

**EXAMEN PROFESSIONNEL DE LIEUTENANT 1^{ère} CLASSE
DE SAPEURS-POMPIERS PROFESSIONNELS**

SESSION 2025

ÉPREUVE DE NOTE ADMINISTRATIVE

ÉPREUVE D'ADMISSIBILITÉ :

Note administrative à partir des éléments d'un dossier portant sur un cas concret professionnel. Cette note permet d'apprécier les capacités du candidat à comprendre les problèmes posés et à donner des réponses adaptées et argumentées.

Durée : 3 heures
Coefficient : 3

À LIRE ATTENTIVEMENT AVANT DE TRAITER LE SUJET :

- ♦ Vous ne devez faire apparaître aucun signe distinctif dans votre copie, ni votre nom ou un nom fictif, ni initiales, ni votre numéro de convocation, ni le nom de votre collectivité employeur, de la commune où vous résidez ou du lieu de la salle d'examen où vous composez, ni nom de collectivité fictif non indiqué dans le sujet, ni signature ou paraphe.
- ♦ Sauf consignes particulières figurant dans le sujet, vous devez impérativement utiliser une seule et même couleur non effaçable pour écrire et/ou souligner. Seule l'encre noire ou l'encre bleue est autorisée. L'utilisation de plus d'une couleur, d'une couleur non autorisée, d'un surligneur pourra être considérée comme un signe distinctif.
- ♦ Le non-respect des règles ci-dessus peut entraîner l'annulation de la copie par le jury.
- ♦ Les feuilles de brouillon ne seront en aucun cas prises en compte.

Ce sujet comprend 22 pages.

**Il appartient au candidat de vérifier que le document comprend
le nombre de pages indiqué.**

S'il est incomplet, en avertir le surveillant.

Le SDIS Alpha est un Service Départemental d'Incendie et de Secours classé en catégorie B, réalisant environ 43 000 interventions annuelles. Il emploie 430 sapeurs-pompiers professionnels, 2 200 sapeurs-pompiers volontaires, ainsi que 120 personnels administratifs et techniques spécialisés. L'organisation du SDIS se compose de trois sous-directions, cinq groupements fonctionnels et huit groupements territoriaux.

Vous êtes le lieutenant de 1^{ère} classe LEXEMPLE, adjoint au chef du service Analyse-Retex et Prospective Opérationnelle du Groupement Opérations.

Un incendie s'est déclaré dans un entrepôt de stockage sur la commune de Sadecale, impactant une zone résidentielle voisine. Ce sinistre a entraîné l'évacuation immédiate des habitations proches et le confinement d'un établissement scolaire ainsi que des résidences plus éloignées.

Lors de cette opération, plusieurs imprécisions ont été relevées dans la communication opérationnelle du Commandant des Opérations de Secours.

La population a eu du mal à obtenir des informations claires et cohérentes, notamment sur les consignes d'évacuation de la zone d'exclusion et les points de regroupement. Cette confusion a accentué le climat de panique des habitants, compliquant davantage la gestion de cette situation opérationnelle.

Votre chef de service vous informe que cette situation sera abordée lors du prochain comité de direction. Il vous demande de préparer une note administrative exposant le contexte ainsi que les enjeux et les préconisations d'actions relatives à la communication opérationnelle au sein du SDIS Alpha.

Pour cela, vous vous appuyerez d'une part, sur les documents fournis et d'autre part, sur votre expérience et vos connaissances professionnelles.

Liste des documents :

Document 1	« Guide de Doctrine Opérationnelle : Exercice du commandement et conduite des opérations » (extrait) - ministère de l'Intérieur - DGSCGC - juin 2020 - 2 pages
Document 2	« Règlement Opérationnel du SDIS 42 » (extrait) – Service Départemental d'Incendie et de Secours de la Loire - 2021 - 2 pages
Document 3	« Mémoire de chef de groupement : Stratégie de communication d'un service d'incendie et de secours : vecteur pour influencer sur la réponse opérationnelle » (extrait) - ENSOSP - janvier 2018 - 7 pages
Document 4	« Communication opérationnelle et communication de crise » (extrait) - SIS2B. Corsica- 27 mai 2024 - 2 pages
Document 5	« Guide de la communication de crise – conférence des directeurs généraux des centres hospitaliers régionaux universitaires (extrait) 2009 – 3 pages
Document 6	« Communication : Comment s'organisent les pompiers avec la presse » (extrait) club de la presse communication du Gard - 2 août 2022 - 2 pages
Document 7	« Code de la sécurité intérieure – article L742-1 à L742-10 » (extrait) - Légifrance - 12 novembre 2024 - 2 pages

Documents reproduits avec l'autorisation du C.F.C.

Certains documents peuvent comporter des renvois à des notes ou à des documents non fournis car non indispensables à la compréhension du sujet.

DOCUMENT 1

Guide de Doctrine Opérationnelle : Exercice du commandement et conduite des opérations » (extrait) Ministère de l'Intérieur - DGSCGC - juin 2020

(...)

8. La prise en compte des médias sur opération

Le CODIS ou COS peut être amené à renseigner la presse sur une opération en cours. Il faut essentiellement retenir que :

- parler à la presse, c'est parler au public ;
- c'est prouver que l'on n'a rien à cacher ;
- c'est renforcer sa crédibilité.

Si le DOS est présent sur les lieux de l'opération de secours, le COS veillera à partager avec lui en amont, la limite des propos à tenir.

Lors de ces "points presse", il est important de se limiter à l'aspect purement technique de l'opération, en veillant à ne pas fournir d'éléments relevant de l'origine possible du sinistre ou tout autres formes de spéculation.

Il est utile de vulgariser autant que possible ses propos en évoquant les points suivants :

1. les premiers éléments circonstanciels ;
2. le bilan connu de la situation ;
3. l'action valorisée des sapeurs-pompiers en restant prudent sur l'évolution (pas de pronostic mais des informations sûres et vérifiées) ;
4. des consignes et des conseils au public.

Le COS ne peut pas à la fois organiser et diriger les secours, recevoir et guider les journalistes.

L'intervention d'un officier en charge de la communication renforce la crédibilité de la profession, et valorise les actions des sapeurs-pompiers.

Dans le cadre de l'interservices, le DOS déclinera à tous les acteurs, la stratégie de communication de crise.

Pour ce faire, la cellule « renseignements » du PCC ou PCS pourra être mise à contribution.

9. L'usage des médias sociaux en gestion d'urgence (MSGU)

L'usage des MSGU permet d'obtenir une meilleure représentation d'une situation d'urgence en récupérant les messages, photos et vidéos disponibles sur les profils publics de Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Waze...

Ces médias sociaux facilitent également l'information du public sur la situation de crise en cours en prodiguant des conseils de sécurité et de prévention et/ou en démentant les fausses informations.

En réception comme en diffusion d'informations, les MSGU peuvent se révéler une véritable plus-value, et notamment :

- contribuer à sauver des vies (géolocalisation, messages de prévention, accélération des recherches, détection de personnes sinistrées/disparues) ;
- accéder plus rapidement à l'information en temps réel ;
- aider et orienter à la fois les autorités de protection/sécurité civile et les citoyens en difficulté ou en panique ;
- relayer la communication des autorités publiques ;
- avoir une meilleure compréhension de l'événement ;
- vérifier, corriger les propos sur l'événement et couper court aux rumeurs ;
- dialoguer et collaborer avec les citoyens ;
- disposer en amont et pendant l'événement de relais/alliés sérieux et fidèles ;
- faire prendre conscience au citoyen qu'il peut être acteur de sa propre sécurité et le sensibiliser à aider toute personne ;
- réduire le nombre d'appels non urgents arrivant au CTA déjà saturé.

La réussite de l'opération de secours tient à la fois à la maîtrise d'outils et à l'acquisition de comportements, utilisables en toutes circonstances.

Le rôle du COS se poursuit pourtant après l'opération, dans un rôle d'accompagnement et de bienveillance auprès de ses personnels.



À l'instar d'autres champs explorés dans ce guide, les SIS doivent se préparer à la prise en compte de cette phase de l'intervention, qui ne doit pas être négligée. © José Rocha - DICOM - MI

(...)

DOCUMENT 2

Service Départemental d'Incendie et de Secours de la Loire (SDIS42) – 2021

Règlement Opérationnel du SDIS42 (extrait)

5.7.7. La réquisition de moyens publics ou privés

Lorsque les conditions opérationnelles le justifient, le COS57 peut demander aux autorités administratives compétentes, la mise à disposition par voie de réquisition, de moyens complémentaires publics et/ou privés.

Les réquisitions doivent intervenir quand aucune autre solution ne permet d'aboutir à la résolution du sinistre. En outre, la réquisition ne doit pas être mise en œuvre lorsque des conventions ou protocoles existent et permettent d'apporter la solution recherchée.

L'engagement des moyens publics ou privés extérieurs au département doit faire l'objet d'une demande auprès du COZSE via le CODIS.

5.7.8. L'attestation d'intervention

Sous réserve des dispositions du Code des relations entre le public et l'administration⁵⁸, les sinistrés peuvent obtenir, sur leur demande, une attestation d'intervention les concernant, délivrée par le SDIS 42.

Néanmoins, et sous toute réserve des dispositions du Code précité, dans le cas où l'attestation contiendrait des informations relatives à une personne physique, celle-ci ne pourra être communiquée qu'à la personne intéressée ou à son mandataire afin de préserver le secret médical ou le secret de la vie privée.

Les informations qui révèlent le comportement d'une personne et dont la divulgation pourrait lui nuire ne peuvent pas être communiquées aux tiers.

5.8. La communication

Dans le cadre des missions définies dans le présent règlement, les sapeurs-pompiers sont tenus :

- à l'obligation d'obéissance hiérarchique, de réserve, de neutralité, à la discrétion professionnelle et au secret professionnel⁵⁹,
- au secret médical pour les personnels de santé et au secret médical partagé pour l'ensemble des personnels dans le cadre de leur participation aux missions de secours à personne, pour tout ce qui a trait à l'art médical et à la dispense de soins,
- au respect de la vie privée des personnes et du RGPD.

Ces obligations s'appliquent également dans les activités de communication autorisées par l'établissement ou le DOS⁶⁰.

❖ La communication opérationnelle institutionnelle⁶¹,

Le CODIS est chargé de :

- l'information à caractère opérationnel des autorités,
- l'information régulière des partenaires médias,
- l'information spécifique d'une intervention importante avec l'élaboration d'un communiqué de presse.

⁵⁷ Article L 742-11 du CSI

⁵⁸ Articles L 311-6 et L 311-7 du Code des relations entre le public et l'administration – Livre III

⁵⁹ Loi n°83-634 du 13 juillet 1983 portant droit et obligation des fonctionnaires, Code pénal partie législative articles 226-13 à 226-14 et règlement intérieur du SDIS 42

⁶⁰ Liste des officiers presse habilités par décision du DDSIS

⁶¹ Guide de la communication opérationnelle du SDIS

Le CODIS est habilité à répondre aux questions des médias sur les opérations courantes. Dans ce cadre, seuls sont transmis les éléments factuels, à l'exclusion de toute appréciation personnelle et d'éléments touchant la vie privée des victimes.

❖ **La communication sur opérations**

Sous l'autorité du préfet ou du maire, et sur les lieux d'un sinistre, le COS d'un niveau chef de groupe au minimum est autorisé à transmettre des informations aux médias.

En cas d'opérations importantes, particulières ou sensibles, la communication opérationnelle relève de la compétence unique de l'autorité judiciaire ou du DOS qui peut la déléguer au COS présent sur le site.

Dans la gestion d'opérations de secours importantes, un officier « presse » du SDIS 42 peut être engagé sur les lieux de l'intervention ou au centre opérationnel départemental (COD).

En matière de photo ou de vidéo, seules les personnes autorisées par le DDSIS peuvent réaliser ou faire réaliser des images à caractère opérationnel. La réalisation, l'exploitation et la diffusion de ces images doivent garantir le droit au respect de la vie privée et à l'image des personnes.

❖ **L'utilisation des médias sociaux**

Les conditions de diffusion de photos, vidéos ou informations relatives à une intervention sur les réseaux sociaux font l'objet d'un document structurant⁶²

✓ **Veille active**

Le CODIS est doté d'un mur d'images qui lui permet de suivre plusieurs types d'informations et notamment d'assurer une veille active des réseaux sociaux sur de l'activité classique ou une veille renforcée dans le cas d'un événement particulier. }

✓ **Médias sociaux en gestion d'urgence (MSGU)**

Le SDIS 42 peut utiliser les médias sociaux dans le cadre de la communication opérationnelle avant, pendant et après un événement, afin d'assurer la veille des événements en cours et d'optimiser l'information préventive du grand public.

5.9. Le retour et le partage d'expérience / La recherche des causes et circonstances des incendies (RCCI)

Une démarche de partage et de retour d'expérience est mise en œuvre au sein du SDIS 42. Elle contribue potentiellement à l'évaluation et à l'amélioration de la qualité de service. Elle peut ainsi participer à la modification ou l'adaptation des doctrines et des techniques d'engagement.

Elle s'applique à tout domaine (opérationnel et péri-opérationnel) traité par le SDIS 42, et pour l'activité de tous ses services par :

- l'identification des actions efficaces à reproduire et les axes de progrès,
- l'amélioration des mesures,
- l'apprentissage collectif,
- le renforcement des liens entre les acteurs du secours,
- le partage des enseignements tirés,
- la mémorisation et l'exploitation des situations de gestion opérationnelle et péri opérationnelle particulières.

⁶² Guide du bon usage des médias sociaux du SDIS

Stratégie de communication d'un service d'incendie et de secours : vecteur pour influencer sur la réponse opérationnelle (Extrait)

1.1.2 Des actions de communication opérationnelle vers une communication institutionnalisée

Les évènements opérationnels permettent ainsi aux SIS de disposer de fenêtres d'audience importantes qui peuvent être utilisées afin de transmettre des messages éducatifs ou des consignes à développer au sein de la population, c'est ce qu'on appelle communément la communication de risque.

Le besoin des citoyens se fait en outre de plus en plus grand, voire pressant, afin d'obtenir des informations multiples et précises, où même de contribuer à la construction de cette information et d'interagir en devenant à leur tour émetteur. Le sujet des médias sociaux en gestion de l'urgence (MSGU) est ainsi devenu majeur en moins de cinq années.

De plus, les autorités dirigeantes des services d'incendie et de secours souhaitent de plus en plus communiquer sur les actions effectuées.

Enfin, l'avènement de nouveaux vecteurs de communication a été de nature à encourager cet élan, en permettant de multiplier les opportunités de faire savoir et de valoriser. Les enjeux sont donc pluriels pour les SIS confrontés à une quasi-obligation de s'adapter à cet état de fait, au risque de ne pas être en capacité de toucher le public au quotidien, comme lors de situations d'exception.

1.1.3 Les enjeux de communication des SIS

Nous venons de le voir ci-dessus, la société contemporaine exige une communication rapide des pouvoirs publics lors de situations à enjeux. Les SIS n'échappent donc pas à cette règle, loin s'en faut et se sont adaptés, plus ou moins selon les structures, à ces exigences modernes. La communication mise en œuvre par les SIS doit ainsi répondre à plusieurs objectifs qui sont à la fois communs à ceux d'une organisation humaine tout en étant toutefois spécifiques à une structure complexe et fonctionnant en permanence dans un contexte d'urgence.

Les objectifs communs à tout groupe humain consistent en la communication interne à cette organisation sociale. Sans cet acte indispensable, le fonctionnement de la structure est mis à mal compte-tenu des demandes souvent nombreuses et diverses en matière d'accès à l'information. Le processus de communication est donc présent pour réguler ces demandes et instaurer un équilibre salvateur et créateur d'idées.

En outre, dans son fonctionnement social, l'organisation a également besoin de communiquer de manière externe, auprès du public, de partenaires, de médias. Que ce soit aux plans interne ou externe, toute action de communication poursuit l'un des objectifs suivants :

- Faire connaître
- Faire aimer
- Faire agir
- Faire durer

La définition d'une véritable stratégie de communication doit donc satisfaire l'ensemble, de manière plus ou moins aigüe, des préceptes tous complémentaires et en interaction.

Mais pourquoi ne pas communiquer ?

Les SIS sont quotidiennement confrontés à des situations d'urgence impliquant des victimes à secourir, des familles à rassurer, des autorités à informer, des populations à renseigner, des enjeux à manager, des situations à anticiper.

Cette complexité, couplée depuis plusieurs années à une forme d'immédiateté de l'information, a ainsi pu persuader certains SIS d'éviter de communiquer ou d'appliquer une décision supérieure de ne pas communiquer.

En outre, la direction des opérations de secours relève de l'autorité compétente, investie du pouvoir de police administrative, c'est-à-dire le maire ou le préfet.

Cependant, cette posture semble être de plus en plus discutable voire de moins en moins acceptable compte tenu du contexte évoqué.

Pour autant, l'évolution du paradigme en la matière, à savoir libérer l'acte de communiquer, ne doit pas conduire aux excès inverses, à savoir, approximations, erreurs, décalages qui auront, sinon les mêmes effets, des conséquences parfois plus néfastes encore.

Communiquer est donc une nécessité, qui doit s'exercer de manière professionnelle, qui nécessite ainsi de disposer de compétences solides en la matière au sein de nos structures et de définir des procédures clairement établies et éprouvées.

1.1.4 Comment les SIS communiquent-ils ?

Nous l'avons vu précédemment, les SIS ont fondé leur communication sur la communication opérationnelle, c'est-à-dire celle liée aux opérations de secours.

Expliquer ce qui est fait par les sapeurs-pompiers, valoriser nos actions, avec quels moyens, pendant combien de temps constitue le fondement de l'acte de communiquer des sapeurs-pompiers.

Cette **communication opérationnelle** soutient aujourd'hui la **communication institutionnelle**, celle qui vise à s'exprimer au nom de la structure.

La communication institutionnelle comporte deux assertions, l'une interne s'adressant ainsi aux agents des SIS, l'autre externe visant à atteindre des cibles extérieures à l'établissement.

La communication des SIS est à présent multi-facteurs : communiqués internes, communiqués de presse, articles dans des revues spécialisées, réseaux sociaux, sites internet, intranet, salons et forums, clips-vidéos sont autant de manifestations concrètes d'actions de communication destinées au grand public et aux personnels.

1.2 La stratégie de communication

1.2.1 Une stratégie

L'acte de communiquer, lorsqu'il s'inscrit au sein d'une organisation reconnue et visant donc des objectifs clairs, se doit de respecter une stratégie prédéfinie.

Etymologiquement issue du latin « *strategia* » signifiant « gouvernement », cette stratégie a justement pour objet de permettre d'atteindre des objectifs globaux déterminés par les autorités dirigeantes et dans un temps long. Il s'agit donc là de servir un projet politique précis.

Cette phase est conceptuelle et demande des ressources de haut niveau. Il s'agit de réfléchir avant d'agir, de prévoir l'imprévisible, d'anticiper les réactions et même de parier sur quelques résultats.

Peter Drucker, célèbre professeur en sciences politiques, indiquait que : « communiquer, c'est entendre ce qui n'est pas dit » ².

Au sein des collectivités territoriales, la stratégie est d'abord générale car elle va « prendre en compte le dessin politique, le confronter au réel et trouver un compromis entre le souhaitable et le possible » puis opérationnelle en déclinant un plan d'actions, visant à atteindre des objectifs issus des enjeux stratégiques identifiés pour l'organisation. Michèle ALAIN³ synthétise « la politique est volonté, la stratégie générale est pensée, la stratégie opérationnelle est action. »

Un premier travail consiste donc à recueillir, analyser, traiter et ordonner de nombreuses informations. Les militaires appellent cette phase l'élaboration du renseignement qui permettra aux états-majors de construire et anticiper des situations envisageables afin de permettre la décision et de déclencher l'action. La direction du renseignement militaire se nourrit continuellement de l'information. Cette étape essentielle est souvent soit mal identifiée, soit absente du processus de construction.

Par conséquent, les actions de communication sont nombreuses mais peu lisibles alors qu'une hiérarchisation s'impose. Certaines actions devront être plus valorisées que d'autres ; elles nécessiteront plus de moyens : on y reconnaîtra le projet politique défini initialement.

Nécessairement à long terme, la stratégie de communication est de dimension politique et doit ainsi permettre la déclinaison des objectifs issus des enjeux stratégiques identifiés pour l'organisation puis priorisés et déclinés en objectifs et en actions à réaliser.

² *La communication des organisations publiques*, Martial PASQUIER, éditions Deboeck supérieur

³ *Fondamentaux de la communication publique territoriale*, MOOC CNFPT, annexe 11

Une stratégie de communication comporte nécessairement dans sa construction plusieurs éléments clés immuables que sont :

- Les cibles à qui s'adresse la communication ;
- Les objectifs identifiés ;
- Le type de message à diffuser ;
- Les vecteurs médias utilisés ;

Les éléments de la stratégie de communication sont ainsi résumés par l'acronyme COMM. Ils vont permettre d'écrire le plan de communication⁴ en associant les moyens adéquats.

C'est au travers de cette phase primordiale de définition de la stratégie que le passage du domaine stratégique vers le domaine opératif puis tactique peut s'effectuer. On peut ici aisément proposer un parallèle avec l'art militaire de conduire une guerre et donc par extension avec nos pratiques de conduite opérationnelle.

« La guerre est une affaire d'une importance vitale pour l'Etat, la province de la vie et de la mort, la voie qui mène à la survie ou à l'anéantissement. Il est indispensable de l'étudier à fond. ».⁵

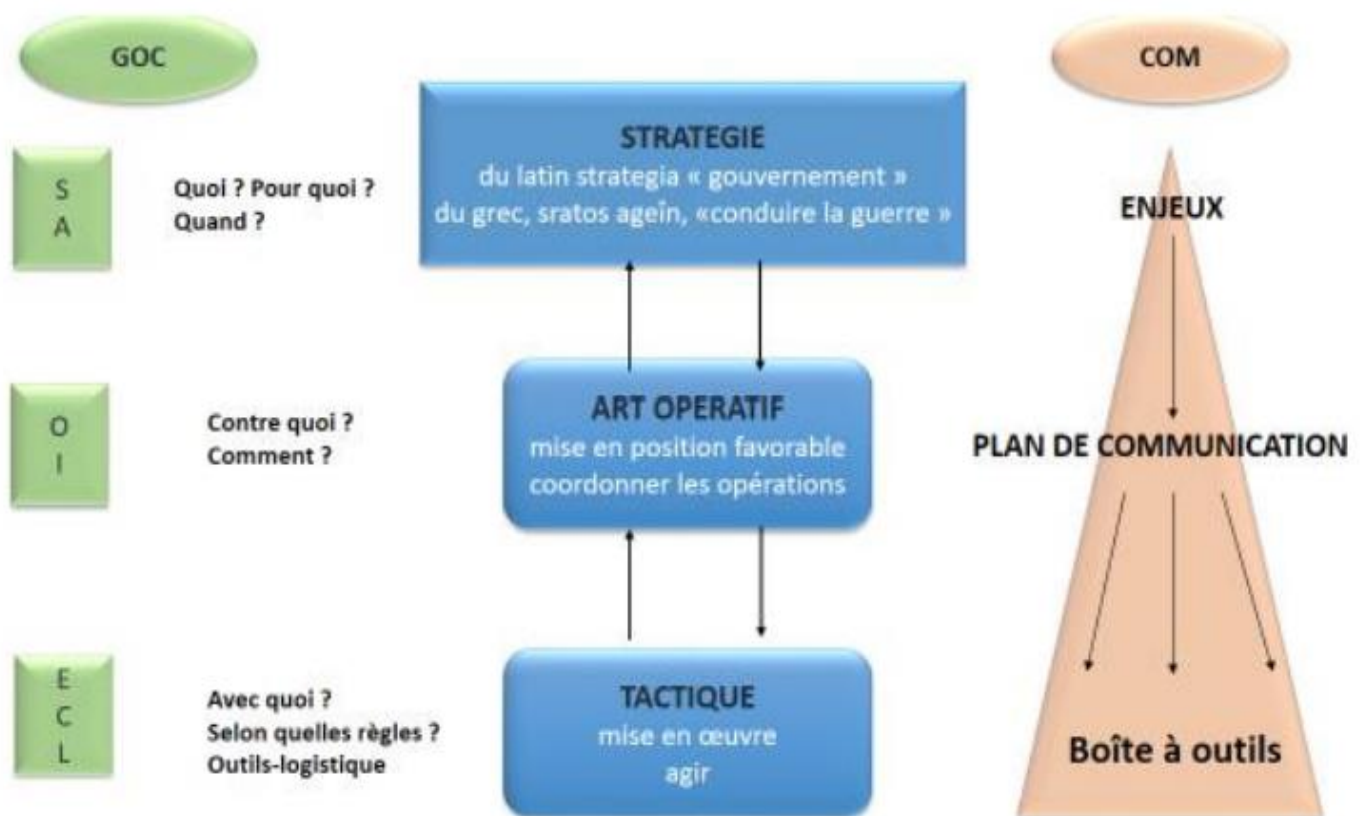


Figure 2

⁵ L'art de la guerre, Sun TZU

Il est en outre primordial de replacer l'action de communication dans un contexte plus global, dans une temporalité et dans le respect d'un certain volume budgétaire. Cette mise en perspective correspond alors à la définition du plan de communication susceptible de permettre d'atteindre les objectifs fixés par la gouvernance. La stratégie de communication d'une organisation publique telle qu'un SIS constitue donc la colonne vertébrale de la politique de communication interne. Elle est en lien étroit avec le projet d'établissement ou de service qui fixe quant à lui les grandes orientations en matière de gouvernance et d'organisation.

Elle se distingue en outre de la stratégie de communication d'une entreprise compte-tenu de son statut et de l'obligation d'information et de transparence qui en découle, des objectifs à atteindre qui sont fréquemment imposés par une gouvernance supérieure et qui ne sont pas toujours hiérarchisables⁶.

L'environnement institutionnel est en outre important car, lui-aussi s'impose en grande partie, à la différence d'un organisme privé qui peut privilégier des partenaires spécifiques ou au contraire refuser de traiter avec telle ou telle entité. Les organisations publiques doivent donc faire face à une complexité réelle qui est de nature à contraindre leurs marges de manœuvre, y compris dans le champ de la communication et de l'information.

1.2.2 Les cibles de l'acte de communiquer

Les cibles de nos services d'incendie et de secours sont multiples. Deux dominantes se dégagent malgré tout : les cibles internes et les cibles externes.

Au niveau interne, la communication s'exerce en premier lieu vers les sapeurs-pompiers et les personnels administratifs techniques et spécialisés. Cette communication est essentielle au fonctionnement et à la mise en œuvre des projets d'établissements afin de conduire le changement.

La seconde cible interne est constituée de l'ensemble des élus des différents conseils, comités ou commissions de l'établissement : CASDIS, CATSIS, CT, CHSCT, CCDSPV. Acteurs dans le vote des actions et des budgets, ces élus restent attentifs aux réalisations de nos structures soit en étant associés à la vie du SDIS (remise de véhicules, cérémonies protocolaires, événements sportifs ...) soit en étant informés par les réseaux sociaux ou les médias traditionnels.

Au niveau externe, trois dominantes apparaissent : les usagers, les élus ainsi que les forces concourantes.

Les usagers se trouvent, à leur tour, divisés en deux grands ensembles : en premier lieu ceux qui adhèrent à la cause des sapeurs-pompiers. Selon des sondages réguliers, 95 à 99,4%⁷ des sondés disent apprécier et faire confiance aux sapeurs-pompiers. En revanche, nous sommes-nous assurés que ce panel connaît nos missions ? Et qu'en est-il des 0,6 à 5% de personnes interrogées non-satisfaites⁸. Les stratégies de communication doivent-elles désormais cibler les usagers méconnaissant nos actions ou encore ceux nuisant à nos missions ? Les élus de nos départements régulièrement confrontés aux secours en intervention le sont également lors des votes de budgets ou des contributions. Enfin, les forces concourantes avec lesquelles nous intervenons au quotidien sont-elles partenaires de notre communication ? Le sommes-nous également ? Or, connaître le métier et les missions de chacun, notamment les difficultés vécues au quotidien, devraient permettre d'influer sur notre charge opérationnelle en développant une meilleure coordination. De plus, des actions de communication coordonnées ou conjointes sont sans doute susceptibles d'être plus efficaces.

⁶ Méthode SMART de définition des objectifs

⁷ Echanges avec Kimia TORBATI, chargée de communication à la FNSPF, en date du 26 mars 2018

⁸ Sondage IFOP du 15 mars 2017 et IPSOS de février 2017 relatifs aux services publics de proximité

Le schéma, ci-dessus, permet d'éclaircir les six cibles des SIS décrites et d'identifier l'ensemble des supports de communication disponibles ou mis en œuvre dans nos structures. Les communautés ainsi constituées rayonnent quant à elles les unes avec les autres.

Il devient donc essentiel de définir son public cible. Il s'agit d'une des étapes les plus importantes du plan de communication. Les supports devront principalement être adaptés aux cibles retenues.

Afin de pouvoir interagir avec les usagers, nos structures doivent intégrer l'évolution de nos populations. Le magazine le « Figaro » a réalisé une infographie permettant de visualiser la population française en 2060 en faisant le focus suivant : +10,5% d'habitants, un âge moyen de 45 ans, 32% de la population aura plus de 60 ans, 22% moins de 20 ans et 46% de la population aura entre 20 ans et 60 ans.

Les générations se succèdent et les habitudes ou l'éducation de ces dernières sont forcément à prendre en compte avec une évolution rapide des modes de communication pour atteindre les cibles et des canaux multiples. Des études récentes nous permettent de focaliser les habitudes des usagers en fonction des différentes tranches d'âge.

En effet, la société lkConseil s'est intéressée, en 2018, aux socionautes français afin de mieux cerner leurs comportements face aux médias sociaux. Cette étude identifie que les 19 -39 ans sont les plus connectés. Le smartphone, omniprésent est le support le plus utilisé et cible surtout trois supports incontournables pour communiquer : Facebook, You Tube, et Twitter.

La société Diplomeo s'est focalisée sur les 16-22 ans en interrogeant 3700 jeunes. Leur réseau favori à ce jour est Snapchat : 51% pour l'échange de photos, 56% pour les vidéos et 76% pour leurs stories.

Ils communiquent également avec leurs parents via cette application pour 47% d'entre eux. Nos SIS doivent donc avoir un regard neuf et attentif sur l'évolution des moyens de communication car les tendances évoluent vite en fonction des besoins, des communautés et des tranches d'âge.

A ce niveau, chaque SIS doit inventorier et classer ces cibles prioritaires, en distinguant le cœur de cible, la cible principale, puis la cible secondaire. Une fois, la cible ou les cibles identifiées, la plus grande partie des actions de communication et des moyens budgétaires leur être consacrée en communiquant sur les supports les plus porteurs en matière de diffusion.

1.2.3 Les objectifs

Les objectifs de communication peuvent être multiples. Néanmoins, des règles de base s'appliquent également à notre fonctionnement. « Les objectifs de communication correspondent aux réactions que l'on attend du récepteur. Un objectif de communication doit se définir selon 3 dimensions » :

- Le niveau cognitif (faire savoir) correspond au niveau de la connaissance. La communication a pour but la prise de conscience, l'attention, la notoriété et l'information de la cible au sujet d'une marque, d'un produit, d'une idée ou d'un partenaire ;
- Le niveau affectif (faire aimer) correspond au niveau de l'appréciation. La communication agit sur les attitudes. Elle a alors pour objet d'éveiller l'intérêt, le désir et la préférence des individus, des usagers ;
- Le niveau comportemental (faire agir) correspond quant à lui au niveau de l'action. Le but est d'entraîner une action se traduisant par un achat ou l'adoption d'un nouveau comportement ;

- Ces trois dimensions se retrouvent dans différents modèles de communication qui ont schématisé théoriquement les réactions du récepteur ⁹ :

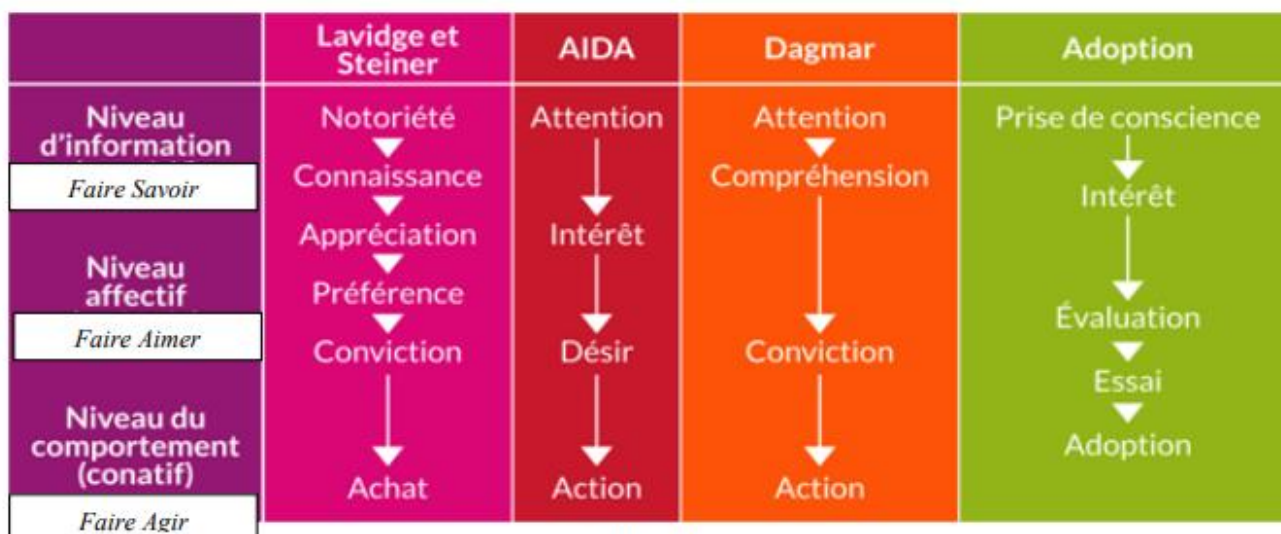


Figure 6

Ces objectifs doivent permettre de répondre à différentes attentes qui peuvent être pour les SIS d'asseoir leur image ou leur notoriété, d'attirer et convaincre des cibles (modèle Lavidge et Steiner), de rayonner dans un environnement, de modifier le comportement de nos cibles (modèle AIDA) ou de fédérer l'intérêt de nos communautés sur les réseaux sociaux. Chaque SIS est donc susceptible de se positionner sur l'un des modèles décrits ci-dessus. Par ailleurs, il ne faudra pas perdre de vue que les objectifs accompagnent la stratégie de la collectivité en communiquant sur ce qu'est la structure, ce qu'elle fait, la manière dont elle le fait, sa contribution au service public et son rôle sociétal.¹⁰

1.2.4 Le plan de communication

« Le plan de communication exprime la stratégie définie, et donc favorise sa diffusion et son appropriation par tous. Il permet de piloter, planifier, structurer et donc de gérer les moyens mis en œuvre : outils, actions de communication et moyens humains et financiers » ¹¹ . Cet outil de pilotage, qui est avant tout un projet collaboratif, se construit autour de deux étapes :

- Avec le groupe de pilotage, réunissant des communicants et des non communicants, un diagnostic de la stratégie est réalisé. Une rencontre des acteurs clés de la collectivité est indispensable sans écarter, bien au contraire, les réfractaires à la communication. Elle offre l'opportunité de récolter les enjeux, les réticences, les idées et les besoins en terme de communication. Une analyse de ces entretiens permet d'analyser et actualiser nos problématiques puis de définir trois à cinq orientations stratégiques, tout en précisant les objectifs prioritaires et les messages clés. Cette première étape doit être validée par le président du conseil d'administration et le directeur départemental tout en y associant l'autorité préfectorale. Une présentation en conseil d'administration paraît pertinente.

⁹ Les objectifs de communications, marketing étudiant, programme ISG

¹⁰ Fondamentaux de la communication publique territoriale, MOOC CNFPT, séquence 4

¹¹ Réussir son plan de communication, C. PERRIN et Sarah EMMERICH ; éditions territorial 2014

DOCUMENT 4

Site internet www.sis2b.corsica/communication-operationnelle-et-communication-de-crise - 27 mai 2024

EXERCICES ET FORMATIONS

COMMUNICATION OPÉRATIONNELLE ET COMMUNICATION DE CRISE

A l'approche de la campagne Feux de forêt 2024, des cadres des deux Services d'Incendie et de Secours de Corse ont suivi un stage consacré à la communication opérationnelle et la communication de crise à l'École des sapeurs-pompiers, à Corte. Une session coorganisée par les 2 SIS de Corse et le CNFPT, et animée par Carlo Zaglia du magazine « Soldats du feu » et expert en communication au SDIS 13.

Apporter la dimension communication opérationnelle et communication de crise

Après avoir été une option pendant de nombreuses années, la communication opérationnelle chez les sapeurs-pompiers est aujourd'hui une nécessité. Et pour informer le public et le rassurer, pour prévenir la population de l'action des secours lors d'évènements, les pompiers doivent désormais maîtriser l'outil qu'est la communication qui revêt des formats différents selon le support choisi, écrit, radiophonique, audio-visuel, ou numérique via les réseaux sociaux.



Du 14 au 16 mai 2024, des cadres des deux Services Incendies et de Secours de Corse ont donc été placés en situation professionnelle lors d'un stage Feu de Forêt niveau 4 et 5, qui sont les plus hauts niveaux opérationnels, et ont été accompagnés au Media training par Carlo Zaglia.

Quoi dire ? Comment le dire ? A qui le dire ?

Dans le domaine de la communication, Carlo Zaglia apprend aux pompiers à ne rien improviser. Après une carrière de pompier professionnel il devient communicant militaire, puis communicant à la Brigade des Sapeurs-Pompiers de Paris lors des attentats survenus en 1990. Il entame ensuite une nouvelle carrière de journaliste puis se spécialise dans la Com pour le SDIS 78, puis le SDIS 30, le 13 et le 83. Recruté par l'École Nationale Supérieure des officiers de sapeurs-pompiers comme formateur, il devient le référent national en matière de communication de crise et relation avec les médias. Il intègre également l'École d'application de la Sécurité civile pour développer une discipline nouvelle dans la communication opérationnelle pour le feu de forêt. Il est également fondateur des revues professionnelles « Soldats du feu Magazine » et « Véhicules d'incendie Magazine » qu'il dirige.



La Com est un vrai métier

Le credo de Carlo Zaglia: la com est un vrai métier. Convaincu que la Com-Ops est l'un des outils de ce métier car, explique-il à ses stagiaires, lors de situation de crise, sa maîtrise permet aux cadres qui sont sur-sollicités de réagir vite en prenant des décisions adaptées face à la pression des médias.

Conscients de l'importance de la communication opérationnelle et de la communication de crise, les directions des Services incendie de Haute-Corse et de Corse du sud ont donc souhaité intégrer cette formation dans le cadre d'un stage de maintien de compétences des cadres sur les niveaux de commandement Feux de Forêt 4 et 5.

A l'approche du début de la campagne Feux de forêt, ce travail innovant a été fait conjointement avec les groupements de formation et des opérations des 2 SIS, comme nous l'explique le Commandant Frederic Antoine-Santoni, chef du groupement formation du SIS 2B.

Depuis plusieurs années, les deux SIS de Corse travaillent conjointement au programme commun de formation des sapeurs-pompiers dans la perspective de la fusion des deux institutions, comme l'explique le Lieutenant-colonel César-Paul Lanfranchi, chef de groupement des ressources humaines et chargé du pôle pédagogique Feux de forêt du SIS 2A.

Participant à cette session de maintien de compétences des cadres sur les niveaux de commandement Feux de Forêt 4 et 5, le Commandant François Maestracci. Dans cet exercice, le chef du Groupement technique du SIS 2B est chef de secteur. Il figure parmi les premiers intervenants sur le sinistre. Il est bien sûr convaincu des avantages de cette formation qui conjugue gestion des moyens et prise de décision opérationnelle et communication en temps réel auprès des médias.



Au terme de trois jours de formation, les stagiaires ont réellement progressé dans la maîtrise de la communication. Un exercice d'équilibriste difficile, sans filet, qui doit rallier la véracité d'une information transmise au public par les services de secours et d'incendie et le besoin permanent de transmettre une image positive du travail accompli. Ce pari n'est jamais gagné d'avance même si auprès de la population les sapeurs-pompiers bénéficient de leur image d'anges gardiens.

Il faut donc apprendre à maîtriser la communication, ne jamais se laisser distraire ni entrainer par le flot des questions des journalistes. Mission accomplie avec le commandant Jean-Luc Baldovini, chargé de communication du COS pour cet exercice.

La communication opérationnelle et la communication de crise sont donc l'un des défis auxquels doivent faire face les sapeurs-pompiers à l'heure où les médias connaissent une véritable révolution depuis l'avènement des réseaux sociaux. L'influence de ces derniers va bien au-delà du travail des journalistes. Ils sont aujourd'hui capables d'alimenter en temps réel les moindres rumeurs véhiculées sans aucune règle par les followers. Pour les pompiers, le meilleur moyen de faire face en toute transparence à ce bouleversement est la formation, de façon régulière et avec les moyens adaptés. C'est la volonté affichée par les directions des SIS des 2 départements de Corse.



QUELQUES CONSEILS

1. Rester soi-même

La règle de l'exercice veut que vous répondiez à toutes les questions. Mais ne perdez pas tous vos moyens si vous séchez face à une interrogation du journaliste. Vous n'êtes pas infaillible.

2. À faire

- compassion pour les victimes
- rassurer les familles, les patients
- rassurer le public
- les soins sont assurés
- remercier les équipes
- rester dans le factuel
- être sincère, naturel et authentique
- tenir le même discours quel que soit l'organe de presse
- dire non à la presse peut être mal accepté par les journalistes ; le "non" est légitime s'il est argumenté et justifié. Cependant, moins on dit "non", meilleures sont les relations avec la presse
- interview télévisée : avant l'interview, vérifier l'arrière-plan (attention détournée, va-et-vient, exposition des patients ou des familles...)
la réponse vous appartient et vos propos sont les vôtres : au montage et dans le reportage, ne sera repris que ce qui est dit par l'interviewé, et pas nécessairement les questions : quelle que soit la phrase extraite, elle doit avoir du sens

3. À ne pas faire

- refuser par principe une demande de presse
- parler négativement (formule "ne pas" à proscrire)
- dramatiser
- minimiser
- mentir, même par omission
- juger
- accepter une interview sans avoir réfléchi aux réponses (même si on ignore les questions !)

4. Droit au but

- éliminez les précautions oratoires qui repoussent trop loin votre message :
"en tout état de cause, on ne peut pas dire que les choses se soient effectivement passées de cette manière même si celle-ci peut se comprendre au vu des événements qui nous ont été rapportés mais qui doivent encore être vérifiés. Pour notre établissement, tout cela est faux"
- attaquez directement le sujet : "Tout cela est faux. Nous précisons que..."
- allez à l'essentiel de ce que vous avez à dire
- faire simple, ce n'est pas faire pauvre. Faire simple : c'est enrichir le plus grand nombre

5. La question du journaliste

Dans certains cas, vous pouvez reformuler la question du journaliste dans votre réponse : l'auditeur sait immédiatement de quoi vous parlez. C'est aussi une manière de s'approprier le discours. De plus, au cours d'une interview enregistrée, les questions du journaliste ne sont pas diffusées. Parfois quelques relances du journaliste peuvent être conservées, mais c'est rare.

6. Le commentaire du journaliste

N'oubliez pas qu'au cours d'une interview enregistrée, le journaliste pourra reprendre dans son commentaire tous les éléments que vous avez évoqués pour réaliser son reportage. Il ne gardera alors que quelques secondes seulement de vos propos pour illustrer l'angle qu'il aura choisi.

7. Des images

Exprimez-vous par image pour mieux "donner à voir" votre message. Utilisez des exemples, des comparaisons, surtout lorsque votre information est complexe.

8. Vos tics

Repérez vos tics de langage. Nous en avons tous.

9. Votre domaine de compétence

Vous ne savez pas ? Expliquez : "Je ne suis pas en mesure de vous répondre à l'heure qu'il est. Dès que j'aurai des éléments, je vous les transmettrai".

Vous ne pouvez pas répondre ? Expliquez : "Dans ce domaine, seul le Préfet est en mesure de vous répondre".

Ou encore, avouez : "Je ne sais pas répondre à cette question..."

Ne sortez jamais de votre domaine de compétence.

10. Dire vrai

Une interview n'est pas un interrogatoire. Mais ne mentez pas. Dites la vérité. Habillez-là en fonction des risques et des enjeux, mais dites toujours la vérité. Ne trichez pas.

11. Penser "toujours" à son message

Enfin, répondre à une question inattendue ou embarrassante est toujours possible. C'est parfois le moyen de délivrer son message. L'une des formules utilisables est la suivante : "Je comprends votre question. Mais l'important dans cette affaire..."

Communication : Comment s'organisent les pompiers avec la presse » (extrait)

2 août 2022



Adhérer Au Club

0,00 €

ACTUALITÉ ▾ | LE CLUB ▾ | L'ANNUAIRE ▾ | LES TROPHÉES ▾ | CONTACT | SE CONNECTER



Feu/Communication : Comment s'organisent les pompiers avec la presse

La vie de la com

Les pompiers du Gard sont très sollicités à cause de nombreux incendies qui ont ravagé, en cumul, près de 2000 hectares au cours de 1280 incendies dans le département depuis le début de l'année. C'est plus que toute l'année dernière et plus encore que toute l'année 2019 marquée par l'incendie de Générac qui avait coûté la vie à Franck Chesnau, pompier du ciel. Il y a 3 ans on avait cumulé, sur toute l'année, 2180 feux pour 1550 ha brûlés.

Interview avec le patron de la com des pompiers du Gard (Sdis30), le lieutenant-colonel Eric Agrinier, par ailleurs en charge de la citoyenneté mais aussi membre du Club.

Comment est organisé ton service en termes de communication ?

Il y a en fait deux services. L'un est rattaché à la direction du Sdis, et un service audiovisuel qui vient accompagner la com interne, externe et institutionnelle. Ce service réalise notamment des tutos dans le cadre de la formation.

Chez moi, il y a notamment un Community manager, Jérôme Puech, qui gère nos réseaux sociaux, mais aussi Jean-Claude Skaff (chef du service audiovisuel) et Cathy Grelu, chef du service com (tous les trois membres du Club, ndlr).

En matière de communication opérationnelle, un officier sapeur-pompier est chargé de répondre aux médias tous les jours. Il y a un système d'astreinte 7/7 H24. J'en fais partie.

Est-ce le cas de tous les Sdis de France ?

Non. Tous n'ont pas un service Com et tous n'ont pas une organisation de communication opérationnelle. D'une manière générale, les Sdis du sud-est sont bien organisés en raison des risques incendies et inondations, récurrents sur nos territoires.

Quelles sont vos relations avec les journalistes sur le terrain ? Vous gênent-ils dans votre travail ?

Nos relations sont bonnes ! Et non, les journalistes ne nous gênent pas car l'organisation mise en place permet de mettre à leur disposition les éléments d'information dont ils ont besoin pour faire leur métier. Nous éditons quotidiennement plusieurs communiqués de presse avec des données fiables et recoupées. Pour répondre aux interviews et aux besoins en images, nous déployons un pompier communicant sur les lieux d'incendie. Il est chargé d'emmener sur site, quand c'est possible, les professionnels de l'information. Organiser les choses ainsi permet à tout me monde d'évoluer en sécurité et d'obtenir les réponses qu'il cherche. L'objectif est que pompiers comme journalistes y trouvent leur compte. Sur le long terme, cela installe avec la presse locale et les correspondants

régionaux une relation de confiance. Tout au long de l'année on utilise, dans le bon sens du terme, cette relation pour faire passer des messages préventifs. Les médias sont plus réceptifs.

Ne pas jeter son mégot par la fenêtre, ne pas fumer en forêt... Pourquoi ces messages a priori simples à comprendre ne sont-ils pas respectés ?

C'est une bonne question... et si j'avais la réponse, on apporterait les correctifs adéquats. En France, le citoyen est éduqué sous la devise de « Liberté Egalité Fraternité » mais il retient surtout la liberté. Et sur cet autel, il considère que ces messages ne le concernent pas... Il faut malheureusement souvent que le citoyen soit confronté lui-même au risque pour se rendre compte de la gravité des faits...

Dans l'Hérault, un pompier volontaire est suspecté d'avoir allumé un feu. Dans le Gard, à Sernhac, c'est une personne en charge de la surveillance des feux qui est suspectée... Comment les pompiers se préviennent-ils du risque d'abriter des pyromanes ?

Avant recrutement, des professionnels comme des volontaires, il y a notamment des entretiens auxquels on intègre un psychologue qui détecte ses profils susceptibles d'être douteux, et pas seulement en termes de pyromanie. Malheureusement, comme dans chaque profession, le risque zéro n'existe pas.

Et sinon, chez toi, qui s'occupe du barbecue ?

(Rires) Je n'ai pas de barbecue mais une plancha dont je m'occupe personnellement ! Elle est placée entre 4 murs. Elle est donc couverte et elle se ferme avec un couvercle ! Il n'y a pas de risque d'étincelles. Je dois quand même t'avouer qu'avec toute l'activité de cet été, je ne l'ai pas beaucoup utilisée !

Code de la sécurité intérieure

Version en vigueur au 12 novembre 2024

Partie législative (Articles L111-1 à L898-1)
LIVRE VII : SÉCURITÉ CIVILE (Articles L711-1 à L768-2)
TITRE IV : ORGANISATION DES SECOURS ET GESTION DES CRISES (Articles L741-1 à L742-15)
Chapitre II : Opérations de secours (Articles L742-1 à L742-15)

Section 1 : Direction des opérations de secours (Articles L742-1 à L742-7)

Article L742-1

Modifié par LOI n°2023-22 du 24 janvier 2023 - art. 27

La direction des opérations de secours relève de l'autorité de police compétente en application des dispositions de l'article L. 132-1 du présent code et des articles L. 2211-1, L. 2212-2 et L. 2215-1 du code général des collectivités territoriales, sauf application des dispositions prévues par les articles L. 742-2 à L. 742-7.

Le directeur des opérations de secours est assisté d'un commandant des opérations de secours en application de l'article L. 1424-4 du code général des collectivités territoriales.

Les opérations de secours sont constituées par un ensemble d'actions ou de décisions caractérisées par l'urgence qui visent à soustraire les personnes, les animaux, les biens et l'environnement aux effets dommageables d'accidents, de sinistres, de catastrophes, de détresses ou de menaces. Elles comprennent les opérations réalisées dans le cadre des missions définies à l'article L. 1424-2 du même code.

Article L742-2

Modifié par LOI n° 2019-1461 du 27 décembre 2019 - art. 75

En cas d'accident, sinistre ou catastrophe dont les conséquences peuvent dépasser les limites ou les capacités d'une commune, le représentant de l'Etat dans le département mobilise les moyens de secours relevant de l'Etat, des collectivités territoriales et des établissements publics. En tant que de besoin, il mobilise ou réquisitionne les moyens privés nécessaires aux secours. Il assure la direction des opérations de secours. Il déclenche, s'il y a lieu, le plan Orsec départemental.

Lorsque le représentant de l'Etat prend la direction des opérations de secours, il en informe les maires des communes dont le territoire est concerné par ces opérations.

Article L742-2-1

Création LOI n°2023-22 du 24 janvier 2023 - art. 27

Lorsque surviennent des événements de nature à entraîner un danger grave et imminent pour la sécurité, l'ordre ou la santé publics, la préservation de l'environnement, l'approvisionnement en biens de première nécessité ou la satisfaction des besoins prioritaires de la population définis à l'article L. 732-1, le représentant de l'Etat dans le département du siège de la zone de défense et de sécurité peut, si le représentant de l'Etat dans le département l'estime nécessaire pour assurer le rétablissement de l'ordre public, mettre en œuvre les actions mentionnées au dernier alinéa de l'article L. 742-1 et prévenir et limiter les conséquences de ces événements, autoriser le représentant de l'Etat dans le département, à ces seules fins, à diriger l'action de l'ensemble des services et des établissements publics de l'Etat ayant un champ d'action territorial, qui sont alors placés pour emploi sous son autorité. Le représentant de l'Etat dans le département prend les décisions visant à assurer le rétablissement de l'ordre public, à mettre en œuvre les actions mentionnées au même dernier alinéa ou à prévenir et à limiter les conséquences de ces événements, après avis de l'autorité compétente de l'établissement public placé sous son autorité en application du présent article.

La décision du représentant de l'Etat dans le département du siège de la zone de défense et de sécurité est prise pour une durée maximale d'un mois. Elle détermine les circonscriptions territoriales à l'intérieur desquelles elle s'applique. Elle peut être renouvelée, dans les mêmes formes, par période d'un mois au plus, si les conditions l'ayant motivée continuent d'être réunies. Il est mis fin sans délai à la mesure dès que les circonstances qui l'ont justifiée ont cessé.

Article L742-3

Création Ordonnance n°2012-351 du 12 mars 2012 - Annexe, v. init.

En cas d'accident, de sinistre ou de catastrophe dont les conséquences peuvent dépasser les limites ou les capacités d'un département, le représentant de l'Etat dans le département du siège de la zone de défense et de sécurité mobilise les moyens de secours publics relevant de l'Etat, des collectivités territoriales et des établissements publics. En tant que de besoin, il mobilise ou réquisitionne les moyens privés nécessaires aux secours. Il attribue les moyens de secours aux autorités chargées de la direction des secours et prend les mesures de coordination nécessaires à la conduite de ces opérations. Il déclenche, s'il y a lieu, le plan Orsec de zone.

Le représentant de l'Etat dans le département du siège de la zone de défense et de sécurité peut déléguer tout ou partie de ces attributions au représentant de l'Etat dans l'un des départements de la zone.

Article L742-4

Création Ordonnance n°2012-351 du 12 mars 2012 - Annexe, v. init.

En cas d'accident, de sinistre ou de catastrophe dont les conséquences peuvent affecter plusieurs départements relevant de zones de défense et de sécurité distinctes, les compétences attribuées par l'article L. 742-3 sont exercées par le représentant de l'Etat dans le département du siège de l'une des zones de défense et de sécurité intéressées désigné par l'autorité administrative compétente.

Le représentant de l'Etat ainsi désigné peut déléguer tout ou partie de ces attributions au représentant de l'Etat dans l'un des départements des zones intéressées.

Article L742-5

Création Ordonnance n°2012-351 du 12 mars 2012 - Annexe, v. init.

En cas d'accident, de sinistre ou de catastrophe en mer, le représentant de l'Etat en mer mobilise et met en œuvre les moyens de secours publics et privés nécessaires. Il assure la direction des opérations de secours en mer. Il déclenche, s'il y a lieu, le plan Orsec maritime et en informe le représentant de l'Etat dans le département du siège de la zone de défense et de sécurité intéressé.

Lorsqu'un accident majeur ayant son origine en mer conduit au déclenchement du plan Orsec maritime et d'un plan Orsec départemental ou de zone, le représentant de l'Etat dans le département du siège de la zone de défense et de sécurité s'assure de la cohérence des actions terrestre et maritime.

Article L742-6

Création Ordonnance n°2012-351 du 12 mars 2012 - Annexe, v. init.

En cas d'accident, de sinistre ou de catastrophe d'ampleur nationale, le ministre chargé de la sécurité civile ou, le cas échéant, le ministre chargé de la mer coordonne la mise en œuvre des moyens de l'Etat, des collectivités territoriales et des établissements publics. Il mobilise les moyens privés nécessaires aux secours et les attribue à l'autorité chargée de la direction des opérations de secours.

Article L742-7

Création Ordonnance n°2012-351 du 12 mars 2012 - Annexe, v. init.

Les compétences attribuées au représentant de l'Etat dans le département par les dispositions du présent livre sont exercées à Paris et dans les départements des Hauts-de-Seine, de la Seine-Saint-Denis et du Val-de-Marne par le préfet de police.

Le préfet de police arrête, après avoir pris l'avis du représentant de l'Etat de chacun des départements des Hauts-de-Seine, de la Seine-Saint-Denis et du Val-de-Marne, le plan Orsec interdépartemental. Il assure la direction des opérations de secours.

Les compétences attribuées au représentant de l'Etat dans le département du siège de la zone de défense et de sécurité par les dispositions du présent titre sont exercées dans la zone de défense et de sécurité de Paris par le préfet de police.

Section 2 : Secours aux personnes en détresse (Articles L742-8 à L742-10)

Article L742-8

Création Ordonnance n°2012-351 du 12 mars 2012 - Annexe, v. init.

L'Etat coordonne la mise en œuvre opérationnelle de l'ensemble des moyens de secours pour la recherche et le sauvetage des personnes en détresse en mer.

Article L742-9

Création Ordonnance n°2012-351 du 12 mars 2012 - Annexe, v. init.

Les organismes de secours et de sauvetage en mer sont agréés par l'autorité administrative.

Article L742-10

Création Ordonnance n°2012-351 du 12 mars 2012 - Annexe, v. init.

Les modalités d'organisation et de mise en œuvre du secours et du sauvetage en mer ainsi que les conditions de l'agrément et de l'exercice des activités des organismes de secours sont fixées par décret en Conseil d'Etat.