



GOVERNEMENT

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Paris, le **03 OCT. 2023**

**Le ministre de l'Intérieur et des Outre-mer
Le ministre de la Transition écologique et de la Cohésion des Territoires**

à

**Mesdames et Messieurs les préfets
Liste des destinataires *in fine***

Référence	NOR : IOME2324868J
Date de signature	
Emetteur	IOM – ministre de l'Intérieur et des Outre-mer TRE – ministre de la Transition écologique et de la Cohésion des Territoires
Objet	Lancement de la campagne de communication Pluie-Inondation 2023
Commande	Communication-Sensibilisation population
Action(s) à réaliser	Communication
Echéance	Immédiat
Contact utile	
Nombre de pages et annexes	4 pages dont une annexe

La récurrence d'événements pluvieux intenses sur les territoires du pourtour méditerranéen a déjà causé des décès et des dégâts matériels considérables. La sensibilisation des populations concernées aux risques ainsi qu'aux bons comportements à adopter en cas de pluie intense et d'inondation soudaine, constitue donc un enjeu central pour la prévention. Il est essentiel que chacun devienne véritablement acteur de sa propre sécurité, pour améliorer la résilience des territoires concernés face à ces phénomènes dangereux.

Depuis 2016, le ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des Territoires et le ministère de l'Intérieur et des Outre-mer organisent, à l'automne, une campagne de sensibilisation, d'information et de préparation des populations de l'arc méditerranéen exposées à ce type de phénomènes. Coordonnée par la direction générale de la prévention des risques (DGPR) et la direction générale de la sécurité civile et de la gestion des crises (DGSCGC), ainsi que localement par le préfet de zone de défense et de sécurité Sud et par chaque préfet de département, elle est déployée cette année sur 15 départements de l'arc méditerranéen depuis le 30 août et s'étendra jusqu'au 30 novembre.

Le bilan de l'édition 2022 de la campagne démontre l'intérêt de poursuivre son déploiement et met en exergue les points sur lesquels la sensibilisation doit être accentuée. En cohérence avec l'objectif du Gouvernement de développer la culture du risque parmi nos concitoyens, l'édition 2023 de la campagne vise à davantage marquer les esprits, notamment par des visuels illustrant plus fortement le danger pour des situations placées au cœur de la crise. Le plan de communication, en annexe du présent courrier, se déroule sur toute la période d'exposition aux phénomènes méditerranéens et vise à mieux faire connaître les bons comportements à adopter en cas de crise.

La température élevée de la mer Méditerranée pourrait conduire au développement de phénomènes particulièrement violents cette année. Il est essentiel que la sensibilisation et les messages-clés soient relayés au plus près des citoyens domiciliés ou de passage dans vos départements.

Vous solliciterez les maires des territoires concernés afin de tenir compte des situations locales et des besoins spécifiques. Il est essentiel que les élus locaux assurent une large diffusion de cette campagne et qu'ils communiquent sur les dispositifs d'alerte et les bons comportements, ainsi que sur les documents relevant de leur responsabilité (plan communal de sauvegarde, document d'information communal sur les risques majeurs, repères de crues et des plus hautes eaux connues).

Cette campagne doit également être l'occasion de promouvoir les services de vigilance météorologique et aux crues, ainsi que les services d'avertissement automatique (APIC, *Vigicrues Flash*) auprès des collectivités territoriales ou d'alerte auprès des populations (FR-Alert, sirènes).

Pour cela, vous pourrez vous appuyer sur les outils de communication mis à votre disposition sur le site internet www.pluie-inondation.gouv.fr. Vous bénéficierez également du soutien du réseau *Vigicrues*, ainsi que de celui de Météo-France, partenaire de la campagne.

Comme lors des années précédentes, vous rechercherez une grande implication de l'ensemble des acteurs publics, et plus particulièrement celle de vos services (directions des sécurités, DDT(M), DREAL, etc.) et des services d'incendie et de secours, pour organiser et mettre en œuvre, sur vos territoires, des temps forts d'échange, de formation et de sensibilisation de nos concitoyens, voire innover et tester certains dispositifs d'intervention et de sauvegarde.

Enfin, vous relayerez l'appel à projets visant à encourager toutes les actions locales pour sensibiliser les citoyens aux risques naturels et technologiques dans le cadre de la Journée nationale de la résilience organisée chaque 13 octobre. Grâce à la mobilisation de l'ensemble des parties prenantes (collectivités, associations, entreprises, services de l'Etat, ...), cette journée annuelle de la résilience, désormais inscrite dans la loi, doit prendre de l'ampleur pour devenir un temps fort de notre action.

Vous êtes invités à transmettre, en début d'année 2024, un bref bilan de cette édition 2023 de la campagne de prévention, assorti de vos propositions d'évolution.


Gérald DARMANIN


Christophe BÉCHU

Destinataires :

Monsieur le Préfet de la région Provence-Alpes-Côte-d'Azur, préfet de la zone de défense et de sécurité Sud, préfet des Bouches-du-Rhône

Madame la Préfète de la région Auvergne-Rhône-Alpes, préfète de la zone de défense et de sécurité Sud-Est, préfète du Rhône

Monsieur le Préfet de Corse, préfet de Corse-du-Sud

Mesdames et Messieurs les préfets des Alpes-de-Haute-Provence, Alpes-Maritimes, Ardèche, Aveyron, Aude, Haute-Corse, Drôme, Gard, Hérault, Lozère, Pyrénées-Orientales, Var et Vaucluse

Pour information :

M. le préfet de la région Occitanie

Messieurs les directeurs des DREAL de Provence-Alpes-Côte d'Azur, Corse, Occitanie et Auvergne-Rhône-Alpes

Annexe

Plan de communication de l'édition 2023 de la campagne Pluie-Inondation

- Diffusion de deux spots vidéo en ligne sur YouTube et les chaînes de rediffusion en ligne, du 4 au 17 septembre et du 16 au 29 octobre, reprenant les deux gestes les moins bien assimilés les années passées :
 - ne pas prendre sa voiture
 - se réfugier à l'étage
- Diffusion de deux spots audio en digital (sur Spotify, Deezer etc.) du 18 septembre au 15 octobre, reprenant les deux mêmes réflexes ;
- Publication de deux visuels reprenant les deux mêmes réflexes dans des titres de presse quotidienne régionale : au total, 10 passages publicitaires dans 13 titres à paraître sur l'ensemble de la période de la campagne ;
- Diffusion de l'ensemble des 10 bons réflexes via l'achat d'espace en digital et sur les réseaux sociaux du 30 août au 30 novembre ;
- Achat de mots clés de septembre à fin novembre ;
- Mise à disposition d'un kit de communication (affiches, vignettes, vidéos) téléchargeable gratuitement sur www.pluie-inondation.gouv.fr ;
- Envoi d'un e-mailing aux acteurs locaux le 29 août 2023 ;
- Un site internet dédié pour en savoir plus : www.pluie-inondation.gouv.fr.