisation de l'Administration Centrale de la Direction Générale de la Protection Civile.
- Décret exécutif n° 92- 54 du 12 février 1991, relatif à l'organisation et au fonctionnement des services extérieurs de la Protection Civile.
- Décret exécutif n° 99-54 du 21 février 1999, fixant les attributions, l'organisation et le fonctionnement du parc central du matériel de la Protection Civile.
- Décret exécutif n° 06-04 du 09 janvier 2006, modifiant et complétant le décret 83-108 du 05 février 1983, portant création, organisation et fonctionnement de l'Ecole Nationale de la Protection Civile.
- Décret exécutif n°11-106 du 06 mars 2011, portant statut particulier des fonctionnaires appartenant aux corps spécifiques de la Protection Civile.
- Décret exécutif n° 11-107 du 06 mars janvier 2011, portant dispositions particulières applicables aux personnels assimilés de la Protection Civile.
- Arrêté N° 00149 du 15 juillet 1976, portant approbation du règlement de sécurité contre les risques d'incendie et de panique dans les immeubles de grande hauteur.
- Arrêté N° 007/DGPC/DAO/SDSR du 13 mars 1977, portant approbation du règlement de sécurité contre les risques d'incendie et de panique dans les établissements recevant du public.
- Arrêté Interministériel du 06 mars 1994, portant organisation des services extérieurs de la protection civile.

CHAPITRE 6/ Présentation des Résultats

Entretien

Nom et Prénom : Mr LATRECHE

Fonction : Chargé de la Communication

Q1- est ce que vous avez un chargé de communication ?

R1 : Oui, on a un chargé de communication qui s'occupe de tous qui est communication soit au niveau interne ou externe

Q2- Lors des catastrophe naturelles, qu'elle est votre première action ?

R2 : On a un centre qui s'appelle centre de coordination des opérations (C.C.O) qui reçoit tous les appels c'est-à-dire tous les appels passent par ce centre soit pour l'information ou pour demander le renfort ; donc comme première action on récolte l'ensemble des informations pour donner le premier flash pour les medias

Q3- est ce que vous avez une cellule de crise ?

R3 : Oui, on a une cellule de crise pour chaque catastrophe

Q4- quels sont les moyens de communication que vous utilisez ?

R4 : On utilise la télévision, la radio régional, et le face book

Q5- est ce que vous préparez des plans d'urgence à l'avance ou vous attendez la survenance de la catastrophe ?

R5 : On a ce qu'on appelle plans orsec, c'est un plans utiliser à fin de gérer les dix risque majeur, c'est un plans qui se prépare à l'avance donc : avant la catastrophe on fait la sensibilisation à travers les campagnes et les déplions

Pendant : on a la réquisitionne et les interventions

Après : informer les journalistes et faire des bilans

Q6- est ce que vous avez des contacts avec la presse lors des catastrophes ?

R6 : Oui, bien sûr on a des contacts avec les medias en faisant des communiqués de presse

Q7- Lors des catastrophe naturelles, est ce que vous informez les medias sur les nombres de victimes, blessures..... ?

R7 : Si c'est nécessaire car lors des tremblements de terre par exemple on ne peut pas donner les chiffres exact.

Q8- est ce que vous avez géré des situations d'urgence à travers la communication ?

R8 : oui on a géré pas mal de situation d'urgence à travers la communication environ 2000 intervention par année

Tableau d'analyse de l'Entretien

Situation gérées par la communication		Environ 2000 Interventions par Année	
Déclaration de nombre de victime		Si c'est Possible	
Gestion de Crise		Avant	Préparer des Plans et Compagne de Sensibilisation
		Pendant	
Après	<ul style="list-style-type: none"> - La réquisition - les Interventions - le Suivi 		
Plan Medias		Communiqué de Presse	
Plan d'Urgence		Plan ORSEC (Organisation de secours)	
Moyen de communication		Numérique	Facebook
		Audio-visuel	TV
		Audio	Radio
Cellule de crise		Oui	
Action		<ul style="list-style-type: none"> - la Récolte d'information - donner les premiers flashes pour les médias 	
Chargé de communication Oui/Non		Oui	

Tableau N° 1

Tableau d'analyse de Cas : Incendie Cevital, Octobre 2018

Nom du journal	Date	Titre de l'information	La Rubrique	Le Genre	La Tonalité		
					Neutre	Positif	Négatif
El-Watan	11/10/2018	Bejaia/ Incendie à la Raffinerie du sucre de Cevital	Actualité	Compte-rendu		Positif	
Le Soir d'Algerie	11/10/2018	Incendie dans un Hangar de Cevital	Actualité	Compte-rendu		Positif	
La Dépêche de Kabylie	11/10/2018	Port de Bejai/ Incendie à l'usine Cevital	Kabylie	Compte-rendu		Positif	

Tableau N° 2

6-2/ ANALYSE ET INTERPRETATION DES RESULTATS

PREMIERE HYPOTHESE :

Analyse

D'après les résultats classer dans le tableau N°1 obtenu de l'entretien, on a constaté que la protection civile de la wilaya de Bejaia dispose :

- d'un chargé de communication qui pris en charge le domaine de communication soit à l'intérieure de l'institution ou en extérieure.
- D'une cellule de crise qui gère les situations d'urgence l'ors des catastrophes naturelles.

Ainsi que l'ors des catastrophes naturelles la protection civile se base sur la récolte de l'ensembles des informations concernant la situation d'urgence juste après avoir recevoir les appels de l'intervention afin de donner les premiers flashes pour les medias en basant sur les trois moyens de communications :radio ,tv, Facebook .

Avant qu'une situation d'urgence survienne la protection civile prépare des plans d'urgence pour pouvoir faire face à l'urgence

L'un des plans d'urgence utiliser par la protection civile l'ors des catastrophes naturelles est le plans orsec qui est spécialisé ou utiliser dans la gestion des dix risques majeure

Selon les réponses de l'entretien on a remarqué que la protection civile gère une situation de crise en trois moments avant, pendant et après :

Avant la survenance de l'urgence : la protection civile prépare des plans et des stratégies à l'avance pour quelle puisse reposer là l'urgence dès sa survenance

Pendant : pendant une situation d'urgence la protection civile base sur les réquisitionnes interventions et le suivi

Après : comme dernière étape donner de plus d'information aux journalistes en faisant recours au défèrent medias a travers les communiquer de presse .

Interprétation

D'après les résultats obtenu du tableau N°1 , on a confirmé que la communication a une grande importance dans la gestion des situation d'urgence de la part de la protection civile de la wilaya de Bejaia et que cette dernière se base sur la communication

LA DEUXIEME HYPOTHESE :

Analyse :

D'après Le tableau N°2 on remarque que l'information concernant l'incendie de Cevital à Bejaia date de 11 octobre 2018 été déclaré dans les déférents journaux comme suite :

1- Concernant le Titre :

Dans le journal El-Watan été sous-titre : Bejaia/ incendie à la raffinerie de sucre de Cevital

Dans le journal le Soir d'Algérie a pris le titre : incendie dans un hangar de Cevital

Dans le journal la dépêche de Kabylie : port de Bejaia / incendie à l'usine Cevital

2-Concernant la Date : les trois journaux prennent la même date le : le 11 octobre 2018

3-Concernant la Rubrique : on remarque que les deux journaux El-Watan et le Soir d'Algérie ont cite l'information dans la même rubrique intitulé « Actualité »

Et dans le journal la dépêche de Kabylie dans la rubrique « Kabylie »

Ainsi que les trois journaux partage la même tonalité « Positive »

Comme on a remarqué aussi que les trois journaux ont utilisé le même genre « compte rendu ».

Interprétation :

D'après les résultats cités au tableau N°2 , on a constaté que grâce à la bonne communication utilisée par la Direction de la Protection Civile de la Wilaya de Bejaia, que la situation été bien gérée par ces derniers, ainsi que l'information était bien interprétée par les journaux car lors de la situation d'urgence la protection civile de la wilaya a envoyer un communiqué de presse aux différents medias , le jour ou l'urgence s'est déclenchée et même une copie du communiqué qui a été publier dans son site .

Alors de là, on peut déduire que lors des situations d'urgence une bonne transmission d'information par la protection civile favorise une bonne interprétation de la part des medias par conséquent rassurer la population et éviter la rumeur.

6-3/ Vérification des hypothèses :

D'après la recherche que nous avons effectuée au sein de la direction de la protection civile de la wilaya de Bejaia portée sur « analyse de la place attribuer à la communication et à l'information dans des plans de crise ou des plans d'urgence d'entreprise » on a déduit que :

1_ **la première hypothèse** « la protection civil se base sur la communication à fin de gérer un risque ou une situation de crise », l'hypothèse est confirmée, d'après les réponses notre enquêté le charger de la communication au sein de la protection civil de la wilaya de Bejaia

2_ **la deuxième hypothèse** À la lumière des résultats obtenus par notre analyse de cas « incendie Cevital 2018 » : « une bonne transmission d'information de la part des medias favorise une bonne gestion de la situation de crise » , l'hypothèse est confirmée.

CONCLUSION

Conclusion

Enfin, Gérer une crise repose sur une communication rapide, cohérente et destinée à chacun des publics internes et externes.

L'analyse de l'environnement de la crise permet d'identifier les publics spécifiquement concernés par la situation, leurs positions respectives ainsi que leurs interactions. La communication est sollicitée pour informer et rétablir la confiance tout en rassurant la population cible.

Une gestion du risque permet, en amont, de limiter les impacts d'une crise sur l'activité et la réputation de l'entreprise ou l'organisation. L'important pour un chef d'entreprise est de préparer son entreprise à affronter, un jour ou l'autre, une situation d'urgence. Lorsque survient la crise, il faut agir efficacement, décider rapidement, délivrer en temps réel une information adaptée à chacun de ses publics, être la principale source d'information des faits auprès des médias : en un mot il faut communiquer efficacement.

De nos jours et avec le développement des Sciences de l'Information et de la Communication, la diffusion de l'information emprunte les chemins les plus rapides tels que l'Internet ou les réseaux sociaux, Le public n'est plus un spectateur, mais un intervenant averti sur tous les détails d'une éventuelle crise.

La communication de crise suit la direction de l'évolution technologique, juridique et sociale. Pour cette raison, un plan de communication de crise n'est jamais achevé : des conseils et des leçons doivent y être intégrés continûment. La venue des réseaux sociaux a bouleversé -et continue à bouleverser- la gestion et la communication de crise. Nous ne savons jamais ce que nous réserve l'avenir, nous savons qu'il rendra probablement la gestion et la communication de crise plus efficaces.

ANNEXES

ANNEXE 1/

Guide d'Entretien

- **Q1-** est ce que vous avez un chargé de communication ?
- **R1 :**
- **Q2-** Lors des catastrophe naturelles, qu'elle est votre première action ?
- **R2 :**
.....
- **Q3-** est ce que vous avez une cellule de crise ?
- **R3 :**
- **Q4-** quels sont les moyens de communication que vous utilisez ?
- **R4 :**
- **Q5-** est ce que vous préparez des plans d'urgence à l'avance ou vous attendez la survenance de la catastrophe ?
- **R5 :**
.....
- **Q6-** est ce que vous avez des contacts avec la presse lors des catastrophes ?
- **R6 :**
- **Q7-** Lors des catastrophe naturelles, est ce que vous informez les medias sur les nombres de victimes, blessures..... ?
- **R7 :**
- **Q8-** est ce que vous avez géré des situations d'urgence à travers la communication ?
- **R8 :**

Liste
Bibliographique

Liste Bibliographique

Les ouvrages

- THEVENONT Jacques, l'intégration des caractéristiques organisationnelles dans la conception du système d'information, thèse de doctorat en sciences de gestion, université de Montpellier(1), Paris1985
- Claude-jean Bertrand, Média, introduction à la presse, la radio et la télévision, Ellipses Edition marketing S.A., Paris 1995
- Libaert Thierry, la Communication de Crise , édition Dunod, Paris , 2001
- HERMANN (CF.), «Some consequences of crisis which limit the viability of organizations», Administrative Science Quaterly, 1963
- Dominik Lehman, check-list, Communication de Crise, Ed CURAVIVA, 2014, Suisse
- Matthieu Sauvé, les Relations Publiques Autrement vers un Nouveau Modèle de Pratique, presse de l'université de Québec 2010
- Maurice Imbert avec la collaboration de Valerie Brouard, la Communication Managériale, Ed Dunod, Paris, 2015
- Betton Alaix, sciences sociales, 7  me édition, Dalloz, Paris 2012
- Bernadette jézéquel, Philippe Gérard, la boite à outils du Responsable Communication,2 me  ditions DONUD, paris 2012
- DARSSA Jean-David,La Gestion de Crise en Entreprise,  d : GERESO, Le Mans (France),2010
- BEJIN André et MORIN Edgar, Pour une Christologie, COMMUNICATION, 1976,Vol.25
- MARTIAL PASQUIER, communication des organisations publiques, 2 me édition
- Eric Maigret , sociologie de la communication et de médias, 2 me édition, Armand Colin, paris2003
- Pierre Mouandjo, B Lewis, Patrice M Bianda « théorie et pratique de la communication », L'harmattan, paris,
- Philipe Malaval, Jean Mark decodin avec la collaboration de cristophe B naroya et Jacques Digout, communication corporate, interne , financiere, marketing , 3 me édition Pearson ,
- Didier Heidrich, plan médias de crise , Mars 2003« Rumeur sur internet. Comprendre, anticiper et gérer les cyber crises »,  ditions Village Mondial / Pearson Education (Avril 2004),

Ouvrage Méthodologique

- Maurice Angers, « Initiation Pratique A La Méthodologie Des Sciences Humaines », Casbah, Alger, 1997,
- Quivy Rimond et Van Campenhoudt Luc, Manuel de recherche en sciences sociales, 2ème édition Dunod , paris 1995
- Palle P Muccheilli A, l'Analyse qualitative des sciences humaines et sociales, édition, ARMAND Collin, paris 2002
- Lobert Delbayla Jean Luis, initiation aux méthodes des sciences sociales, édition L'Harmaltan, 2000
- R.Mucchielli , le questionnaire dans l'enquête psychosociale

Dictionnaire

- Paul Robert, le nouveau petit Robert, nouvelle édition millésime, 2009
- Bernard Lanizet et Ahmed Salem, « Dictionnaire Encyclopédie, les Sciences de l'Information et de la Communication » Ed Marketing AS, Paris, 1997

Sources Electroniques

- <https://emmanueldabo.wordpress.com>
- [http:// www.mémoireonline.com](http://www.memoireonline.com)