



HAL
open science

La communication gouvernementale française face à la menace terroriste depuis 2015

Antoine Malet

► **To cite this version:**

Antoine Malet. La communication gouvernementale française face à la menace terroriste depuis 2015. Sciences de l'information et de la communication. 2018. dumas-02930139

HAL Id: dumas-02930139

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02930139>

Submitted on 4 Sep 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Entreprises et institutions

Option : Entreprises, institutions et politique

La communication gouvernementale française face à la menace terroriste depuis 2015

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Lucie Raymond

Nom, prénom : MALET Antoine

Promotion : 2017-2018

Soutenu le : 19/09/2018

Mention du mémoire : Bien

Table des matières

Remerciements.....	4
Introduction.....	6
I. Le rapport entre communication et attitudes dans une démarche de communication publique.....	15
A. La communication, vecteur d'influence sur les attitudes des citoyens.....	15
a. Attitudes et comportements : un rapport cause-effet.....	15
b. Quand l'État communique pour modifier les habitudes de la population.....	20
B. Les spécificités du sujet du terrorisme dans la communication.....	25
a. La recherche d'un ton juste pour éviter l'écueil « anxiogène ».....	25
b. L'approche américaine, une communication sur les risques scénarisée et décomplexée.....	30
II. La communication institutionnelle française face au terrorisme, entre enjeux de protection et d'éducation de la population.....	36
A. La mise en avant d'un État prêt à répondre aux menaces.....	36
a. Plan Vigipirate, « Beauvau Alerte », des outils de vigilance et de prévention des citoyens.....	36
b. Les enjeux de la coordination interministérielle dans la communication.....	41
B. Expliquer pour préparer aux dangers : les défis d'une approche pédagogique.....	46
a. « Réagir en cas d'attaque terroriste » : une campagne novatrice.....	46
b. Éduquer aux gestes qui sauvent, corollaire du travail de prévention.....	51

III. Le discours politique, vecteur d'un récit national réconfortant et fédérateur.....	56
A. La parole politique comme rempart face au choc et à l'émotion de la nation.....	56
a. Communiquer pour rendre hommage et « panser les plaies ».....	56
b. Affronter et dépasser la crise de la confiance.....	60
B. L'usage d'un discours performatif pour donner confiance à la population.....	65
a. La mobilisation contre un ennemi commun.....	66
b. L'exaltation d'un esprit de « résilience » au sein du peuple français.....	71
Conclusion.....	75
Bibliographie.....	81
Annexes.....	85
Résumé.....	141
Mots-clés.....	142

Merci à tous ceux ayant accepté de répondre à mes questions. Parmi eux, une pensée spéciale aux membres du département Communication de crise et communication territoriale de l'État du Service d'information du Gouvernement, qui m'ont si bien accueilli et formé pendant six mois.

Merci à Lucie Raymond pour son aide et pour être restée patiente face aux multiples rebondissements ayant émaillé la construction de ce travail.

Merci à Max Morgenthaler, inventeur du café soluble.

Et évidemment, merci à tous ceux qui me sont chers et qui se reconnaîtront en lisant cette phrase.

« *Ni despotisme ni terrorisme. Nous voulons le progrès en pente douce.* »

- Victor Hugo, *Les Misérables* (1862)

La France et les Français ont commencé l'année 2015 dans un état de sidération assez inédit. Le 7 janvier au matin, deux hommes armés font irruption dans les locaux parisiens de la rédaction de l'hebdomadaire satirique *Charlie Hebdo*. Ils tirent à l'arme de guerre sur tous les êtres humains qu'ils croisent, ou presque, décimant une bonne partie de l'équipe du journal. Ce dernier était dans l'oeil du collimateur pour avoir publié, il y a quelques années de cela, des caricatures de Mahomet, prophète de l'islam. En parallèle, un autre terroriste organise une prise d'otages dans un supermarché casher de la porte de Vincennes après avoir tué une policière municipale. Bilan de ces escapades meurtrières : douze morts et onze blessés. Journalistes, dessinateurs, policiers, juifs ou tout simplement des personnes ayant eu le malheur de se trouver au mauvais endroit au mauvais moment : tous sont tombés sous les balles d'un projet criminel perpétré au nom de la religion musulmane et dirigé contre la France, ses habitants et ses valeurs.

« La France est en guerre contre le terrorisme », déclare le Premier ministre Manuel Valls peu après les attentats¹. Une déclaration qui sonne comme un coup de tonnerre dans un pays officiellement en état de paix. Mais, et les mois et les années à suivre allaient en offrir de tristes illustrations, cette guerre semble bel et bien avoir lieu. C'est une guerre qui ne connaît ni batailles ni tranchées, une guerre asymétrique face à un ennemi souvent issu de nos propres rangs². L'attaque contre la rédaction de *Charlie* génère une vague d'émotion exceptionnelle dans le monde occidental, ou dans ce qu'il convient d'appeler « l'opinion globale »³, qui considère cet attentat contre une attaque directe envers la liberté et la démocratie. Le 10 et le 11 janvier 2015, plus de quatre millions de Français défilent dans la rue pour exprimer leur solidarité envers les victimes et leur attachement à la liberté de la presse. Ce nombre, dans un contexte de faible mobilisation politique et syndicale, dit à lui seul toute la spécificité de cet événement : ici, « la quantité fait qualité »⁴. Par son ampleur donc, mais aussi sa spontanéité et sa force symbolique (des gens prennent des policiers dans leurs bras ou brandissent des crayons pour défendre la liberté de caricaturer), ce mouvement apparaît alors comme le reflet d'une communauté nationale semblant faire bloc autour de ses valeurs.

¹ Discours prononcé devant l'Assemblée nationale le 13 janvier 2015.

² Les trois assaillants des attentats de janvier 2015 étaient de nationalité française.

³ POUTHIER, Jean-Luc, « La démocratie face au terrorisme », *Études*, 2015/3 (mars), p. 5.

⁴ KAIL, Michel, « Le 11 janvier. Avant, après », *L'Homme & la société*, 2015/3 (n° 197), p. 9.

Néanmoins, au fil de l'année 2015, d'autres attentats, réussis ou avortés, choquent l'opinion et plongent davantage le pays dans un climat de fébrilité, où plane une menace de tous les instants. En avril, une jeune femme est tuée par un étudiant radicalisé ayant projeté d'attaquer une église en région parisienne. En juin, un chef d'entreprise est décapité par un de ses employés dans l'Isère. En août, un massacre est évité de peu quand un homme armé d'une kalachnikov est désarmé de justesse dans un train Thalys faisant la liaison entre Amsterdam et Paris. Le 13 novembre, Paris est visée par une nouvelle attaque et cette fois-ci, le bilan est plus lourd que jamais. 130 personnes sont assassinées par trois commandos de neuf personnes, dont 90 dans le seul Bataclan, où se déroulait un concert. Au-delà de la donnée arithmétique, faisant de cet événement l'attentat le plus meurtrier commis sur le sol français, les événements du 13 novembre ont entériné l'idée d'un danger diffus, permanent et menaçant toutes les strates de la société. Car aussi dramatiques soient-ils, les événements de janvier étaient très ciblés. Ils visaient spécifiquement des journalistes, des dessinateurs, des juifs ou encore des policiers. Les victimes de novembre furent choisies « au hasard », assassinées alors qu'elles étaient simplement attablées à la terrasse d'un café ou en train de danser au rythme d'un concert de rock.

Évidemment, la France a déjà maintes fois payé le prix du sang au fil de son histoire multiséculaire. Et elle a déjà connu des actes terroristes inspirés par une idéologie religieuse extrémiste. Mais la régularité des attentats, leur mode opératoire et leur lourd bilan humain fait que le climat de menace qui apparaît en 2015 est assez inédit. L'intensité des attentats commis sur le territoire national depuis lors n'a pas d'équivalent : plus de quinze attaques ou tentatives d'attaques ayant causé la mort de 246 personnes à date d'août 2018. Paris n'est pas la seule ville touchée, l'horreur du terrorisme allant jusqu'à investir les petites villes, que ce soit à Trèbes (Aude) ou à Saint-Étienne-du-Rouvray (Seine-Maritime). Les modes opératoires semblent être sans limites : des enfants sont tués écrasés par un camion, des gens innocents sont égorgés ou décapités⁵, sans autre justification que le fait d'être Français.

Le « risque zéro » n'existant pas, le débat sur les mesures à prendre pour empêcher que de tels actes soient commis dépasse très vite le domaine répressif et sécuritaire. Le terrorisme en France devient le catalyseur de véritables débats de société sur les

⁵ Référence à l'attentat de Nice et aux attentats de Saint-Étienne-du-Rouvray, Saint-Quentin-Fallavier (Isère) ou encore de la Gare Saint-Charles à Marseille.

fractures traversant le pays. On se demande même « comment réparer la France »⁶ tandis que le Premier ministre Manuel Valls évoque un « apartheid territorial, social, ethnique »⁷. Car à la peur des actes terroristes en elle-même s'ajoute une angoisse bien particulière : celle de voir des « enfants de la République », souvent nés, élevés et éduqués en France, retourner les armes contre leur pays. Depuis 2014, 1700 Français ont rejoint l'État islamique⁸, groupe terroriste ayant alors conquis de vastes portions de l'Irak et de la Syrie. Daesh, nom arabe de l'organisation, communique de manière bien plus sophistiquée que ses prédécesseurs. Magazines, brochures, films, chansons, agences de presse, radios, réseaux sociaux... sont autant d'outils à même de séduire des jeunes occidentaux rompus aux codes de la modernité.

Ce constat confronte les gouvernements⁹ à un enjeu majeur : communiquer pour riposter. Aucune armée au monde ne peut venir à bout de ce poison qui s'infiltré dans les têtes. La communication et l'élaboration d'un contre-discours étatique à la propagande de l'ennemi sont essentiels pour tenter de tarir le mal à la racine. Le monde a changé et les groupes terroristes n'effectuent plus leur propagande en envoyant des cassettes à Al-Jazeera¹⁰. Internet, ses réseaux sociaux et ses systèmes de messagerie cryptée, sont des canaux de diffusion inespérés pour ceux souhaitant prôner leurs messages de haine et d'appel au meurtre. La multiplication des attentats et la force de cette propagande ont confronté la France à une réalité : la communication gouvernementale doit aider à protéger l'ensemble des citoyens du danger, en les préparant et en les formant à la gestion du risque.

Nous considérerons ici le terme de communication gouvernementale selon la définition qu'en donne Christian Bigaut¹¹ : elle comprend « la communication politique qui est le fait du chef de l'État et des membres du gouvernement ainsi que la communication sociale qui recouvre les sujets aussi différents que la lutte contre les maux économiques, la promotion des valeurs sociales, la prévention des accidents... » Nous qualifierons ici cette communication « *sociale* » de communication institutionnelle,

⁶ DUVAL, Guillaume, « Après les attentats, comment réparer la France », *Alternatives économiques*, 2015/2 (N° 343), p. 10.

⁷ Discours prononcé lors de ses vœux à la presse le 20 janvier 2015.

⁸ « La question des djihadistes français revenant d'Irak ou de Syrie », *L'Express.fr*.

⁹ La France n'est évidemment pas la seule concernée par la radicalisation de certains de ses citoyens.

¹⁰ C'est par le biais de cette chaîne de télévision qatarienne qu'Oussama Ben Laden avait revendiqué les attentats du 11 septembre 2001.

¹¹ BIGAUT, Christian, « La Communication Gouvernementale », *La Revue Administrative*, vol. 41, no. 244, 1988, p. 373.

car assurée par les institutions publiques : les ministères et autres administrations de l'État. Au sein d'entre elles, le Service d'information du Gouvernement (SIG), placé sous l'autorité du Premier ministre, est une institution stratégique. Le SIG a trois missions¹² : informer le Premier ministre sur l'évolution de l'opinion publique et le traitement médiatique de l'action du gouvernement, valoriser l'action du Premier ministre et du gouvernement et assurer la coordination interministérielle de la communication du gouvernement. À ce titre, il assure la réalisation de campagnes de communication ministérielles et il gère la présence de la marque « Gouvernement » sur internet et sur les réseaux sociaux.

Au sein du SIG existe depuis 2011 le département Communication de crise et communication territoriale de l'État. Les missions de ce département sont diverses et variées. Sur le volet communication de crise, il a en charge la création d'outils pour acculturer la population aux risques majeurs et optimiser la communication en situation de crise, l'animation éditoriale de l'espace « Risques ! » sur le site du gouvernement, la professionnalisation des communicants de crise de l'État, la coordination de la communication interministérielle en cas de crise et la mise à disposition des autorités locales et nationales des outils d'aide à la gestion de crise. Sur le volet communication territoriale, il s'occupe de promouvoir les campagnes et actions du Gouvernement via les communicants des préfectures, de professionnaliser les communicants territoriaux de l'État dans le champ numérique et de refondre et de déployer l'internet départemental de l'État.

Effectuer un stage au sein de ce département était une opportunité unique de découvrir les ressorts de la communication de crise interministérielle. Par ailleurs, être témoin des réflexions sur le déploiement de nouvelles stratégies d'acculturation à la menace terroriste, participer à un exercice de crise Vigipirate et aider à animer le réseau des communicants territoriaux de l'État sont autant d'expériences ayant présidé à la genèse de ce travail. Car parmi les différentes missions et actions du SIG que nous venons d'évoquer, il en est bien une qui nous intéresse ici particulièrement : la communication face au risque terroriste. En 2015, le SIG a commencé à produire des contenus destinés à modifier les attitudes des citoyens vis-à-vis de ce risque. Les premiers contenus produits étaient consacrés aux phénomènes de radicalisation. La campagne « Stop djihadisme », qui a eu un certain écho médiatique, s'adressait en effet aux jeunes Français tentés par l'idéologie prônée par les groupes islamistes, le but étant

¹² <https://www.gouvernement.fr/missions-du-sig>.

de les dissuader de passer à l'acte et de rejoindre l'ennemi. Le spectre s'est ensuite considérablement élargi : après les attentats du 13 novembre a été décidée la création d'une campagne s'adressant au grand public et visant cette fois-ci à informer l'ensemble des citoyens sur les bons gestes à adopter en cas d'attaque terroriste.

Ces projets ont été guidés par une préoccupation centrale : celle de développer une « culture du risque » dans une population qui n'a pas été habituée à adopter une attitude parfaitement consciente des dangers. On qualifiera ce processus « acculturation ». L'acculturation au sens strict désigne, selon Cécilia Courbot, « l'ensemble des phénomènes et des processus qui accompagnent la rencontre entre deux cultures différentes »¹³. La modification du comportement des citoyens entre dans ce schème, car elle consiste dans l'importation de règles et de valeurs exogènes. Éviter les regroupements massifs dans la rue ou sur les trottoirs, repérer les sorties de secours dès que l'on entre dans un endroit, plus globalement, être conscient et alerte vis-à-vis de l'étendue des risques du terrorisme... Ce sont des réflexes devenus logiques voire naturels depuis l'irruption de la menace dans le quotidien de la population mais qui n'allaient pas nécessairement de soi auparavant. Dans le cadre de cette stratégie, le SIG collabore avec le Secrétariat Général de la Défense et de la Sécurité Nationale (SGDSN), structure également placée sous l'autorité du Premier ministre et qui a notamment pour mission « d'anticiper les risques et les menaces, préparer la réponse aux crises, réagir en cas de crise et protéger le secret de la défense et de la sécurité nationale »¹⁴.

En complément de la communication institutionnelle, la parole politique a un rôle à jouer. Le président de la République, son Premier ministre ou les membres du gouvernement ont par leur discours la capacité d'entraîner la nation derrière certains projets ou certaines valeurs. À la lumière des éléments évoqués précédemment, il apparaît clairement que 2015 fut une année charnière pour la communication gouvernementale face au terrorisme. La France vit dans un climat de menace inédit depuis lors et fait surtout face à un nouvel acteur, à savoir Daesh, qui, par sa maîtrise inédite des outils de communication, pousse l'État à répliquer. La vie quotidienne des Françaises et des Français a connu un avant et un après 2015. Aujourd'hui, 65 % des Français se sentent en insécurité dans les transports, 61 % dans les gares et aéroports

¹³ COURBOT, Cécilia, « De l'acculturation aux processus d'acculturation, de l'anthropologie à l'histoire. Petite histoire d'un terme connoté », *Hypothèses*, vol. 3, no. 1, 2000, p. 125.

¹⁴ www.sgdsn.gouv.fr.

et 44 % dans les sites touristiques¹⁵. Ceci implique des changements dans la manière de vivre sa vie et de se comporter au quotidien. Forte de ce constat, la puissance publique doit adapter sa communication à cet état de fait.

Comment la communication gouvernementale tente-t-elle d'influer sur les attitudes des Français face à la menace terroriste depuis 2015 ?

L'intérêt de ce questionnement réside tout d'abord dans l'appréciation de la complexité d'un tel contexte. Communiquer est un art qui peut rapidement être rendu compliqué par la sensibilité de certains sujets aux yeux des citoyens. Il n'est pas facile de parler de tout, à tout le monde, et en particulier de terrorisme, qui recouvre des enjeux de vie ou de mort et des sujets d'importance stratégique pour la sécurité de l'État. Il est donc indispensable de mesurer le poids de chaque mot, chaque phrase, chaque image. De plus, le statut de l'émetteur entre directement en ligne de compte : c'est l'État qui s'exprime, et il est évident que l'État ne peut pas dire n'importe quoi, à n'importe quel moment. En outre, la cohérence de ce qu'expriment ses différents représentants est essentielle, sous peine d'une cacophonie qui peut durablement abîmer le lien avec les citoyens.

Le concept d'attitude est intrinsèquement lié à celui de comportement. L'attitude correspond à « l'ensemble des opinions manifestées par un individu, un groupe social ou une institution, se traduisant par un comportement habituel ou circonstancié »¹⁶. Comme nous le verrons plus en détail, changer les comportements revient à changer les attitudes et vice-versa. Néanmoins, les « attitudes des citoyens » en tant que concept global a de nombreuses ramifications et est en fin de compte, difficile à objectiver. Chaque être humain étant différent, comment faire un constat global de la manière dont un peuple va réagir à tel ou tel événement ? C'est pour cela que notre analyse s'intéressera aux attitudes des citoyens vues comme « objet » de la communication gouvernementale. Il ne s'agit donc pas ici d'élaborer un modèle basé sur les sciences de la psychologie pour apporter une réponse définitive à la question de l'efficacité d'une communication visant à faire changer les attitudes. Il s'agit seulement de s'intéresser aux moyens employés par la communication gouvernementale pour atteindre cet objectif et les implications stratégiques, discursives voire politiques de telles stratégies.

¹⁵ Enquête réalisée par Odoxa pour Fiducial, septembre 2017.

¹⁶ *Le Petit Larousse illustré 2018*.

Nous apporterons des éléments de réponse à cette problématique en nous appuyant sur un corpus constitué de campagnes de communication, de discours et de déclarations politiques et de lectures diverses. Cette base documentaire est complétée et mise en perspective par une série d'entretiens menés avec des professionnels de la communication dans un contexte de menace terroriste. Ce travail de recherche ayant pour but d'analyser le fonctionnement et les enjeux de cette communication, il est essentiel de donner la parole à certains de ses acteurs et concepteurs. Chacune des personnes interrogées a été sélectionnée en raison de son expertise et de son expérience. Ont été interviewés, dans l'ordre, durant le mois de juin 2018 :

- **Sébastien Valère**, chargé de communication digitale au département Communication de crise et communication territoriale de l'État au SIG. Il a contribué à la création des « tutos risques », campagne d'acculturation aux risques du SIG lancée en 2017. Prenant la forme de vidéos adoptant un ton décalé et reprenant les codes des « YouTubeurs », ces mini tutoriels ont vocation à présenter les bons comportements à adopter face aux risques majeurs.

- **Marie-Laure Simon-Beaulieu**, directrice adjointe du SIG entre 1995 et 1998. Elle a vécu « de l'intérieur » la série d'attentats terroristes perpétrés par le GIA algérien en 1995¹⁷. Elle peut donc témoigner de deux évolutions : premièrement, celle du fonctionnement du SIG, et deuxièmement, celle de la communication gouvernementale dans un contexte de menace terroriste.

- **Éva Quickert-Menzel**, responsable du département Communication de crise et communication territoriale de l'État au SIG. À la tête du département depuis sa création en 2011, elle a donc directement contribué à la campagne d'acculturation au risque terroriste mise en œuvre depuis les attentats de 2015.

- **Olivier Martin**, chargé de communication de crise au ministère de la Santé entre 2015 et 2017. Il a vécu, au sein de la cellule de crise du ministère, les attentats du 13 novembre 2015 à Paris et du 14 juillet 2016 à Nice. Son expertise de la communication de crise dans un ministère directement impliqué par la menace terroriste, car chargé de

¹⁷ Le GIA, pour Groupe Islamique Armé, projetait de renverser le gouvernement en place en Algérie pour y instaurer un État islamique. Il est à l'origine de plusieurs attentats ou tentatives d'attentats en France durant l'année 1995, dont l'attaque du RER B à la station Saint-Michel, qui fit huit morts et une centaine de blessés.

la santé des citoyens, donne à réfléchir sur le lien entre les citoyens et la communication publique.

- **Stéphanie Le Gagne**, cheffe de l'unité communication de crise au ministère de l'Intérieur. Elle est experte des rouages de la communication interministérielle en cas de crise. Par ailleurs, à l'instar du ministère de la Santé, le ministère de l'Intérieur est en première ligne en cas d'attentat : il représente les forces de l'ordre et assure à ce titre la sécurité du territoire national.

Nous avons identifié deux hypothèses de travail. Premièrement, la notion d'équilibre de ton dans la communication paraît centrale. Une bonne stratégie de communication ne peut faire l'économie d'une approche équilibrée. L'identité du récepteur d'un message, la perception que ce dernier peut avoir de l'émetteur, le contexte historique ou politique, la charge symbolique portée par certains mots ou certaines images... sont autant de facteurs à prendre en compte. Ici, nous avons affaire à deux concepts assez singuliers, à savoir l'État et le terrorisme. L'État, comme nous l'avons mentionné précédemment, représente une charge symbolique énorme et ne peut pas se permettre de dire ce que d'autres émetteurs peuvent dire. Par ailleurs, une certaine rupture de confiance s'est progressivement instituée entre lui et les citoyens¹⁸. Le terrorisme incarne lui une violence endémique, une peur intense, des conséquences funestes sur la vie des gens et un rejet total de la France et de ses valeurs.

C'est donc un véritable défi qui se présente : celui de l'équilibre et de la précaution. Avertir sur les dangers du terrorisme ? Oui, mais si possible sans angoisser. Donner des consignes aux gens pour assurer leur sécurité ? Oui, mais sans donner l'impression de leur donner des ordres ou de porter atteinte à leur liberté. Une subtile pondération est à trouver entre la prise de conscience nécessaire du danger qu'encourent les citoyens et la fabrication d'un climat anxigène où le sentiment que l'on risque sa vie tous les jours peut peser sur le bien-être de la société. Et quid de l'humour ou de la dérision ? Est-il possible de traiter un tel sujet avec une approche innovante ou décalée ? Gageons que ce genre de questions orientent et déterminent les choix de communication effectués par l'État et ses représentants pour lutter contre le risque terroriste.

¹⁸ Seulement 32 % des Français déclarent avoir confiance en l'État (enquête d'Occurrence pour l'association Communication publique, mai 2015).

Deuxièmement, dans la communication gouvernementale, nous avons déjà identifié deux niveaux : la communication institutionnelle, élaborée par les ministères, le SIG ou encore le SGDSN, et les prises de parole du personnel politique exerçant le pouvoir : le président de la République, le Premier ministre et ses ministres. Ils représentent l'État à un instant T et leurs propos ont donc forcément un écho important. De toute évidence, leur communication est différente de celle de l'administration. Par ailleurs, elle n'est pas perçue de la même manière. Comme le souligne Pierre Zémor¹⁹, « la communication des services publics, par ses valeurs d'usage et d'intérêt collectif, semble confirmer sa légitimité, voire l'élargir. » La communication politique, par contraste, est souvent accusée de servir des desseins personnels plutôt que l'intérêt général. Il est intéressant d'observer l'imbrication entre la communication dite institutionnelle et celle des acteurs politiques. On devine une répartition des rôles comme suit : à la première un rôle de prévention et d'information aux populations, à la seconde la mise en avant d'un récit exaltant les valeurs et la capacité de « résilience » des citoyens.

Trois grandes parties ont vocation à structurer ce travail. Tout d'abord, nous ancrerons notre sujet d'étude par l'analyse du rapport entre communication et attitudes dans le cadre des stratégies de communication publique (I). Nous nous pencherons ensuite sur la communication institutionnelle française face au terrorisme (II) avant de voir quel rôle peut jouer le discours politique dans la mobilisation des citoyens contre cette menace (III).

¹⁹ ZÉMOR, Pierre, « La communication politique », dans *La communication publique*. Paris, Presses Universitaires de France, « Que sais-je ? », 2008, p. 118.

I. Le rapport entre communication et attitudes dans une démarche de communication publique

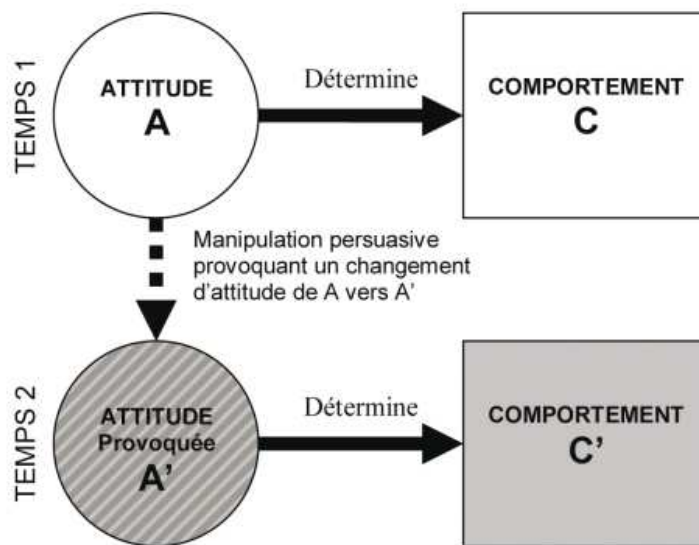
Dans cette première partie, nous nous attacherons à préciser les concepts fondateurs de ce travail de recherche. Tout d'abord en analysant les liens entre communication, attitudes et comportements, illustrés par des exemples de campagnes de communication publique (**A**). Ensuite en mettant en relief les particularités du sujet du terrorisme, et les conséquences de cette singularité sur les stratégies de communication y étant consacrées (**B**).

A. La communication, vecteur d'influence sur les attitudes des citoyens

Attitudes et comportements sont liés et s'influencent mutuellement par le biais d'un rapport cause-effet réciproque (**a**) dont les mécanismes sont observables dans les campagnes de communication publique ayant pour but de modifier les habitudes de la population (**b**).

a. Attitudes et comportements : un rapport cause-effet

Comme nous l'avons dit en introduction, les concepts d'attitudes et de comportements sont intrinsèquement liés. L'action d'un individu peut constituer une occurrence unique ou découler d'une habitude solidement ancrée. Ce mécanisme est illustré par David Vaidis dans un schéma simple (*voir p. 16*). L'auteur prend l'exemple de la sécurité routière pour illustrer son propos. Si les gens aiment rouler vite (temps 1, attitude A), ils vont avoir des comportements à risque une fois au volant de leur véhicule (comportement C). Or, si l'on met en place une campagne de prévention routière (temps 2), l'attitude des gens va potentiellement être modifiée (attitude provoquée A') et mener à des comportements plus respectueux des règles sur la route (comportement C'). Si l'on adapte ce modèle à la menace terroriste, on peut considérer l'insouciance ou l'imprudence comme correspondant au temps 1, attitude A, générant un comportement C qui correspondrait au manque de vigilance dans les lieux publics. Une campagne de prévention au risque terroriste (temps 2) peut alors conduire l'individu à adopter une attitude plus consciente du danger (attitude provoquée A'), déterminant un comportement alerte, prudent et vigilant, minimisant les risques d'être exposé.



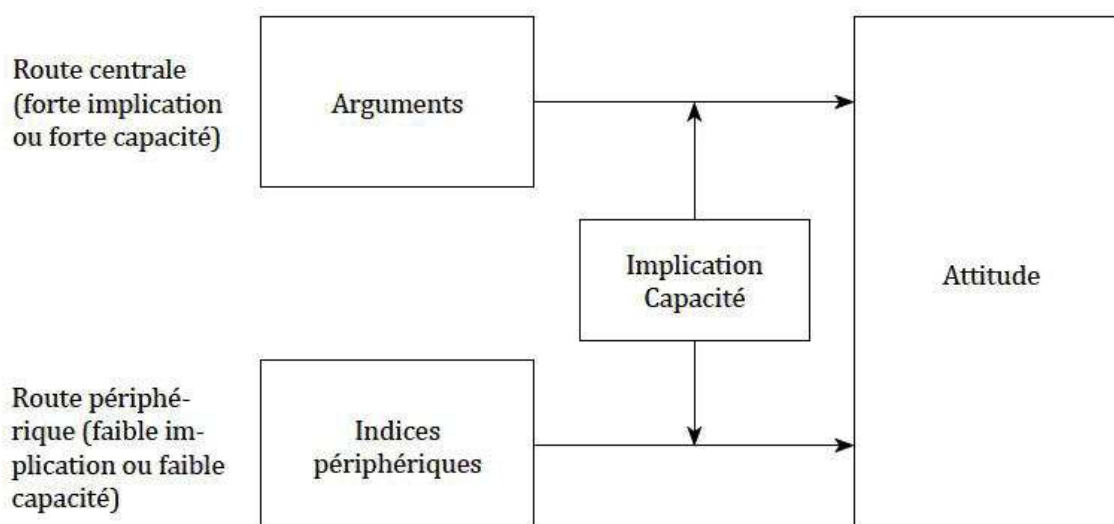
La détermination du comportement par l'attitude selon David Vaidis²⁰.

Cette vision, considérant les actions et comportements comme découlant des attitudes est partagée par Valérie Fointiat et Laura Barbier²¹. Elles définissent l'attitude d'un individu envers un objet donné comme un « guide pour l'action », dans le sens où cette attitude est une pré-orientation à même d'influer sur les actions qui vont être prises vis-à-vis de cet objet. Si on décortique l'attitude d'un individu face à un objet, nombre de facteurs peuvent orienter l'action. Tout d'abord, la positivité ou la négativité ; autrement dit, un état d'esprit favorable ou défavorable. Une attitude très enthousiaste envers un candidat à l'élection présidentielle débouchera très probablement sur un vote pour le candidat en question le jour du scrutin. Ensuite, la centralité de l'attitude dans le système de valeurs et de croyances de l'individu joue également un rôle. Pour reprendre l'exemple de l'élection présidentielle, on peut avoir une attitude très favorable envers un candidat mais si cette attitude n'est pas centrale, ce qui veut dire que l'individu n'entretient pas un lien fort avec elle, ce dernier peut très bien finir par décider de s'abstenir le jour du scrutin.

²⁰ VAIDIS, David, « Attitude et comportement dans le rapport cause-effet : quand l'attitude détermine l'acte et quand l'acte détermine l'attitude », *Linx*, 54 | 2006, p. 104.

²¹ FOINTIAT, Valérie, BARBIER, Laura, « Persuasion et Influence : changer les attitudes, changer les comportements. Regards de la psychologie sociale », *Journal d'Interaction Personne-Système (JIPS)*, AFIHM, 2015, 4 (1), p. 5-15.

Quid, maintenant, de ce qui influence les attitudes ? Richard E. Petty et John Cacioppo²² ont identifié de nombreux facteurs pouvant former ou modifier les attitudes des gens soumis à un message. Ils ont compilé leurs observations dans le modèle ELM, pour *Elaboration likelihood model*, qu'on pourrait approximativement traduire par « Modèle de vraisemblance d'élaboration ». Ce modèle théorise l'existence de deux routes pouvant être empruntées par la communication dans un objectif de persuasion. Une route « centrale », où l'efficacité de la persuasion se basera très largement sur la qualité des arguments proposés et une route « périphérique », où la persuasion se basera moins sur des éléments rationnels que sur des stimuli affectifs. Ce dernier cas de figure se présente généralement quand le récepteur n'éprouve que peu d'intérêt pour le sujet du message.



Modèle ELM de Petty et Cacioppo, reproduit par Olivier Soulard.²³

L'efficacité de la communication est déterminée par des facteurs comme la perception qu'a le récepteur de la crédibilité de l'émetteur. Vaidis²⁴ souligne qu'un message de prévention dentaire sera plus efficace s'il est incarné par un docteur en blouse blanche.

²² PETTY, Richard E., CACIOPPO, John T., « Source factors and the elaboration likelihood model of persuasion », *Advances in Consumer Research*, 1984, p. 13-27.

²³ SOULARD, Olivier, « La crédibilité des avis en ligne : une revue de littérature et un modèle intégrateur », *Management & Avenir*, 2015/8 (N° 82), p. 131.

²⁴ op. cit.

Nous y reviendrons, mais ces observations rappellent en creux la nécessité absolue, pour toute stratégie de communication publique, d'utiliser et de mettre en avant des signaux de légitimité et de crédibilité. À fortiori sur un sujet comme celui de la menace terroriste, qui recouvre des notions sensibles ayant trait à la sécurité et à la protection des citoyens. Il est difficile de publiquement remettre en cause les déclarations de membres des forces de l'ordre ayant participé à des assauts visant à neutraliser des terroristes, alors qu'il est monnaie courante de voir la parole des dirigeants politiques suspectée. La méfiance historique des peuples envers leurs gouvernants rend difficilement imaginable une communication gouvernementale empruntant la route « principale », cas de figure dans lequel les citoyens s'attarderaient uniquement sur la véracité ou le sérieux des arguments exposés par la puissance publique.

Si, donc, les attitudes influencent les comportements, le rapport cause-effet est réciproque. En effet, les comportements peuvent aussi influencer les attitudes. Un phénomène de manipulation comportementale peut pousser un individu à adopter tel ou tel comportement pour provoquer un changement d'attitude. Elliot Aronson et Judson Mills ont mené en 1958 une expérimentation consistant à suivre des individus devant subir une initiation pour intégrer un groupe²⁵. Plus l'initiation s'avérait compliquée, plus les individus interrogés déclaraient que le groupe qu'ils venaient d'intégrer était intéressant et important, justifiant donc un effort coûteux par la poursuite d'un objectif désirable. Cette observation est liée aux théories de la dissonance cognitive, popularisées par le psychosociologue américain Leon Festinger en 1957. Il en donne la définition suivante : « L'existence simultanée d'éléments de connaissance qui, d'une manière ou d'une autre, ne s'accordent pas (dissonance), entraîne de la part de l'individu un effort pour les faire, d'une façon ou d'une autre, mieux s'accorder (réduction de la dissonance) »²⁶. Cette dissonance désigne l'incohérence entre attitudes et comportement et la nécessité pour l'individu de les faire correspondre pour faire cesser cette situation par essence désagréable.

La théorie dite du comportement planifié (TCP), élaborée par Icek Ajzen et Martin Fishbein²⁷, considère pour sa part les comportements comme découlant de trois types

²⁵ ARONSON, Elliot, MILLS, Judson, « The effect of severity of initiation on liking for a group », *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1956, 59, p. 179.

²⁶ FESTINGER, Leon, *A Theory of Cognitive Dissonance*, Stanford University Press, 1957, p. 115.

²⁷ AJZEN, Icek, FISHBEIN, Martin, « Attitudes and the attitude-behavior relation : Reasoned and automatic process » in W. Stroebe et M. Hewstone (Eds.), *European Review of Social Psychology*, 2000, p. 20-28.

de croyances : les croyances comportementales, les croyances normatives et les croyances dites « de contrôle ». Les attitudes, complétées par les normes subjectives et le contrôle perçu, déterminent une intention comportementale, qui détermine elle-même le comportement réalisé de manière effective. Qu'en est-il de l'influence des attitudes sur la perception ? La manière dont l'individu voit et saisit son environnement est indispensable à la compréhension des comportements qu'il va adopter. Jerome Bruner et Leo Postman ont montré dans une expérience que la grandeur perçue d'un objet dépendait de la valeur que la personne accordait à cet objet²⁸. Des jouets en bois identiques ont été distribués à des enfants : certains leur étaient donnés, d'autres seulement prêtés. Les enfants à qui on avait seulement prêté les objets avaient tendance à surestimer leur taille, mettant en relief la désirabilité comme biais perceptif. Ici, la motivation est un élément constitutif d'une attitude, qui va influencer sur la perception d'un élément donné. Comme l'écrit Paul Fraisse²⁹, « l'effcience même de notre activité perceptive est fonction d'un accord entre notre attitude et le donné. »

On ne peut donc réfléchir à l'influence des stratégies d'acculturation aux risques sans s'interroger sur la perception qu'ont les citoyens du risque en question. Si l'on part du principe que la communication gouvernementale tente de modifier les attitudes des citoyens vis-à-vis d'une menace, il convient également de s'interroger sur l'influence des attitudes préexistantes sur la perception de cette menace. Ces attitudes peuvent être liées à l'histoire personnelle de tout un chacun. Une personne ayant été par le passé directement affectée par un attentat terroriste percevra probablement le danger du terrorisme avec plus d'acuité. À l'inverse, quelqu'un n'ayant jamais connu cela, de près ou de loin, verra peut-être les choses de manière plus abstraite et se sentira moins préoccupé par le risque - pourtant bien réel - selon le postulat que « ça n'arrive qu'aux autres ». En l'occurrence, d'un point de vue purement statistique, le terrorisme tue peu comparé à d'autres causes de décès comme le suicide, les accidents de la route ou les accidents domestiques. Pour reprendre les termes de la démographe France Meslé, « le risque de mourir dans une attaque terroriste est bien moindre que celui que l'on prend en partant en week-end en voiture ou en traversant la rue »³⁰.

²⁸ BRUNER, Jerome, POSTMAN, Leo, « On the perception of incongruity : a paradigm », J. Person, 1949, 18, p. 206-223.

²⁹ FRAISSE, Paul, « VI. L'influence des attitudes et de la personnalité sur la perception » in *L'année psychologique*, 1949, 51, p. 237.

³⁰ « Terrorisme, canicule, accidents domestiques et Cie : petit mémo sur les plus grands risques de mort violente en France », *Atlantico.fr*, 20 juillet 2016.

Mais l'attention médiatique permanente, ainsi que la violence physique et symbolique consubstantielle au terrorisme font de ce dernier, bien que statistiquement peu meurtrier, une inquiétude majeure dans la vie des Français. Si bien que fin 2017, un sondage place le terrorisme en première place des préoccupations des Français, devant le chômage³¹. Cette enquête fait apparaître un basculement important : dix ans auparavant, le chômage était considéré comme une préoccupation majeure par 30,1 % des Français, contre seulement 4,8 % pour le terrorisme. Le terrorisme suscite donc beaucoup d'inquiétude et, s'il est évidemment impossible de faire disparaître cette peur d'un claquement de doigts, l'État a tout de même pour mission de rassurer la population. D'autant plus à une époque où le thème de la peur est devenu omniprésent dans le discours médiatique³². Une société tenaillée par la peur est une société qui va mal : si les gens ont peur, ils sont moins heureux, s'ils sont moins heureux, ils sont moins productifs et font moins d'enfants, et ainsi de suite. Comment, alors, modifier ces attitudes de peur et d'inquiétude pour améliorer le bien-être des citoyens ? En communiquant pour persuader. Dans l'absolu, persuader revient à déplacer l'attitude d'autrui vers la nôtre³³.

b. Quand l'État communique pour modifier les habitudes de la population

Selon Ronald E. Rice et Charles K. Atkin, lorsque les gouvernements souhaitent modifier le comportement des citoyens pour des raisons de santé ou de sécurité publique, deux solutions s'offrent à eux³⁴. Premièrement, ils peuvent utiliser la voie législative, en modifiant la loi de façon à implémenter des règles ou contraintes ayant une influence directe sur les comportements. Jean-Luc Beauvois et Robert-Vincent Joule ont en effet montré que les connaissances, représentations et jugements des personnes sont mis en adéquation avec les comportements leur étant imposés³⁵. Autre moyen pour l'État d'influer sur les comportements, et c'est celui qui va retenir notre attention : les campagnes de communication. Nous allons évoquer ici deux grands types

³¹ Enquête menée par l'Observatoire national de la délinquance et des réponses pénales (ONDRP) et l'Institut national de la statistique (Insee), décembre 2017.

³² DELOUVÉE, Sylvain, RATEAU, Patrick, ROUQUETTE, Michel-Louis (dir.), *Les peurs collectives*, 2013, Erès, p. 6-15.

³³ FOINTAT, BARBIER, op. cit.

³⁴ RICE, Ronald E., ATKIN, Charles K. (dir.), *Public Communication Campaigns* (3^{ème} édition), 2001, Thousand Oaks (CA), Sage, p. 21.

³⁵ BEAUVOIS, Jean-Léon, JOULE, Robert-Vincent, *A Radical Dissonance Theory*, 1995, Londres, Harvester, p. 5.

de campagnes de communication publique : les campagnes de santé publique (sur les thèmes du tabac, de l'alcool, de l'alimentation, des maladies...) et les campagnes sur la sécurité routière. Ces thèmes recouvrent des réalités différentes, dans le sens où par exemple, la consommation de tabac et d'alcool est légale alors que respecter le code de la route est une obligation. Mais ils ont ceci de commun qu'ils sont très prégnants dans nos sociétés car ils concernent potentiellement tout le monde, et sont donc identifiables par tous.

Il est difficile d'objectiver ce constat, mais il semblerait par exemple que les campagnes de communication publique relatives à la sécurité routière ont permis un réel changement dans les attitudes des gens vis-à-vis des dangers liés à la route. Le 1^{er} juillet 1973 entre en vigueur l'obligation d'attacher la ceinture de sécurité à l'avant des voitures circulant hors agglomération. C'est à l'époque une mini révolution : c'est un euphémisme que de dire que cette habitude n'était pas communément partagée. L'État va donc décider de communiquer pour promouvoir cette nouvelle obligation. Un spot télévisé est diffusé, illustrant une ceinture de sécurité bouclée, avec une voix off déclamant le slogan : « Sécurité, un nouvel état d'esprit »³⁶. C'est précisément cela que cherche à faire la campagne : améliorer la sécurité des gens en les enjoignant à modifier leur perception des dangers de la route, leurs comportements quand ils pénètrent dans l'habitacle d'un véhicule et *in fine*, leurs attitudes vis-à-vis du risque en général. Mission accomplie, serait-on tentés de dire : quarante ans plus tard, 98,5 % des Français déclarent attacher systématiquement leur ceinture³⁷. Aujourd'hui encore, communiquer sur ce sujet est une priorité du gouvernement français. Mais il suffit de voir la polémique qu'a suscitée la réduction de la vitesse maximale autorisée sur la plupart des routes secondaires en juillet 2018 pour se rendre compte de la sensibilité de ce sujet auprès de la population.

Cela fait désormais quatre décennies que des campagnes de communication sur la sécurité routière sont diffusées à intervalles réguliers. Ce qui, selon Sébastien Valère, chargé de communication digitale au SIG, explique leur impact sur le comportement des gens :

« C'est vraiment difficile, voire impossible d'évaluer l'impact d'une communication gouvernementale. Les seules évolutions qu'on peut mesurer, c'est la sécurité routière,

³⁶ <http://www.ina.fr/video/PUB3212591004>.

³⁷ « Le port de la ceinture de sécurité sur autoroute », Rapport de C&D pour l'Association des sociétés françaises d'autoroute, 2016.

mais pas sur un an, plus sur cinq ou dix ans. On ne sait jamais vraiment quel est l'impact de tel ou tel message qu'on fait passer pour changer les comportements. La ceinture de sécurité, ça a fonctionné à l'époque car on a martelé le message et c'est entré dans les mœurs. Donc dans ce cas-là, oui, on peut voir l'impact sur le comportement des gens »³⁸. La répétition du même message sur un temps long semble donc être efficace, en cela qu'elle conditionne les réflexes d'une génération, susceptible de le transmettre aux suivantes.

Un autre élément caractéristique des campagnes de communication sur la sécurité routière est la violence de certains de ses spots. Ces dernières années, plusieurs d'entre eux n'ont pas hésité à montrer des accidents de voiture, et les blessures voire les décès en résultant. Cette utilisation de la menace dans la publicité, analysée par Pénélope Daignault et Guy Paquette³⁹, vise à créer chez l'individu une sensation de peur désagréable dont il va vouloir chercher à se débarrasser. Et il ne peut le faire qu'en suivant les recommandations édictées. Cette utilisation de la peur est-elle efficace ? Ce qui est certain, c'est qu'il est difficile de rester insensible face à un acte banal du quotidien transformé en scène d'horreur. L'irruption d'une telle violence dans le quotidien des gens est justement ce qui rend le terrorisme aussi angoissant aux yeux de la population. Une communication « choc » de ce type serait donc-t-elle adaptée pour informer les gens de cette menace ? Nous tenterons de répondre à cette question ultérieurement.

La santé publique est un autre domaine dans lequel l'État tente d'agir par le biais de la communication. La consommation de cigarettes et d'alcool, les habitudes alimentaires et sportives des gens... sont autant d'éléments susceptibles d'altérer leur état de santé. En ce sens, la communication publique peut jouer le rôle de vecteur de transmission des bonnes pratiques. Intéressons-nous à un exemple récent de campagne de santé publique. « Pour bien grandir, mange au moins cinq fruits et légumes par jour ! » Ce slogan, répété comme une antienne depuis plusieurs années par les pouvoirs publics et les professionnels de la santé, est désormais connu de tous. À l'origine, son objectif est simple : limiter l'obésité rampante, surtout chez les enfants. La France a beau être connue pour être le pays de la gastronomie, elle n'est pas étrangère à ce problème. Ainsi, depuis 2007, une directive européenne contraint les publicités faisant la promotion

³⁸ Entretien avec Sébastien VALÈRE, réalisé le 13 juin 2018 (annexe 1, p. 86).

³⁹ DAIGNAULT, Pénélope, PAQUETTE, Guy, « Quelle efficacité de la menace dans les campagnes de sécurité routière ? Une évaluation tridimensionnelle », *Communiquer*, 3-4 | 2010, p. 1-18.

de produits alimentaires à afficher des bandeaux donnant quatre types de recommandations : « Pour votre santé, mangez au moins cinq fruits et légumes par jour, évitez de manger trop gras, trop sucré, trop salé, évitez de grignoter entre les repas, pratiquez une activité physique régulière ».

L'introduction de ces bandeaux dans les publicités équivaut à un parasitage par la communication publique de la communication d'entreprise. Cette dernière, par le biais du spot publicitaire, recommande au récepteur du message d'acheter et de consommer son produit mais la puissance publique vient tempérer ce message en pointant du doigt les dangers liés à ce produit. Toutefois, ces messages ont-ils une influence réelle sur le comportement de ceux qui y sont exposés ? Kafia Ayadi et Pascale Ezan ont tenté de répondre à cette question en étudiant la réaction des enfants⁴⁰. Une enquête qualitative a été menée et en voici les résultats. Tout d'abord, les enfants comprennent l'objectif de ces bandeaux de prévention : ils reconnaissent tous que leur but est de limiter l'obésité et de pousser les gens à manger mieux et moins. Toutefois, ils n'en saisissent pas bien la portée. Pour la majorité des enfants interrogés par les auteurs, les fameux cinq fruits et légumes par jour sont vus comme une quantité et non comme une proportion et ils semblent voir cela comme une interdiction de manger autre chose que des fruits et des légumes. Le premier bilan est donc mitigé : le message en tant que tel a été intériorisé par les enfants mais ils ont échoué à en saisir tout le sens.

Là où l'étude esquisse un début de réponse aux questions que nous nous posons sur l'influence de la communication publique sur les attitudes, c'est quand les auteurs affirment que cette campagne de prévention a eu un impact effectif sur les habitudes des enfants interrogés. Les auteurs notent que « les propos tenus par les enfants laissent entendre que les bandeaux sanitaires, conjugués aux diverses actions auxquelles ils sont soumis, ont engendré un changement d'attitude et une réelle prise de conscience quant à l'importance d'une alimentation équilibrée pour être en bonne santé ». Plus encore, ces bandeaux de prévention semblent créer dans la représentation mentale de l'enfant une dichotomie distinguant aliments sains et aliments mauvais pour la santé. La communication publique les aide ainsi à différencier les conduites légitimes des conduites transgressives. La dimension de culpabilisation que peut revêtir un excès

⁴⁰ AYADI, Kafia, EZAN, Pascale, « Pour bien grandir, mange au moins 5 fruits et légumes par jour ! »... impact des bandeaux sanitaires sur les pratiques alimentaires des enfants », *Management & Avenir*, 2011/8 (n° 48), p. 57-75.

de malbouffe alors que la télévision leur indique explicitement que ce n'est pas bien y joue un grand rôle.

La transmission du message par le vecteur télévisuel se fait d'autant plus facilement sur le cercle familial joue un rôle de relais. La réception du message chez l'enfant peut le conduire à questionner ses parents pour en comprendre le sens ou pour avoir des précisions sur le sujet.

« Dans cet esprit, les bandeaux sanitaires placent enfants et parents dans un contexte d'apprentissage dans lequel chaque acteur s'approprie les règles alimentaires, les confronte avec ce qu'il fait et ce qu'il sait et tente d'influencer l'autre en fonction de ses propres représentations ». C'est donc une transmission du message en deux phases qui s'opère : premièrement, il est transmis aux parents ainsi qu'aux enfants et ensuite, les parents réinterprètent et expliquent le message à leurs enfants. Assez insolite, cela se passe parfois dans le sens inverse, les enfants poussant les parents à modifier les repas pour satisfaire aux consignes qu'ils ont reçu via la télévision !

Attention toutefois à ne pas diffuser un message qui soit brouillé ou incohérent dès son émission. D'où cette remarque étonnamment pertinente d'un enfant de neuf ans, interrogé pour l'enquête : « Un coup, ils disent qu'il faut manger des fruits, un coup il faut manger des légumes, après il faut pas manger de poulet ou pas trop de viande, quand ils seront décidés, je verrai... »⁴¹ De telles préconisations sur les habitudes de vie des citoyens ne peuvent être efficaces que si elles n'entrent pas en contradiction avec d'autres messages officiels, ou jouissant d'une crédibilité comparable. Ce qui semble malheureusement relever du vœu pieu. Il suffit de regarder l'exemple du cholestérol, qui passe de danger absolu pour la santé cardiaque à bienfait pour les artères au fil des études de différents professionnels de la médecine. Néanmoins, l'exemple des campagnes de santé publique et de sécurité routière, aussi instructif soit-il dans ce qu'il nous dit des stratégies de l'État pour modifier les attitudes des gens, n'est néanmoins pas entièrement calquable sur la question spécifique du risque terroriste.

En cause : les facteurs explicatifs du risque sont d'origine différente. Comme le dit Olivier Martin, ancien chargé de communication de crise au ministère de la Santé :

« Sur la santé, on va surtout agir sur des déterminants sociaux. Les causes sont souvent endogènes : il y a des gens qui sont plus exposés au tabac ou à l'alcool, des populations plus vulnérables à certaines problématiques sanitaires... Il y a une vraie réflexion à avoir sur la prévention, hors crise, pour faire changer ces déterminants sociaux. Sur le

⁴¹ Ibid p. 71.

terrorisme, la cause est plutôt exogène : ça arrive de l'extérieur et les gens n'ont pas forcément à changer leurs habitudes au quotidien... La question c'est de savoir quelles recommandations on peut donner aux gens sur le terrorisme. C'est très difficile de trouver des marges de manœuvre pour communiquer là-dessus. Les gens ne sont pas responsables personnellement de la situation terroriste. Sur le tabac, on leur dit : arrêtez de fumer, c'est une solution qu'on donne. Le terrorisme, c'est autrui qui s'attaque à nous »⁴².

B. Les spécificités du sujet du terrorisme dans la communication

La question du terrorisme est si sensible et si spécifique qu'elle nécessite, dans le cadre de stratégies de communication, une approche fondamentalement singulière et circonstanciée. Trouver le ton juste pour en parler n'est pas chose aisée (a), mais l'exemple américain offre un exemple assez extrême duquel il nous semble possible de tirer quelques nuances (b).

a. La recherche d'un ton juste pour éviter l'écueil « anxiogène »

L'adjectif « anxiogène » décrit « une situation ou d'un objet susceptible de mobiliser de l'angoisse (ou de l'anxiété) chez un sujet »⁴³. Ce terme semble approprié pour qualifier la menace terroriste, dont l'existence même est motivée et justifiée par l'objectif de semer les germes de la peur et de l'angoisse au sein d'une population. Il est rarement réjouissant de discuter de terrorisme, ou de voir son poste de télévision ou de radio nous seriner de rappels sur la gravité de la menace planant au-dessus de nos têtes. Et pour cause. Il est question de mort, d'innocents fauchés et de familles brisées. Il est question d'attaques contre un pays et ses valeurs. C'est un sujet suffisamment grave pour que tout le monde sache qu'il est nécessaire de prendre des pincettes pour en parler. Il suffit de voir la retenue inhabituelle qu'on peut observer dans les rangs du personnel politique après un attentat pour se rendre compte de la difficulté de communiquer avec des mots, un ton et un *timing* approprié. Même chose quand il s'agit des institutions publiques. Le terrorisme fait peur et comme le dit Jocelyn Raude⁴⁴, l'utilisation de la peur dans la

⁴² Entretien avec Olivier MARTIN, réalisé le 20 juin 2018 (annexe 4, p. 104).

⁴³ *Le Petit Larousse illustré 2018*.

⁴⁴ RAUDE, Jocelyn, « Les stratégies et les discours de prévention en santé publique : paradigmes et évolutions », *Communication & langages*, 2013/2 (N° 176), p. 52.

communication publique pose des problèmes d'éthique, dans le sens où elle accroît le risque anxiogène. Ce qui explique les controverses qu'ont pu causer les spots de sensibilisation aux accidents de la route, dont nous avons parlé précédemment.

En contrepoint, William Dab se pose la question de savoir si l'information sur la sécurité est condamnée à être anxiogène. « Ce qui fait peur est, en réalité, moins l'ampleur du risque que l'incertitude sur l'existence d'un risque, dans le contexte d'une exposition invisible et indécélable pour chacun. »⁴⁵ Si on s'en tient à un point de vue purement statistique, nous l'avons rappelé précédemment, le terrorisme tue moins en France que la grippe ou les accidents domestiques. Toutefois, c'est bien la perception que les citoyens ont du risque, et de son imprévisibilité, qui le rend aussi prégnant et angoissant. Ce que confirme Olivier Martin :

« La communication se fait beaucoup aujourd'hui en fonction de la perception de la population et de la médiatisation du risque. Il y a trente ans, tout le monde se fichait de la pollution. Maintenant, le sujet est majeur, ce qui appelle à une vraie réponse en termes de communication. Un autre exemple est celui de la grippe : elle fait 5 à 15 000 morts chaque année en France mais on ne considère jamais vraiment ça comme une crise sanitaire à part entière. A titre comparatif, le virus Zika a fait un mort en France alors qu'on en a énormément parlé. Les médias répondent aussi à des logiques commerciales et ciblent les sujets qui créent de vraies préoccupations chez les gens. Le terrorisme ça fait peur, c'est de l'irrationnel, de la soudaineté. La grippe c'est récurrent donc ça choque moins, puis on peut mieux se préparer »⁴⁶.

La notion de préparation qu'évoque Olivier Martin nous apparaît fondamentale : il semble évident qu'être préparé à un événement et entraîné pour y réagir de manière appropriée diminue mécaniquement la dose de peur et d'appréhension liée à cet événement en question. De fait, si communiquer sur le risque terroriste peut être de prime abord une entreprise risquée car potentiellement génératrice d'un sentiment de malaise chez les gens, cela peut au contraire les aider à, si ce n'est effacer, diminuer leur peur et leur angoisse. C'est tout l'enjeu des stratégies d'acculturation à la menace terroriste que nous aurons l'occasion d'aborder ultérieurement. Hors période de crise, il n'est certes pas très agréable d'être exposé à des consignes qui nous rappellent que nous pourrions être confrontés à un attentat. Or, si l'attentat finit par survenir, cette

⁴⁵ DAB, William, « L'information sur la santé et la sécurité est-elle condamnée à être anxiogène ? », in APFELBAUM, Mariam (dir.), *Risques et peurs alimentaires*, Odile Jacob, 1997, p. 149-158.

⁴⁶ Entretien précité.

exposition, sans faire des miracles, ne pourra être que bénéfique et réduire l'incertitude et l'angoisse inhérentes à ces situations. Paradoxalement, il semblerait qu'une approche a priori anxigène peut *in fine* contribuer à diminuer l'anxiété.

Néanmoins, il est bien difficile de trouver le ton juste quand on s'exprime sur le sujet ou dans une période post attentats. Toute maladresse, aussi inintentionnelle soit-elle, peut être vue comme un manque de respect aux défunts et à leur famille. Le 7 janvier 2015 au soir, alors que l'attentat de *Charlie Hebdo* a eu lieu le matin même, Patrick Balkany, maire de Levallois-Perret, annonce sur son compte Twitter qu'« en raison du deuil national décrété par le Président de la République, la Galette des rois est reportée au samedi 17 janvier ». La légèreté de ce message apparaissant évidemment comme totalement dissonante vis-à-vis des événements du jour, la riposte des réseaux sociaux ne se fait pas attendre. Face à la pression des internautes, l'homme politique décide de fermer son compte Twitter dans la foulée⁴⁷. Hors de nos frontières, le président américain Donald Trump a, en mai 2018, causé l'indignation de la classe politique française et des familles des victimes des attentats du 13 novembre 2015. S'exprimant devant le congrès de la *National Rifle Association* (NRA), puissant lobby des armes aux États-Unis, l'ex magnat de l'immobilier n'a pas hésité à mimer l'attaque des terroristes tirant sur leurs victimes pour défendre l'idée selon laquelle l'autorisation de porter des armes aurait permis de limiter le nombre de morts⁴⁸.

Traiter le sujet légèrement, ou avec décalage, est mal perçu car on touche à une notion qui est constitutive de la nature humaine : la mort. Parce qu'elle concerne tout le monde et est génératrice de beaucoup de souffrances, la mort est un concept difficile à aborder dans la communication. Ferreira Coêlho et Da Silva, en étudiant la communication numérique d'un cimetière, ont réussi à montrer que sous certaines conditions, l'utilisation de l'humour pour parler de la mort était possible⁴⁹. Dans une publication postée sur les réseaux sociaux, le cimetière se livre à une parodie des publicités anti-tabagisme du ministère de la Santé brésilien : « Le ministère de la Santé informe : fumer vous fait arriver plus vite ici » est-il écrit sur une image montrant l'entrée du cimetière. La publication a fait un tabac (sans jeu de mots) sur Facebook, récoltant

⁴⁷ « Patrick Balkany ferme son compte Twitter après un tweet lié à l'attentat de Charlie Hebdo », *Le Lab Politique Europe 1*, 8 janvier 2015.

⁴⁸ « Indignation générale après les propos de Donald Trump sur le 13-Novembre », *francetvinfo.fr*, 6 mai 2018.

⁴⁹ FERREIRA COÊLHO, Tamires, DA SILVA, Marcelo Rodrigo, « La mort, l'humour et les stratégies de communication numérique », *Communication & Organisation*, 2017/1 (n° 51), p. 77-90.

5 300 j'aime et réactions, 5 700 partages et 264 commentaires. Ce qui prouve que le que le « risque » a été payant. Car une telle approche aurait pu choquer, *a fortiori* dans un pays comme le Brésil, où comme le soulignent les auteurs, la mort reste un thème tabou.

Tourner le terrorisme en dérision est possible. La British Broadcasting Company (BBC), institution audiovisuelle à la renommée mondiale a diffusé en 2017 un sketch intitulé *The Real Housewives of ISIS*⁵⁰, parodie d'émissions de télé-réalité en vogue dans le monde anglo-saxon où le téléspectateur suit les aventures quotidiennes de femmes au foyer vivant en zone résidentielle. Dans le sketch, les blagues tournant en ridicule les combattants de Daesh se succèdent. Par exemple, deux femmes sont jalouses l'une de l'autre car elles portent la même veste explosive. Immanquablement, la séquence a divisé les gens en deux camps : d'un côté, ceux qui ont poussé des cris d'orfraie, se plaignant que l'argent du contribuable britannique serve à financer des programmes se moquant d'une situation aussi grave ; de l'autre, ceux qui défendent l'idée que l'on peut rire de tout et qu'il n'y a pas de raison que les djihadistes échappent à la satire. Les 64 000 commentaires publiés en réponse à la vidéo du sketch⁵¹ sont autant de preuves de l'extrême sensibilité du sujet.

Tourner en dérision le terrorisme et le djihad peut avoir de réelles vertus sur les attitudes de ceux qui seraient tentés de succomber à cette idéologie meurtrière. Certains artistes y voient même un potentiel remède aux phénomènes de radicalisation. C'est le cas d'Ismaël Saidi, dramaturge belge qui fut embrigadé dans un processus de radicalisation étant jeune. En 2014, il monte une pièce sur l'histoire de trois jeunes partant combattre en Syrie. Le ton est humoristique, l'approche décalée : les trois apprentis combattants se tournent en ridicule par leur incompetence. Les processus vicieux de la radicalisation sont également moqués pour laisser voir la vacuité et le grotesque de l'idéologie auxquelles tant de jeunes décident de prêter allégeance. En France, la pièce est recommandée par le ministère de l'Éducation nationale⁵². Son effet potentiellement positif sur les attitudes des jeunes en passe de radicalisation est donc officiellement reconnu par l'État.

Mais le décalage et l'humour sont-ils possibles dans une communication institutionnelle ?

⁵⁰ « Les vraies femmes au foyer de Daesh ».

⁵¹ « La BBC est-elle allée trop loin avec le sketch « Real Housewives of ISIS » ? », *Le Monde.fr*, 5 janvier 2017.

⁵² « Ismaël Saidi combat le djihad avec son humour », *Le Parisien.fr*, 9 juillet 2017.

« L'humour pour parler du terrorisme, ça ne passera jamais, ça peut passer par des acteurs externes, mais pas par l'État. C'est aux politiques d'assumer ça, et ce sujet est trop brûlant. » selon Sébastien Valère⁵³. « Je pense qu'on peut tout faire être original dans notre communication dès lors qu'on le fait dans le respect des victimes. Pour la sécurité routière, il y a eu un avant et un après les campagnes chocs ! Aujourd'hui on ne se pose plus du tout la question de savoir si on va trop loin. Les publicités sont même diffusées à des heures de grande écoute où les enfants peuvent les voir... Je suis convaincue qu'une grosse campagne sur les risques, dont le risque terroriste, aurait sa place. » estime pour sa part Éva Quickert-Menzel, responsable du département Communication de crise et communication territoriale de l'État au SIG⁵⁴.

Le respect des familles des victimes est fondamentale. Au-delà de considérations éthiques sur le respect dû aux défunts, prendre en compte la peine de leurs familles est essentiel. Marie-Laure Simon-Beaulieu, directrice adjointe du SIG entre 1995 et 1998, raconte quelle était la priorité de la communication institutionnelle à l'époque des attentats du GIA :

« On voyait pointer les difficultés que posaient les photographies parues dans la presse de blessés ou de morts sur les scènes d'attentats du GIA en France. Pour la dignité des victimes et de leurs familles, beaucoup de responsables avaient considéré qu'il était difficile de livrer à l'opinion des images d'une très grande violence et d'une très grande tristesse »⁵⁵. Plus près de nous, en 2017, la publication par l'hebdomadaire *Paris Match* de captures d'écran issues de la vidéosurveillance de l'attentat du 14 juillet 2016 à Nice⁵⁶ a fait scandale. Christian Estrosi, maire de la ville, a alors dénoncé des images « insoutenables et abjectes »⁵⁷ et écrit au ministre de la Justice pour faire retirer la parution. En vain : le magazine restera dans les kiosques. Cette réaction est toutefois symptomatique de l'extrême sensibilité de la démarche de montrer le terrorisme tel qu'il est : d'une violence inconcevable.

Face au terrorisme, la communication gouvernementale se retrouve confrontée à la quadrature du cercle : une communication trop violente sera qualifiée d'anxiogène, une communication trop « légère » sera vue comme n'étant pas à la hauteur des enjeux, voire choquante. Il est ainsi très compliqué de trouver une justesse de ton, que ce soit

⁵³ Entretien précité.

⁵⁴ Entretien avec Éva QUICKERT-MENZEL, réalisé le 15 juin 2018 (annexe 3, p. 99).

⁵⁵ Entretien avec Marie-Laure Simon-Beaulieu, réalisé le 14 juin 2018 (annexe 2, p. 93).

⁵⁶ Édition datée du 13 juillet 2017.

⁵⁷ « Nice : des photos de Paris Match dénoncées par les proches des victimes », *Le Point.fr*, 12 juillet 2017.

dans la communication institutionnelle ou dans celle des acteurs politiques. L'impératif qui s'impose à ces derniers est toujours de « ne jamais en faire trop ». À ce titre, la sobriété et une certaine forme de componction face aux attentats semble être des caractéristiques appréciées des Français, si l'on en croit le rebond de vingt points qu'a connu la cote de popularité de François Hollande après les attentats de novembre 2015⁵⁸. Toutefois, ce sérieux et cette gravité sont-ils les meilleurs arguments pour que le citoyen change d'attitudes face au danger ? L'exemple des États-Unis, par ce qu'il révèle d'une certaine approche de la communication de crise et de la perception du risque, est riche en enseignements.

b. L'approche américaine, une communication sur les risques scénarisée et décomplexée

Le terrorisme islamiste s'est réellement mué en phénomène international à partir du 11 septembre 2001. Ce jour-là, quatre avions de ligne sont détournés dans le ciel des États-Unis. Deux réussissent à s'encastrent dans les tours jumelles du World Trade Center à New York, causant leur effondrement et la mort de près de 3 000 personnes. Un autre finit sa course sur le Pentagone, à Washington. Le groupe terroriste Al-Qaïda et son chef Oussama Ben Laden revendiquent l'attaque : l'onde de choc est mondiale. Ultérieurement, les interventions américaines en Afghanistan et en Irak ne vont pas apaiser les tensions. L'Amérique est vue comme l'ennemi numéro un par une partie du monde moyen-oriental et se retrouve en première ligne des menaces proférées par les réseaux du terrorisme islamiste. Dont la figure de proue actuelle est évidemment Daesh, qui n'épargne pas le pays. En décembre 2015, 14 personnes sont tuées dans un centre d'accueil social de San Bernardino en Californie. En juin 2016, 49 personnes sont assassinées dans la boîte de nuit *Pulse*, à Orlando en Floride. Au-delà de la menace terroriste en tant que telle, les Américains sont également confrontés au problème endémique des tueries de masse⁵⁹, souvent perpétrées dans des lieux fermés comme des établissements scolaires. La sensibilité aux funestes conséquences de ce type d'actes est donc particulièrement ancrée dans les consciences étasuniennes. En 2012, les autorités de l'état du Texas ont diffusé une vidéo montrant des consignes à adopter en cas d'attaque d'un tireur fou⁶⁰. Scénarisée et tournée à la manière d'un

⁵⁸ Sondages TNS Sofres pour *Le Figaro Magazine*, décembre 2015

⁵⁹ 12 979 homicides par arme à feu en 2015, selon le rapport sur la mortalité aux États-Unis du Centre fédéral de contrôle et de prévention des maladies (CDC).

⁶⁰ www.dailymotion.com/video/x3gtgd1.

épisode de série télévisée, elle est structurée autour du triptyque suivant : « *run, hide, fight* », soit « courir, se cacher, se battre ». Comme nous le verrons plus tard, cette approche inspirera beaucoup le SIG pour sa propre campagne d'acculturation au risque terroriste. À une exception près. Éva Quickert-Menzel explique : « *On s'est beaucoup inspiré des Américains sur la problématique des tireurs fous et le triptyque fuir, se cacher, alerter. Les Américains allaient même plus loin car ils préconisaient aux gens de se battre* »⁶¹. Ce discours plus « offensif », encourageant de simples citoyens à s'interposer et à résister physiquement aux assauts de l'ennemi, découle indubitablement de la culture américaine, biberonnée aux films d'Hollywood et au second amendement de leur constitution⁶². C'est une approche qui s'inscrit par ailleurs dans la philosophie libérale américaine, privilégiant l'action individuelle à celle de l'État. Stéphanie Le Gagne, cheffe de l'unité communication de crise au ministère de l'Intérieur abonde dans ce sens :

*« Aux États-Unis, le port d'arme est autorisé. Puis il y a un côté cow-boy, c'est très binaire : il y a un méchant, il faut tuer le méchant. En France, il y a un méchant, il faut sauver les gens. On n'est pas dans la recherche du héros, on est dans la démarche de sauver un maximum de personnes »*⁶³.

« Cela pourrait être une autre journée normale au bureau. Mais parfois la vie ressemble plus à un film d'action qu'à la réalité. Les autorités travaillent dur pour vous protéger, mais des gens mauvais peuvent faire de mauvaises choses. Vous avez donc besoin d'être préparés pour le pire. »

Ces quelques mots prononcés par le narrateur de cette vidéo sur les tireurs fous renvoient au problème, évoqué précédemment, de l'aspect anxiogène de la communication sur le terrorisme⁶⁴. Si l'on part du principe qu'on cherche à communiquer de façon à choquer le moins possible, on ne peut pas annoncer à la population qu'elle doit se préparer au pire. Et de fait, les éléments sémantiques et visuels qui vont être utilisés dans la communication en question vont tenter d'en montrer le moins possible. Ici, les Américains ne semblent pas s'embarrasser de cet aspect des choses. Sur la vidéo, on voit des gens se faire abattre de sang-froid et d'autres tentant de neutraliser le criminel en l'agressant.

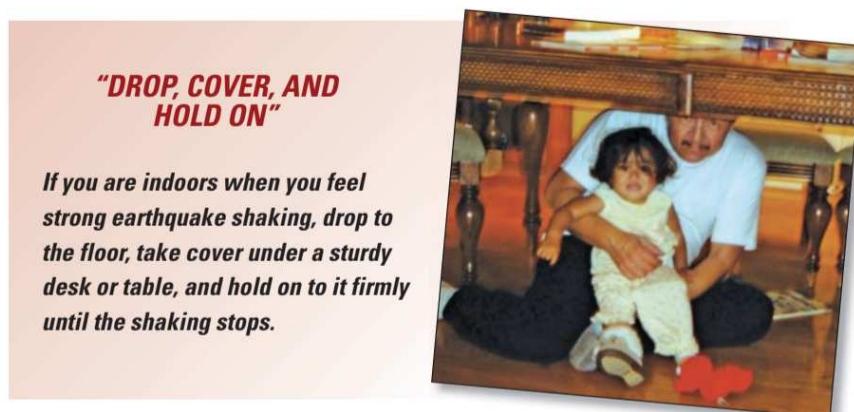
⁶¹ Entretien précité.

⁶² Voté en 1791, il garantit aux citoyens américains le droit de porter des armes.

⁶³ Entretien avec Stéphanie LE GAGNE, réalisé le 20 juin 2018 (annexe 5, p. 111).

⁶⁴ Un massacre perpétré par un tireur fou n'est pas considéré comme un attentat au sens strict du terme, en cela qu'il n'est pas corrélé à un groupe ou à une démarche politique particulières. Mais la « gratuité », la soudaineté et la nature même de l'acte sont tout à fait similaires.

Cette violence et ce parti pris de représenter la réalité sans fard de ce qu'est une attaque armée (prosaïquement, des gens qui se font tirer dessus) sont-ils efficaces ? Ils sont en tout cas éloignés de l'approche qui a été adoptée en France, comme nous aurons l'occasion de le voir. Ce qui marque également, c'est la mise en scène du danger, qui semble être un aspect particulièrement prégnant des stratégies de prévention des risques aux États-Unis. À San Francisco, en Californie, ville située sur une zone hautement sismique, le spectre d'un tremblement de terre dévastateur est dans toutes les têtes. Des guides d'information sont donc régulièrement diffusés auprès de la population. Parmi eux, un document illustré intitulé « Protéger votre famille des séismes ». Des conseils sont prodigués par les autorités publiques, sous le prisme de la protection des familles. Le ton du guide laisse penser qu'il s'adresse directement à un père ou à une mère de famille soucieux de protéger ses enfants. Des images de parents protégeant leurs enfants y sont associées. Le ressort émotionnel joue donc à plein, et cela permet au lecteur de s'identifier au message. Qui ne souhaiterait pas protéger la vie de ses enfants ?



« Jetez-vous au sol, abritez-vous et tenez bon »

« Si vous êtes à l'intérieur quand vous sentez la terre trembler fortement, abritez-vous sous un bureau ou une table et tenez-vous y jusqu'à ce que les tremblements cessent. »

Tiré de « Protecting your family from earthquakes – The seven steps to earthquake safety », U.S. Department of the Interior, U.S. Geological Survey.

L'exemple des États-Unis est atypique, et particulièrement intéressant, car il s'agit d'un pays très judiciaire où quasiment tout et n'importe quoi peut être l'enjeu d'un procès. C'est ce qu'explique Marie-Laure Simon-Beaulieu :

« Aux États-Unis, une femme avait mis son chat dans un micro-ondes pour le faire sécher, la femme avait porté plainte et avait gagné car le fabricant de ces micro-ondes

n'avait pas indiqué dans la notice qu'il ne fallait pas l'utiliser pour faire sécher un animal ! On est loin des attentats, mais c'est pour vous montrer qu'il y a des enjeux juridiques : l'État peut être mis en cause. Pour défaut d'information, défaut de prévention »⁶⁵. Cette question de la responsabilité de l'État dans la prévention est cruciale. L'État est là pour protéger ses citoyens et des failles dans sa communication vis-à-vis des dangers qui les menacent peuvent être considérées comme constitutives d'une faillite à son devoir. C'est plus vrai que jamais sur le sujet du terrorisme : n'importe quel citoyen affecté par un attentat peut porter plainte contre l'État, d'autant plus que ce dernier est souvent impliqué dans des conflits servant de justification aux actions des terroristes.

Cette question juridique soulève une interrogation qui aura son importance dans la suite de notre réflexion : l'État peut-il tout dire ? Quid de son statut et de sa crédibilité ? Nous avons évoqué la difficulté de trouver le ton juste quand il s'agit de terrorisme. Étant donné que nous avons coutume de dire, de manière légèrement sarcastique, que la France fait tout comme les États-Unis mais avec dix ans de retard, allons-nous nous diriger vers l'exemple américain en termes de prévention des risques, avec mises en scène grandiloquentes et violence brute ? Les campagnes de la sécurité routière ont montré que c'était déjà un peu le cas. Mais il existe encore un blocage sur le sujet des attentats, dans un pays où la violence par armes à feu est bien moins courante et habituelle. De plus, les États-Unis sont un pays fédéral, où chaque état jouit d'une marge de manœuvre importante dans la mise en œuvre de ses politiques publiques, et donc dans le travail de communication visant à les promouvoir.

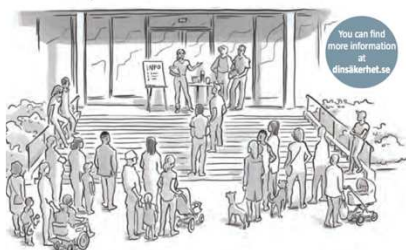
D'autres pays ont déjà adopté cette approche « à l'américaine » dans l'annonce des risques à la population. En Suède, le gouvernement a publié en mai dernier une brochure d'information distribuée à tous les foyers du pays. Intitulée « En cas de crise ou de guerre », elle est destinée à alerter les citoyens sur les menaces auxquelles leur pays peut potentiellement faire face, que ce soit des attaques terroristes ou même une guerre contre un autre pays. Là où ce document entre en résonance particulière avec l'exemple américain, c'est qu'il ressemble beaucoup, sur le fond et sur la forme, au guide de prévention des séismes à San Francisco. Dessins montrant des familles ou des professionnels en train de s'organiser face à la crise, liste de consignes, approche extrêmement franche vis-à-vis des dangers... Une telle production surprend de la part du gouvernement d'un pays en paix, qui semble confronté à moins de menaces que ses confrères du monde occidental. La Suède exagère-t-elle les dangers qui la guettent ?

⁶⁵ Entretien précité.

On est en droit de se poser la question. Un peu de superstition pourrait même nous mener à penser que ces précautions peuvent avoir un effet performatif, au sens de John Austin⁶⁶ : si les Suédois ont peur que la Russie leur déclare la guerre, afficher de manière bruyante cette inquiétude n'est-elle pas le meilleur moyen pour effectivement précipiter le déclenchement de cette guerre ? Cette approche communicationnelle peut susciter des attitudes d'inquiétude au sein de la population, à rebours peut-être de l'objectif initialement poursuivi : celui de rendre les gens plus sereins face aux menaces.

Get involved!

Many non-profit organisations and faith communities make important contributions to our collective security and preparedness. The voluntary defence organisations have specific duties as part of Sweden's total defence and offer both courses and training programmes. In the event of emergencies and heightened states of alert, their tasks include distributing important information to Sweden's population. You are needed and your contribution makes a difference!



Educate yourself!

Learn to provide first aid. Your knowledge can save lives. If you are the first on the scene after an accident or other serious incident, call SOS Alarm on the emergency number 112. Even if your pay-as-you-go SIM card has no credit, or your mobile has no SIM card, you can still call 112. SOS Alarm can provide advice about what to do at the site of the accident.

« *If war or crisis comes* », publication du gouvernement suédois, mai 2018.

« *Impliquez-vous !* »

« *Éduquez-vous !* »

Sur ces deux extraits de la brochure suédoise, on note un ton extrêmement directif, utilisant l'impératif et un point d'exclamation. C'est un procédé d'« *empowerment* » typique du monde anglo-saxon dans lequel les notions d'autonomie et de réussite individuelle sont fortement valorisées⁶⁷. Cette injonction à adopter une attitude autonome et proactive relève d'une communication extrêmement directe et verticale. On ne cherche pas à modifier les attitudes par une approche sous-jacente qui ferait comprendre à l'individu la nécessité d'adapter son attitude par une évocation subtile des dangers qui l'entourent. Cette manière de communiquer est différente d'une campagne de santé publique dont le message consisterait à donner des consignes ciblées pour modifier les attitudes via les comportements, comme « ne fumez pas ». Ici, on cherche à directement modifier les attitudes en enjoignant les gens à se comporter d'une certaine

⁶⁶ AUSTIN, John, *Quand dire, c'est faire*, Seuil, 1970, p. 20-30.

⁶⁷ CALVÈS, Anne-Emmanuèle, « « Empowerment » : généalogie d'un concept clé du discours contemporain sur le développement », *Revue Tiers Monde*, 2009/4 (n°200), p. 735-749.

manière. « Impliquez-vous ! » « Éduquez-vous ! » sont des injonctions qui sous-entendent une certaine indépendance de l'individu vis-à-vis de l'État. Ce dernier est là pour dire aux gens de s'impliquer et de s'éduquer mais c'est à eux d'ensuite prendre les devants pour le faire. On en revient encore à cette philosophie libérale de prise de distance avec l'État, très américaine dans l'esprit et assez éloignée a priori, de la conception française.

II. La communication institutionnelle française face au terrorisme, entre enjeux de protection et d'éducation de la population

Nous verrons dans cette partie comment s'organise la communication institutionnelle française pour faire face à la menace terroriste. Deux grands axes de son action nous intéressent particulièrement : la protection de la population via la mise en valeur de l'action de l'État (**A**) et l'éducation des citoyens par le biais d'une approche pédagogique d'acculturation aux risques (**B**).

A. La mise en avant d'un État prêt à répondre aux menaces

Il sera ici question de l'action de l'État et de sa perception en tant que force opérationnelle pour neutraliser le terrorisme. Le plan Vigipirate ou le dispositif « Alerte Beauvau » assurent une mission de vigilance, d'information et de protection de la population (**a**). La coordination interministérielle semble elle indispensable à une communication cohérente en cas d'attentat (**b**).

a. Plan Vigipirate, « Alerte Beauvau », des outils de vigilance et de prévention des citoyens

Le plan Vigipirate fait partie des outils mis en place par l'État français pour lutter contre le terrorisme. Placé sous l'autorité du Premier ministre et concernant tous les ministères, il est déclenché pour la première fois (sous le simple nom de « plan Pirate ») durant la guerre du Golfe en 1991. La France étant engagée dans une guerre sur le sol étranger, qui plus est peuplé de groupes terroristes, il s'agissait d'éviter d'éventuelles répercussions. Le plan a beaucoup évolué depuis lors, en particulier depuis les attentats du 11 septembre 2001 et les attentats de 2015. Le plan Vigipirate se décline en plusieurs « niveaux », ou « postures », chacun correspondant à un état de menace. Le niveau par défaut est le niveau « Vigilance », avec des mesures de sécurité qui s'appliquent de manière pérenne. Ensuite vient le niveau « Sécurité renforcée – risque attentat », qui peut concerner l'ensemble du territoire ou seulement une zone géographique ou d'activité spécifique. Enfin, le niveau maximal : « urgence attentat », très conjoncturel,

déclenché dans l'éventualité d'une menace imminente ou à la suite immédiate d'un acte terroriste⁶⁸.

Dans le cadre du plan Vigipirate est lancée en 2015 l'opération Sentinelle. À la suite des attentats de janvier, le président de la République François Hollande annonce le déploiement de 10 000 militaires sur le territoire français, afin de protéger ses « points sensibles »⁶⁹. Cette force opérationnelle se présente comme un complément au plan Vigipirate dans le sens où elle vient illustrer de manière concrète l'engagement de l'État pour la protection des citoyens. C'est aussi un enjeu éminemment communicationnel : la puissance publique montre qu'elle agit, qu'elle est efficace, et qu'elle est toujours présente pour protéger la population. « *Quand on démontre que l'on agit, on rassure, et je pense que ça, ça a plus d'impact qu'une campagne. Montrer la puissance et l'organisation de l'État, c'est important pour la population car on montre que l'on maîtrise son pouvoir et sa communication* », dit Sébastien Valère⁷⁰. D'autant que, malgré les critiques pointant ici et là son inefficacité voire parfois son inutilité⁷¹, l'opération Sentinelle s'est révélée être particulièrement pertinente, en termes de rassurement de la population et de gestion de crise⁷².

Le plan Vigipirate est basé autour de trois piliers : la vigilance, la prévention et la protection.

« La vigilance est liée à la connaissance de la menace terroriste et à sa juste prise en compte afin d'ajuster les comportements de chacun et les mesures de protection. La prévention s'appuie sur la sensibilisation des agents de l'État, des opérateurs et des citoyens à la menace terroriste, sur leur connaissance de l'organisation du dispositif national et sur la bonne préparation des moyens de protection et de réponse. La protection repose sur un large éventail de mesures, qui doivent pouvoir s'adapter en permanence à la situation afin de réduire les vulnérabilités sans induire de contraintes disproportionnées sur la vie économique et sociale de la Nation. »⁷³ Ce triptyque laisse entrevoir plusieurs opportunités communicationnelles. Sur le volet vigilance, il s'agira d'informer sur la menace afin que la population soit consciente de cette dernière. Sur le

⁶⁸ <https://www.gouvernement.fr/risques/comprendre-le-plan-vigipirate>.

⁶⁹ « 10.000 militaires déployés en France : un record », *Europe 1.fr*, 12 janvier 2015.

⁷⁰ Entretien précité.

⁷¹ TENENBAUM Elie, « La sentinelle égarée ? L'armée de Terre face au terrorisme », Institut Français des Relations Internationales, Focus Stratégique, n°68, juin 2016, p. 10-15.

⁷² CLÉMENT, Pierre-Benoit, LE SAUX, Nicolas, « L'opération Sentinelle dans le cadre du plan Vigipirate : cas concret de gestion de crise », *Sécurité et stratégie*, 2015/2 (21), p. 56-62.

⁷³ « Faire face ensemble : Vigilance, prévention et protection face à la menace terroriste », Secrétariat Général de la Défense et de la Sécurité Nationale, décembre 2016.

volet prévention, il est plutôt question d'éduquer aux bons comportements pour se protéger des risques. Enfin, sur le volet protection, on a affaire à une communication mettant en avant l'action de l'État pour rassurer la population ; nous venons de l'évoquer. Les publics visés par le travail de sensibilisation qu'a vocation à mettre en œuvre le plan Vigipirate doivent attirer notre attention. En effet, il ne s'agit pas juste de s'adresser à la population et de lui transmettre des consignes ou des informations. Le circuit communicationnel est plus complexe que cela. Vigipirate entend rassembler tous les acteurs de la nation pour agir de la manière la plus globale et la plus efficace possible. D'où la mention des agents de l'État et des opérateurs. Le SGDSN, en charge du plan, et le SIG publient des guides à destination des élus locaux ou des opérateurs privés. L'idée : renforcer la sécurité des citoyens au niveau local en promouvant des actions répondant aux exigences du triptyque « vigilance, prévention, protection ». Après l'attentat de Nice le 14 juillet 2016⁷⁴, des consignes ont par exemple été transmises aux organisateurs d'événements pour qu'ils sécurisent leur manifestation contre l'éventualité d'une attaque au véhicule bélier. Par ailleurs, au-delà des mesures d'ordre pratiques, les élus locaux ont un rôle de transmission des messages de l'État auprès de leurs administrés. La sensibilisation de la population aux risques passe aussi par ce biais.



Vigilance attentats : les bons réflexes

Guide à destination
des maires et des présidents
d'intercommunalité



Secrétariat général
de la défense
et de la sécurité nationale



SE PROTÉGER CONTRE LES ATTAQUES AU VÉHICULE BÉLIER

Cette fiche réflexe présente les bonnes pratiques en matière de protection d'un événement de voie publique contre les attaques au véhicule bélier. Ce document, à vocation opérationnelle, doit pouvoir guider l'organisateur dans la préparation de ce genre de manifestation.

Extraits de deux documents du plan Vigipirate. À gauche, un guide à destination des élus locaux. À droite, une « fiche réflexe » destinée aux organisateurs d'événements.

⁷⁴ Durant les festivités du 14 juillet organisées sur la Promenade des Anglais, un Tunisien radicalisé a conduit un camion sur la foule, tuant 86 personnes.

Le plan Vigipirate permet, par son organisation, un relai extrêmement efficace des actions de communication sur le risque terroriste. Par exemple, le SIG en profite pour diffuser ses campagnes, ce qui permet de radicalement diminuer les coûts et de bénéficier d'une exposition maximale. Éva Quickert-Menzel explique que « *le canal Vigipirate permet de demander à tous les opérateurs publics et privés de placarder une affiche de manière gracieuse* »⁷⁵. Gares, mairies, maisons de retraites, cabinets médicaux... Les lieux d'attente sont privilégiés : ils permettent aux gens d'avoir le temps de lire et de s'imprégner du contenu de ce qui est affiché. Ce maillage du territoire est indispensable et fait du plan Vigipirate un outil fondamental de la lutte contre le terrorisme en France, d'un point de vue opérationnel comme d'un point de vue communicationnel. Au sein de ces dispositifs se loge une autre priorité qu'il convient de ne pas négliger : l'alerte aux populations.

Après les attentats du 13 novembre 2015, le Premier ministre Manuel Valls a demandé la création d'un système d'alerte des populations. La Direction générale de la sécurité civile et de la gestion des crises (DGSCGC), dépendant du ministère de l'Intérieur, travaillait déjà sur ce concept depuis plusieurs années. En lien avec le SIG, quelques semaines furent nécessaires pour aboutir à la réalisation du dispositif. Mis en place en juin 2016, avant l'Euro de football organisé en France, ce dernier a pris la forme d'une application, nommée SAIP⁷⁶, fonctionnant grâce à un système de géolocalisation afin de prévenir l'utilisateur d'un attentat survenu à proximité. Cependant, le prestataire choisi pour gérer l'application a fait défaut lors de l'attentat du 14 juillet 2016 à Nice : l'application ne s'est déclenchée que deux heures après le début de l'attaque... Pire encore : en septembre 2016, l'application relaie un canular, en décembre 2017, elle signale un attentat qui n'est en fait qu'un exercice⁷⁷. Des échecs en série évidemment difficile à gérer pour la puissance publique, accusée d'un certain amateurisme. On est en droit d'espérer de la part d'un système tel que celui-ci une information fiable, rapide et réactive. Mais il ne faut pas être excessivement exigeant : il est souvent impossible de communiquer dans les dix minutes qui suivent un attentat car il faut bien laisser le temps à la police de faire son travail.

Actant l'échec de l'application SAIP, l'État présente fin mai 2018 un nouveau dispositif d'alerte, promettant une meilleure réactivité et une coordination plus efficace avec les

⁷⁵ Entretien précité.

⁷⁶ Pour « Système d'Alerte et d'Information des Populations ».

⁷⁷ « Application SAIP : deux ans de couacs et des responsabilités partagées », *Le Monde.fr*, 29 mai 2018.

différentes composantes de la société. Ainsi, pour la première fois, la puissance publique décide de collaborer avec des réseaux sociaux, des médias ou encore des sociétés de transport. Intégration directe des messages d'alerte sur Facebook ou Twitter, relai par les chaînes de télévision et les panneaux surplombant les autoroutes des annonces du ministère de l'Intérieur...⁷⁸ Le tout centralisé sur un compte Twitter dédié, nommé « Beauvau Alerte ». Au-delà de la promesse d'un meilleur fonctionnement de l'alerte aux populations et d'un partenariat de bon sens entre différents interlocuteurs, la communication qui a été faite autour de ce nouveau système est basée autour de l'idée d'une amélioration de l'information aux citoyens. Le hashtag « #MieuxVousPrévenir » s'adresse directement aux gens comme pour les rassurer sur la présence de l'État en cas de crise.



Infographie du ministère de l'Intérieur annonçant le nouveau dispositif « Beauvau Alerte », mai 2018.

Le dispositif le plus pérenne et bénéficiant de la meilleure notoriété reste cependant le plan Vigipirate. Par sa notoriété (le terme « Vigipirate » est quasiment entré dans le vocabulaire commun), par son maillage du territoire et par sa capacité à coordonner les acteurs pertinents, il offre aux pouvoirs publics des moyens facilités pour prévenir la population. Mais il pêche à quelques égards. Tout d'abord, se pose encore et toujours

⁷⁸ <http://www.gouvernement.fr/risques/dispositif-d-information-de-la-population-en-cas-d-evenement-grave>.

l'écueil de l'anxiogène. Le triangle du logo Vigipirate est devenu synonyme de danger ou d'attentat et peut créer une perception pouvant s'avérer angoissante quand il est placé à l'entrée d'un lieu dédié aux loisirs et au divertissement, comme une salle de cinéma. Ensuite, le plan Vigipirate évolue : ses postures sont temporaires. La France ne peut pas rester au niveau de vigilance le plus élevé pendant une durée trop longue, au risque de causer de graves problèmes d'organisation et de gestion humaine. Il ne peut donc se suffire à lui-même. Son action doit entre autres être complétée par une coordination interministérielle efficace dans la gestion de crise.

b. Les enjeux de la coordination interministérielle dans la communication

Lors du déclenchement d'une crise, en l'occurrence ici d'un attentat terroriste, il est nécessaire que la communication des pouvoirs publics soit coordonnée et transversale. Schématiquement, il y a deux types d'attentats : des actes vite circonscrits qui relèvent uniquement de la responsabilité du ministère de l'Intérieur, comme l'attentat sur les Champs-Élysées en avril 2017 ou celui de Trèbes en mars 2018⁷⁹. Puis il y a les attentats d'ampleur plus importante, comme le 13 novembre ou le 14 juillet, où l'apport de plusieurs ministères est nécessaire à la résolution de la crise. Le Premier ministre peut alors décider d'enclencher ce qu'on appelle la Cellule Interministérielle de Crise (CIC). En 2008, un livre blanc de la défense édité par les services du Premier ministre demande aux ministères de mettre en place un comité interministériel chargé d'apporter des solutions aux crises et de développer un réseau efficace de communicants de crise. La CIC est activée en cas de crise majeure. Elle est constituée de quatre cellules. Tout d'abord, la cellule « situation » dont le rôle est de fournir un état des lieux de la crise et la cellule « anticipation », qui, comme son nom l'indique, a pour objectif de prévoir les éléments qui peuvent causer problème dans le processus de résolution de la crise. Ensuite, la cellule « décision » décide de la mise en œuvre d'actions selon les propositions des cellules « situation » et « anticipation ». Enfin, la cellule « communication » pilote le dispositif de communication pour informer la population des événements en cours.⁸⁰

Pour communiquer efficacement sur un attentat d'ampleur, le concours et l'expertise de différents ministères paraissent indispensables. On pense immédiatement aux

⁷⁹ Le 20 avril 2017, Xavier Jugelé, capitaine de police, est abattu par un radicalisé de 39 ans. Le 23 mars 2018, à Carcassonne et à Trèbes (Aude), Radouane Lakdim, djihadiste Franco-Marocain, tue cinq personnes dont le lieutenant-colonel de gendarmerie Arnaud Beltrame.

⁸⁰ <https://www.gouvernement.fr/risques/le-processus-de-gestion-de-crise>.

ministères de l'Intérieur et de la Santé, forcément en première ligne en cas d'incident de ce type. Stéphanie Le Gagne explique le rôle joué le ministère de l'Intérieur au sein de ce dispositif :

« En termes purement opérationnels, c'est avant tout de rétablir l'état de droit et la sécurité publique. Le rôle de la communication de crise va être simplement d'accompagner les opérationnels dans leur démarche de mise en sécurité. Les principaux messages diffusés, ce sont des messages de mise à l'abri (secteurs à éviter, mesures de confinement...), les messages comportementaux (ce qu'il faut faire et ne pas faire) et l'amorce de la post-crise. On commence pendant la crise à communiquer des numéros de téléphone pour prendre en charge les impliqués (toute personne se sentant touchée par un événement) »⁸¹. En tant que garant de la sécurité publique, le ministère de l'Intérieur communique donc pour protéger la population.



Préfecture de police ✓

@prefpolice

Suivre



Ne relayez pas de fausses rumeurs.
Intervention de la @prefpolice en cours à
#paris10 suite à une prise d'otage.

17:07 - 12 juin 2018

53 1,7 k 1,1 k

Tweet de la Préfecture de police de Paris (sous autorité du ministère de l'Intérieur) annonçant une prise d'otages dans le 10^{ème} arrondissement de Paris, juin 2018.

En cas d'attentat meurtrier, le ministère de la Santé occupe également une place importante dans le dispositif. Olivier Martin détaille :

« En cas d'attentat avec de nombreuses victimes, la Santé va être le deuxième ministère mobilisé après l'Intérieur. (...) En situation de crise, le centre de crise sanitaire est activé sur demande du Directeur général de la Santé et du ministre de la Santé. Les gestionnaires, experts médicaux et communicants du ministère rejoignent alors ce

⁸¹ Entretien précité.

centre pour centraliser les informations remontées par l'Agence Régionale de Santé. En tant que communicant, la première chose à faire est de consolider de l'info valide et surtout, validée. Ce n'est pas facile dans la mesure où il y a beaucoup d'incertitude, c'est très difficile de centraliser de l'info. La première chose que les médias et la population vont nous demander, c'est le bilan des blessés. Mais c'est très ardu d'arriver à consolider les chiffres en situation de crise. On doit aussi organiser une communication d'attente proactive en situation de crise aiguë sans pour autant dire tout et n'importe quoi face à la pression médiatique. Le 13 novembre, on a attendu 24 heures avant de fournir un bilan des blessés, car on voulait que tout soit consolidé et « nickel ». On a beaucoup tardé et on a subi une pression médiatique conséquente, avec une gestion des relations presse au fil de l'eau et une gestion des réseaux sociaux un peu embryonnaire. Puis il y a eu le 14 juillet et là on a vraiment décidé de communiquer sur un bilan dès les deux premières heures, donc extrêmement rapidement. Urgence absolue et urgence relative : c'est la première fois que ces termes médicaux ont été utilisés publiquement. Initialement, c'est de la médecine de guerre. Il faut donc accompagner cela d'un travail pédagogique : expliquer aux gens que c'est une technique de classement des blessés qui n'est valable qu'au moment du tri des victimes sur le lieu de l'attentat. On a ensuite donné des bilans tous les jours, sur le nombre de blessés et de pronostics vitaux engagés »⁸².

Transmettre à la population une information fiable et valide est une nécessité dans de telles situations d'émotion collective permettant à toutes sortes d'exagérations, voire d'intox ou de complots, de faire florès. Dès le début d'une crise, il est nécessaire de diffuser les bonnes consignes, mais aussi de stopper la propagation des rumeurs en faisant la chasse aux *fake news*, notamment sur les réseaux sociaux. Il y a au SIG un département Médias et réseaux sociaux, qui effectue un intense travail de veille. Repérer les prémices des fausses informations permet de faire pièce à leur propagation. Même si réagir n'est pas toujours la bonne solution.

« Parfois, la meilleure réponse à une *fake news*, c'est le silence, explique Stéphanie Le Gagne. Si on y répond, on court le risque de lui donner de l'importance alors qu'on veut la faire taire. Sur l'ouragan Irma⁸³, on a eu deux types de *fake news* : des trucs complètement délirants, affirmant que tout cette histoire était un complot, que l'île n'avait pas été rasée... Aucun intérêt de répondre à ça. Par contre, quand il est dit que la sous-

⁸² Entretien précité.

⁸³ En septembre 2017, l'ouragan nommé Irma a dévasté les îles de Saint-Barthélemy et Saint-Martin. Une Cellule Interministérielle de Crise avait alors été activée par le Premier ministre.

préfète s'est sauvée, il faut répondre et on réfléchit à une stratégie de réponse. Sur la rumeur des prisonniers évadés, on a aussi répondu. Parfois, les twittos eux-mêmes contredisent les rumeurs en postant des photos et en prouvant que tout cela est faux »⁸⁴.

Si, après un attentat, l'État s'efforce de contrôler les informations et les images qui peuvent fuiter, il ne peut pas tout contrôler. Rien ne peut ainsi empêcher des individus témoins d'un attentat de transmettre des images aux médias ou sur les réseaux sociaux. Ainsi, la vidéo de surveillance du restaurant « Casa Nostra », touché par les attentats du 13 novembre, a à l'époque été vendue à un journal anglais, créant la polémique⁸⁵. Une photo des cadavres jonchant la fosse du Bataclan a aussi abondamment circulé sur les réseaux sociaux. Ces éléments viennent parasiter le travail de la communication interministérielle, qui s'efforce de protéger les investigations en cours et de respecter les victimes et leurs familles. À ce propos, la montée en puissance des chaînes d'information en continu est aussi un élément à prendre en compte dans l'élaboration d'une stratégie de communication de crise. « Le temps médiatique s'accélère », comme l'écrit le journaliste Matthieu Aron⁸⁶. Le temps des matinées consacrées à relire un communiqué de presse est révolu. BFMTV et Twitter ont imposé un nouveau rythme à la communication.

Un des volets les plus délicats à gérer en période de crise est sans conteste la pression médiatique. Il y a d'ailleurs parmi les sous-commissions du CIC un centre de réponse aux journalistes, complétant le centre de réponse à la population qui peut gérer jusqu'à 300 000 ou 400 000 appels par jour. Pour faire face aux sollicitations incessantes des journalistes en période de crise, il est nécessaire de produire des éléments de langage. Fournis par les différents ministères, ils sont compilés par les communicants de crise en CIC pour être diffusés à la population. Répondre à des journalistes quand on ne possède pas encore la réponse est donc une erreur à éviter dans la gestion de crise. Mais il est nécessaire de maintenir un lien avec eux, ainsi qu'avec les citoyens qui appellent les numéros dédiés et qui sont, à juste raison, désespérément en quête d'informations.

L'impératif de promptitude et d'efficacité dans la gestion de la communication de crise présuppose, au niveau interministériel, un travail d'équipe et une coordination entre les acteurs qui soient de qualité. Ainsi, en parallèle de la CIC, un réseau de communicants

⁸⁴ Entretien précité.

⁸⁵ « Casa Nostra : les transactions autour d'une vidéo du 13 novembre au cœur du procès », Europe1.fr, 26 avril 2017.

⁸⁶ ARON, Matthieu, « « Temps médiatique » », LEGICOM, 2005/1 (n°33), p. 14-15.

de crise dynamique s'est structuré au fil des années. Il se réunit régulièrement pour des visites, des colloques et des préparations aux exercices de crise. Ces exercices ont lieu environ trois fois par an et consistent en une activation virtuelle de la CIC selon un scénario prévu à l'avance. Par exemple, une attaque terroriste multi-sites étalée sur plusieurs jours. Réunissant les communicants de crise de différents ministères, ces simulations permettent de mettre à l'épreuve la cohésion des communicants de crise et la pertinence de leurs processus d'action. Elles peuvent également faire prendre conscience aux agents des différents ministères qu'ils peuvent être concernés même si cela ne semble pas évident de prime abord. Par exemple, le ministère de l'Agriculture pourrait être concerné par une attaque terroriste sur un bateau de passagers. Les bateaux transportant du bétail seraient détournés, ce qui créerait un effet domino aux conséquences imprévisibles.

En complément et en support de la CIC, il existe des cellules de crise instituées au sein de chaque ministère. Elles fonctionnent sur deux niveaux : la cellule de crise elle-même, réunissant des agents de la direction, et ce qu'on appelle la mission de défense, qui s'active en même temps que la CIC. Cette mission de défense est placée sous le patronage d'un haut fonctionnaire de défense, présent dans chaque ministère. Il est le représentant du ministère de la Défense au sein des autres ministères. Il joue donc évidemment un rôle dans la communication interministérielle. Cette communication se fait par ailleurs de manière déconcentrée : la France est divisée en plusieurs zones de défense, chacune avec un Centre Opérationnel de Zone (COZ) qui officie comme relais des différents ministères. Mais malgré son importance, la communication semble être sous traitée au sein de la CIC. Des décisions sont prises et ce n'est qu'ensuite qu'on demande aux communicants de faire leur travail ; ils ne sont pas associés à la prise de décision en amont. La raison de cette prise de distance entre les domaines de la gestion de crise et de la communication est peut-être à chercher dans le constat suivant : la bonne crise, c'est la crise qui n'arrive pas. C'est a priori improductif pour atteindre des objectifs de communication, qui sont souvent corrélés à des résultats visibles et directs. La discrétion est, selon toute logique, inhérente à la communication de crise. Mais malgré cela, la CIC apporte semble-t-il une réelle cohérence à la communication interministérielle. Le niveau interministériel permet de limiter les couacs et de produire une information cohérente et fiable à des citoyens souvent sous le choc. Tous les ministères travaillent ensemble afin que les communiqués de presse officiels ne présentent pas de dissonance entre eux et que la désinformation ne prenne pas racine.

Cela rassure la population sur la compétence des différents acteurs impliqués et sur l'efficacité de l'État.

B. Expliquer pour préparer aux dangers : les défis d'une approche pédagogique

Au-delà de la réponse opérationnelle de l'État face au risque terroriste, il est nécessaire de mener un travail de communication « à froid », sur le temps long, pour développer l'acculturation aux risques de la population et lui transmettre les bons comportements à adopter. La campagne « Réagir en cas d'attaque terroriste » du SIG est à ce titre assez inédite et innovante (a). Mais la transmission de ce message doit être complétée par une stratégie ambitieuse de promotion des formations aux gestes de premier secours (b).

a. « Réagir en cas d'attaque terroriste » : une campagne novatrice

« Diriez-vous que vous vous sentez bien ou mal informé à propos des gestes et des comportements à adopter pour faire face à un attentat terroriste ? » C'est la question qui a été posée dans le cadre d'un sondage visant à connaître le sentiment d'information des Français sur les gestes et comportements à adopter pour faire face de manière appropriée à un attentat terroriste⁸⁷. 44 % des Français s'estiment très bien ou assez bien informés, en hausse de 7 points vis-à-vis de 2016, mais 54 % s'estiment encore assez mal ou très mal informés. Ce qui témoigne d'un certain sentiment au sein de la population, celui de manquer d'information et de se sentir démuni face à la menace. C'était tout l'objectif du lancement par le département Communication de crise et communication territoriale de l'État du SIG de la campagne « Comment réagir en cas d'attaque terroriste ». Éva Quickert-Menzel, responsable du département, en explique la genèse :

« Suite aux attentats du 13 novembre, le Premier ministre a demandé au directeur du SIG de l'époque, Christian Gravel, de réaliser une campagne d'acculturation à la menace terroriste. Après le Bataclan, nous avons vu dans les médias beaucoup de témoignages de gens qui racontaient avoir été sur les lieux ou à proximité et ne pas avoir su du tout comment réagir, soit car ils étaient cachés, pris en otage, blessés... (...) Nous avons donc été chargés, au SIG, de nous mettre autour de la table avec le SGDSN

⁸⁷ Sondage Ifop pour le Service d'information du Gouvernement, juin 2018.

pour pouvoir créer un outil qui permette d'indiquer les bons gestes à conduire et les bons comportements à adopter en cas d'attaque terroriste »⁸⁸.

Cet outil prendra la forme d'une affiche qui sera placardée dans beaucoup de lieux publics au fil de l'année 2016 (*annexe 6, p. 116*) Elle est assez inédite sur le fond comme sur la forme car c'est la première fois qu'une campagne de communication gouvernementale traite le sujet de manière aussi directe. Très didactique, elle met en scène via des dessins les bons comportements à adopter face à une attaque terroriste avant l'arrivée des forces de l'ordre. L'affiche est basée autour d'un triptyque simple : s'échapper, se cacher (si s'échapper s'avère impossible) et alerter puis obéir aux forces de l'ordre. Aux antipodes des méthodes américaines, elle ne montre aucune scène de violence ou d'illustration d'un attentat en cours. Cette sobriété découle d'un vrai parti pris.

« On s'est posé la question de savoir s'il fallait mettre en scène des vrais gens ou des animations. On a choisi les animations pour ne pas montrer des vrais gens et donc éviter de choquer les victimes, c'était trop incarné, et ça aurait sans doute été compliqué pour des acteurs de trouver le ton juste. » explique Éva Quickert-Menzel⁸⁹. Le choix des couleurs n'est pas neutre non plus : la prédominance du bleu et du jaune rend l'affiche le moins anxiogène possible, beaucoup plus que si elle avait été entièrement réalisée en rouge et en noir, par exemple.

Cette approche très didactique et peu angoissante a été répercutée dans une vidéo animée adaptée de l'affiche. Pas de musique de fond, une voix *off* au ton neutre et la reprise du système de dessins la rendent accessible à tous et peu susceptible de créer la controverse. Diffusée sur internet uniquement et d'une durée de quasiment trois minutes, gageons qu'elle aurait eu bien plus d'impact sur la population si elle avait bénéficié d'une diffusion sur les écrans de télévision. La vidéo reprend également le contenu d'une deuxième affiche réalisée par le SIG (*annexe 6, p. 117*), consacrée elle aux gestes qui sauvent. Nous y reviendrons plus longuement dans la partie suivante. Pour finir, il existe une troisième affiche, réalisée un peu plus tard que les deux autres et ayant bénéficié d'une plus faible exposition du fait de son thème un peu plus anxiogène : celui des attaques toxiques (*annexe 6, p.118*). Cette campagne est donc placée sous le signe de la pédagogie, à travers une présentation concrète des comportements à adopter. C'est une approche assez éloignée de ce que peut faire la sécurité routière, par exemple, qui a pour but de sensibiliser en montrant les conséquences dévastatrices que peuvent avoir des comportements inappropriés.

^{88 89} Entretien précité.

Ainsi, se pose forcément la question de la perception que peut avoir le citoyen de ce ton très direct et impératif : d'aucuns pourraient avoir un sentiment d'infantilisation. En effet, si on se penche sur le problème sans trop y réfléchir, il semble assez évident qu'il faille fuir ou se cacher si un attentat survient. Mais en vérité, ça ne l'est pas. Les réactions du corps humain, *a fortiori* quand il est confronté à un choc de ce type, sont imprévisibles. Beaucoup peuvent se retrouver tétanisés, incapables de bouger, encore moins de courir, face à un terroriste. D'autres n'auront pas le réflexe de mettre leur téléphone portable sur silencieux. Et une majorité des gens ne saura pas comment réagir à une attaque toxique ou réaliser les premiers gestes qui sauvent. La répétition de ces consignes doit permettre d'intérioriser ces dernières dans le cerveau des citoyens, afin que ces comportements deviennent des réflexes et qu'ils aient une attitude la plus sereine et proactive possible face au danger.

RÉAGIR EN CAS DE MENACE OU D'ATTENTAT TERRORISTE

1 **112**
Signalez tout agissement suspect
 Si vous repérez un agissement suspect (personne, sac,...) :
 • Eloignez-vous
 • Appelez la police

2
Explosion d'une bombe
 • Eloignez-vous rapidement de la zone touchée
 • Une autre explosion peut encore survenir, ne vous regroupez pas
 • Suivez-les recommandations des services d'urgence et d'intervention

3
Attaque à main armée
 • Fuyez les tirs si vous pouvez le faire en toute sécurité
 • Vous ne pouvez pas fuir ? Couchez vous au sol et protégez-vous (mur, table)
 • A proximité ? Eloignez-vous des portes et fenêtres

4
Attaque CBRN
 Chimique, Bactériologique, Radiologique ou Nucléaire
 • Eloignez-vous rapidement de la zone touchée
 • Mettez-vous à l'abri et fermez portes et fenêtres
 • Suivez-les consignes des services de secours et d'intervention

EN CAS D'URGENCE, APPELÉZ 112

Plus d'infos sur info-risques.be

3
 RÉFLEXES POUR VOTRE
SÉCURITÉ

INFO-RISQUES
 S'informer. Se préparer. Ensemble.

Une initiative des autorités fédérales **be**

Affiche des autorités belges, 2016

Le gouvernement belge a adopté une approche similaire mais néanmoins différente. Il a également produit une affiche répertoriant les consignes pour bien réagir à une menace ou à un attentat terroriste, à une spécificité près : il est établi une distinction selon les types d'attaque : explosion d'une bombe, attaque à main armée, attaque chimique ou bactériologique... Ce qui semble particulièrement pertinent dans la mesure où l'attentat terroriste n'est pas un principe monolithique : l'histoire nous a funestement montré qu'il existe bien des manières de tuer des gens. Ainsi, l'adaptation des consignes au type d'attaques permet non seulement d'informer la population sur les différents risques mais aussi de les aiguiller selon les différentes circonstances. Au niveau des autorités françaises, une réflexion est en cours pour adopter cette approche et communiquer de manière plus exhaustive sur les différentes menaces.

Faisons un petit détour par l'école, où nous reviendrons ultérieurement, pour dire la nécessité de porter ce projet de sensibilisation et d'acculturation dans l'enseignement. A ce titre, le principe d'affiches colorées basées sur des dessins permet de les placarder dans les écoles, ce qui est un enjeu majeur de visibilité et de pédagogie. Une campagne beaucoup plus « crue » et violente n'aurait pas permis cela. Et au-delà des affiches en tant que telles, la communauté enseignante a un vrai rôle à jouer dans la formation de futurs adultes conscients des risques et des comportements à adopter pour s'en prémunir. Pourquoi pas même rendre cela ludique, en jouant autour des consignes de fuir et de se cacher ? Surtout que les écoles sont on le sait une potentielle cible privilégiée des djihadistes⁹⁰. Les attitudes se forgent dès le plus jeune âge et c'est par l'école que l'on pourra fonder une société plus résiliente sur la durée.

Ce qu'on n'a pas la place de montrer ou dire sur une affiche doit être accessible sur internet. C'est dans cet esprit qu'a été lancée la page « Risques ! » sur le site du Gouvernement⁹¹. Ce portail compile des ressources sur la prévention des risques majeurs, dont le terrorisme. Cette idée d'une plateforme accessible à tous les citoyens et leur permettant d'être informé sur le risque et sur les moyens à mettre en œuvre pour s'en prémunir est sur le papier un excellent moyen de pallier le déficit d'information des citoyens et pouvoir les accompagner et les rassurer. Néanmoins se pose rapidement la question de la visibilité. Combien sont conscients de l'existence de ce site et combien ont le réflexe de s'y rendre régulièrement pour se renseigner sur les consignes du gouvernement pour se protéger des menaces ? Toutefois, ces ressources restent

⁹⁰ « Les projets fous des terroristes de Paris », *L'Express.fr*, 26 mars 2018.

⁹¹ <https://www.gouvernement.fr/risques>.

indispensables et font partie intégrante de la stratégie gouvernementale d'information et de communication sur le risque terroriste.

Dans le cadre de cette page « Risques ! » ont été lancés en 2017 les « tutos risques », une série de vidéos au ton décalé reprenant les codes des « YouTubeurs ». Le but étant toujours le même : informer les gens sur les risques majeurs et leur apprendre quoi faire pour s'en prémunir. Sébastien Valère, qui a participé à leur création, raconte :

*« C'est une mission du gouvernement de faire de la pédagogie sur les risques majeurs. On a décidé d'assumer de faire de la prévention, sur l'ensemble des risques majeurs. Mais on voulait une prévention non anxieuse, qui s'inscrivait dans la lignée des productions du SIG depuis deux ans, mais avec une tonalité un peu différente. Pour résumer, le pitch était simple : on décline les infographies en format tutos sur YouTube ».*⁹² Il était osé pour le gouvernement de lancer tel projet, sachant que, vu son statut, il serait forcément exposé aux critiques. Comme le dit très justement Stéphanie Le Gagne, *« Il y a certaines plaisanteries qu'on ne peut pas accepter de la part des autorités : on ne peut pas se permettre certaines blagues. Mais plus on est accusés de ringardise, plus une vidéo va devenir virale et du coup les gens regardent et le message passe quoi qu'il arrive. On s'en fiche que ce soit beau tant qu'on a atteint notre objectif : on se doit d'être efficaces et d'être entendus par les gens. Yann Barthès peut dire que ma vidéo est ratée, tant qu'il la diffuse dans son émission »*⁹³.

Néanmoins, il y a eu un « tuto risque » sur les orages, un sur les inondations, même un sur la cyber sécurité... Mais aucun sur le terrorisme. Qui est pourtant, comme on l'a vu, un sujet qui est au cœur de la stratégie de prévention des risques du SIG. On en revient toujours à ce fameux problème de l'anxieux et du bon ton à trouver pour traiter d'un sujet aussi sensible. Sébastien Valère explique :

« Parler de terrorisme dans les tutos risques, on aurait pu le faire, avec une vidéo hors-série, sans humour. On a préféré conserver le côté humour, qui ne peut pas être utilisée sur les questions de terrorisme. Par contre, on peut avoir des supports innovants. Mais l'humour pour parler du terrorisme, ça ne passera jamais, ça peut passer par des acteurs externes, mais pas par l'État. C'est aux politiques d'assumer cela, et ce sujet est trop brûlant. Les tutos risques ont fait partie d'un climat général où on sensibilise les gens aux bons gestes, ça fait partie d'un message gouvernemental global qui fait qu'on dit aux gens : responsabilisez-vous. Vous devez être vigilant dans la vie de tous les jours,

^{92 93} Entretiens précités.

il faut prendre quelques précautions. Sur les messages froids comme ceux abordés dans les tutos, on peut utiliser l'humour. Mais je ne défendrais pas cette idée pour le terrorisme »⁹⁴.

Cette idée de la responsabilisation est intéressante et se situe en effet à la base du procédé de sensibilisation et d'acculturation. Ce que cherche à former ce type de communication au final, c'est une attitude plus autonome et responsable. L'État accompagne le citoyen mais dans le but de faire en sorte qu'il sache adopter les bons comportements par lui-même et si possible en fasse le relai. Le fait que le nombre de gens se sentant mal ou peu informés sur les comportements à adopter en cas d'attentat soit en baisse est révélateur de quelque chose de positif. « *On mesure que les gens, quand ils disent eux-mêmes ne pas être en manque d'infos sur un sujet, ça veut dire qu'ils ont moins peur. Les craintes baissent donc il y a de la résilience* », reprend Sébastien Valère. Mais cette baisse est lente et encore peu satisfaisante, d'où la nécessité de poursuivre ce travail, qui ne peut se faire qu'au long cours.

b. Éduquer aux gestes qui sauvent, corollaire du travail de prévention

L'affiche réalisée par le SIG sur les gestes d'urgence (*annexe 6, p. 117*) dénote une certaine conception du citoyen alerte et préparé : non seulement doit-il être capable de se sauver la vie, mais idéalement, il doit être en mesure de sauver celle des autres. Quelques gestes simples peuvent permettre de sauver la vie d'une personne en danger de mort en attendant les secours. Force est de constater que malheureusement, la connaissance de ces gestes n'est pas encore partagée par le plus grand monde. Comme le mentionne l'introduction du rapport de la mission Pelloux – Faure sur les gestes qui sauvent⁹⁵, « les attentats de janvier et novembre 2015, puis de juillet 2016 ont fait prendre conscience au grand public que les risques de toute nature se multipliaient en France, mais aussi qu'il n'était pas prêt et formé pour savoir réagir de façon adaptée ». La loi elle-même enjoint les citoyens à acquérir ces réflexes pour participer à la sécurité de tous. Selon l'article 4 de la loi de modernisation de la sécurité civile du 13 août 2004, « toute personne concourt par son comportement à la sécurité civile. En fonction des

⁹⁴ Entretien précité.

⁹⁵ « Rapport de la mission de préfiguration sur la généralisation au plus grand nombre de nos concitoyens, de la formation aux gestes qui sauvent, conduite par Patrick Pelloux et Éric Faure », rapport remis officiellement à Juliette Méadel, secrétaire d'État chargée de l'Aide aux victimes, le 20 avril 2017.

situations auxquelles elle est confrontée et dans la mesure de ses possibilités, elle veille à prévenir les services de secours et à prendre les premières dispositions nécessaires ». La notion de responsabilisation évoquée précédemment prend ici tout son sens. Certes, la puissance publique est là pour protéger voire sauver les citoyens et c'est tout à fait normal car c'est sa mission, mais le citoyen doit participer à cet effort en acquérant les pratiques pouvant sauver des vies. La communication institutionnelle doit être incitatrice de ce mouvement. Ainsi, en 2016, la campagne « Adoptons les comportements qui sauvent » a été lancée, sous l'égide de la Fédération nationale des sapeurs-pompiers de France, la Fédération nationale de Protection civile et la Croix-rouge française. Labellisée « Grande cause nationale » par le gouvernement, elle a permis de faire la lumière sur l'impérieuse nécessité d'apprendre aux citoyens de nouveaux comportements. D'autant plus que la campagne a bénéficié d'une forte exposition médiatique : plus de 600 retombées médias, plus de 36 millions de personnes touchées, plus de 150 000 visiteurs sur le site⁹⁶. Si la campagne est terminée depuis maintenant deux ans, le travail de sensibilisation continue. Il n'est ainsi pas rare de voir, par exemple, les sapeurs-pompiers communiquer à ce sujet.



Publication Twitter des sapeurs-pompiers de la Vienne, juillet 2018

⁹⁶ <https://www.attitude-prevention.fr/nos-actions/soutien-officiel-grande-cause-nationale-2016>.

Deux éléments rendent cette publication intéressante : l'utilisation de l'humour et l'utilisation de l'actualité. On l'a vu précédemment, le ton humoristique n'est pas le plus aisé à employer correctement. Mais ici, il est un moyen d'attirer immédiatement l'attention, beaucoup plus que ne le ferait une présentation neutre des gestes de premiers secours. Ensuite, la référence à l'actualité est très bien pensée. La coupe du monde de football est un sujet dont tout le monde entend forcément parler, et surtout, elle est un élément de l'actualité très peu clivant, ce qui constitue une denrée rare. Ici, il s'agit d'une référence à la propension du joueur brésilien Neymar Jr. à régulièrement se laisser tomber sur le terrain. L'usage de la dérision, associée à une figure populaire et connue du grand public permet d'offrir une meilleure visibilité au message et de rediriger vers une plateforme internet permettant directement de s'inscrire à une formation.

S'aider mais aussi aider les autres est un raisonnement qui semble caractéristique de l'approche française vis-à-vis du terrorisme, à la différence de certaines campagnes américaines, vues précédemment, qui préconisent aux gens de se sauver la peau sans leur dire quoi faire pour sauver quelqu'un qui se trouverait à l'article de la mort. C'est dans cet esprit que le président de la République Emmanuel Macron a annoncé en octobre 2017 son objectif de former 80 % de la population aux gestes qui sauvent à horizon 2022⁹⁷. Un objectif ambitieux qui passe par une stratégie de communication et de sensibilisation qui ne doit pas l'être moins. Par la communication, la puissance publique semble donc vouloir faire adopter aux citoyens une attitude altruiste par l'apprentissage de ces comportements de premiers secours. Et comme l'ont montré Frydman et Ritucci⁹⁸, le développement de l'attitude altruiste se fait dès l'école.

« Les gestes qui sauvent vont devenir obligatoires dans les collèges et les lycées : c'est une directive des ministères de l'Intérieur et de l'Éducation nationale. Il avait aussi été question à la même époque de faire entrer la société civile dans les écoles pour faire de la prévention, avec cette idée de réserve citoyenne. Il y a un appui important des réservistes, avec une vraie publicité qui est faite autour de ça aujourd'hui, on n'hésite pas à dire aux jeunes de devenir réservistes pour aider leur carrière. L'éducation populaire passe aussi par là, en donnant envie aux gens de s'engager. Il y a un vrai renouveau de l'engagement porté depuis la présidence de François Hollande », dit

⁹⁷ « Former 80 % des citoyens au secourisme : oui, mais comment ? », *SecoursMag*, 9 octobre 2017.

⁹⁸ FRYDMAN, Marcel, RITUCCI, Gina, « Le développement de l'attitude altruiste. Expérimentation et évaluation d'un programme centré sur le comportement d'aide », *L'Enfance*, 1988, vol. 41, nos 3-4, p. 73-85.

Stéphanie Le Gagne⁹⁹. Il est nécessaire d'insister sur l'importance de l'école et de l'éducation des plus jeunes. Une circulaire du ministère de l'Éducation nationale, parue en juin 2016, précise les enjeux du « parcours citoyen » que doivent suivre les élèves : « la prise de conscience progressive des enjeux de protection, de sécurité, de défense civile et militaire, en complément de l'approche de l'enseignement moral et civique sur cette question, par le contact avec des représentants des corps de la sécurité civile, de la police, de l'armée, d'associations œuvrant dans le champ de la citoyenneté et pour la paix dans le monde, et d'associations partenaires de l'école publique »¹⁰⁰.

L'enjeu est posé : la conscience des risques pesant sur la sécurité collective, au sein desquels le terrorisme occupe une place majeure est essentielle à la formation de futurs citoyens altruistes et responsables. Une approche qui pourrait d'ailleurs choquer, les enjeux liés à la sécurité nationale ou à la défense militaire paraissant incompatibles avec ce qu'un enfant devrait apprendre à l'école. Mais selon Éva Quickert-Menzel, il s'agit d'une idée reçue : « *Contrairement à ce que l'on peut penser, si l'acculturation est bien faite, avec la bonne distance, sans être anxigène, alors les enfants sont au contraire rassurés. Former une population dès le plus jeune âge, c'est s'assurer de sa résilience.* » La « bonne distance » doit en effet impérativement être respectée, d'où l'impérieuse nécessité de respecter une approche progressive dans la sensibilisation des enfants au danger. Le rapport de la mission Pelloux - Faure¹⁰¹ préconise le continuum suivant :

- Un module simple à l'école maternelle, basé autour de la perception élémentaire de risques simples
- Un module « Apprendre à porter secours » à l'école primaire
- La dispensation de la formation PSC1 (Prévention et secours civiques de niveau 1) au collège
- Un module d'initiation aux gestes qui sauvent au lycée.

Cette formation doit revêtir un caractère obligatoire pour que les comportements changent. La communication en tant que telle ne suffit pas : elle doit être accompagnatrice d'un parcours de formation qui s'impose au citoyen dès le plus jeune âge. Et au-delà de ça, il existe des marges de manœuvre pour former les adultes « sur le tard » : rendre obligatoire les formations pour les fonctionnaires, les professions en

⁹⁹ Entretien précité.

¹⁰⁰ Circulaire du 20 juin 2016.

¹⁰¹ op. cit.

lien avec des mineurs ou des personnes âgées... Et pour ceux se portant volontaire, réduire leur coût ou procéder à des abattements fiscaux. Le soutien des opérateurs privés est également important. Ainsi la MAIF, société d'assurance a lancé ces dernières années plusieurs campagnes de communication sur les gestes d'urgences, complétées par une plateforme de formation à distance. Cette coordination de différents acteurs est nécessaire à la promotion globale d'un apprentissage des comportements qui permette de mieux préparer la population à la menace du terrorisme.

Avec une politique volontariste, quels résultats imaginer à 20 ou 30 ans ? Gageons que des citoyens préparés à des comportements et gestes élémentaires en cas de crise depuis leur plus jeune âge impulseront une nouvelle perception globale du phénomène terroriste. Des attitudes basées autour de la résilience (nous y reviendrons plus tard), de l'altruisme et du refus de céder à la peur doivent devenir prédominantes dans une société minée par la menace permanente. Il ne s'agit pas de minimiser le risque ou de prétendre que, sous prétexte que les gens ont appris à réagir efficacement face à un terroriste ou à prodiguer les soins de premiers secours, le terrorisme est moins dangereux ou fait moins peur. Mais dans une société, l'apparition de réflexes collectifs et d'une volonté de sauver les autres autant que nous-mêmes ne peut être que bénéfique. La communication de l'État doit avoir pour but d'impulser la création de ses attitudes, pour que la réponse à la menace ne se situe pas seulement entre ses mains, mais dans celles de tous ses citoyens.

III. Le discours politique, vecteur d'un récit national réconfortant et fédérateur

On a vu le rôle que pouvait jouer la communication institutionnelle pour informer, sensibiliser et acculturer la population au risque terroriste. Mais cette communication publique est complétée par la communication de nos gouvernants, dont la parole s'adresse directement aux citoyens. Dans un contexte terroriste, et a fortiori après un attentat, le discours des acteurs politiques doit gérer tant bien que mal le choc et l'émotion de l'opinion publique (A) et, ensuite, élaborer un discours mobilisateur à même de regonfler le moral de cette dernière (B).

A. La parole politique comme rempart face au choc et à l'émotion de la nation

Quand la mort frappe comme elle a pu le faire dans les rues de Paris ou de Nice, un certain climat s'installe dans le pays : les gens sont quelque peu sonnés, sidérés et l'émotion est souvent très forte. Gérer cette émotion et rassurer les gens est un défi de taille pour nos dirigeants (a), qui ont par ailleurs fort à faire pour réparer la crédibilité de leur parole, quelque peu ébréchée par la perte de confiance de la population et l'émergence des réseaux sociaux (b).

a. Communiquer pour rendre hommage et « panser les plaies »

Suite à un attentat terroriste, tout pays, toute population, toute société est saisie d'effroi et se retrouve confronté à des inquiétudes paraissant bien légitimes. Pourquoi nous attaque-t-on ? Sommes-nous en sécurité dans notre propre pays ? Quelles mesures prendre pour empêcher de tels actes de se reproduire ? Les questions se bousculent et c'est à l'État, et donc aux hommes et aux femmes qui en sont l'incarnation à l'instant T de tenter d'y répondre, ou tout au moins de rassurer et protéger la population. C'est pour cela que le président de la République, son Premier ministre ou des membres du gouvernement se rendent systématiquement sur les lieux où vient d'être commis un attentat, parfois au mépris de règles élémentaires de sécurité¹⁰². Nous l'avons évoqué précédemment, il faut montrer que l'État est là, qu'il agit, qu'il ne laissera

¹⁰² François Hollande s'était ainsi rendu devant les locaux de *Charlie Hebdo* de manière extrêmement rapide, occasionnant un casse-tête pour les forces de l'ordre et le personnel chargé de sa sécurité.

pas faire. Et au-delà de cette incarnation et de cette présence du pouvoir de l'État, qui sont éminemment nécessaires, il revient aux individus qui nous gouvernent de rendre hommage aux victimes des attentats. La nation doit faire le deuil de ces dernières, rendre un hommage juste et fort à leurs familles et montrer que le pays ne reculera pas, et surtout pas face à la barbarie aveugle de ceux qui souhaitent saper ses valeurs.

« *Les Français ne comprendraient pas qu'il n'y ait pas une prise en compte, une compassion forte vis-à-vis de ces drames de la part des plus hautes autorités de l'État. On a appelé ça la communication de compassion, et ça s'est transformé en ce qu'on pourrait appeler une communication d'hommage. C'est ce qui s'est passé lors de la vague d'attentats de 2015 et 2016* », dit Marie-Laure Simon-Beaulieu¹⁰³. La « communication d'hommage » paraît cependant indispensable dans un tel contexte. L'opinion publique ne comprendrait pas, et ne tolérerait pas, de voir sa classe dirigeante muette ou fuyant ses responsabilités. Depuis 2015, les hommages officiels se multiplient, sous différentes formes et ont pour but affiché de souder la population face à ces terribles épreuves. Un rapide tour d'horizon de ces hommages nationaux permet de mieux comprendre les ressorts de la communication politique quand il s'agit de s'adresser à la nation sur un sujet aussi sensible.

Le 11 janvier 2015, près de quatre millions de Français défilent dans la rue pour exprimer leur soutien à la presse, à la démocratie et tout simplement à la République face à l'obscurantisme des terroristes. Il s'agit du plus grand rassemblement de l'histoire moderne de la France¹⁰⁴. La spécificité de cet événement tient au fait qu'on peut le qualifier de « manifestation d'État », selon les termes de Laurie Bousquet et Florence Faucher¹⁰⁵, dans le sens où l'exécutif a joué le rôle d'organisation du mouvement social. C'est en effet le président de la République François Hollande qui a appelé les Français à « se lever » le dimanche 11 janvier 2015. Un appel abondamment relayé par la communication gouvernementale¹⁰⁶. L'infographie (*voir p. 57*) qui a alors été postée sur les réseaux sociaux utilise divers symboles renvoyant à la dimension unificatrice et patriotique d'une telle initiative. La Marianne tenant un crayon, symbole de l'attachement à la liberté de la presse et à la liberté d'expression, la phrase « Tous unis ! » qui enjoint

¹⁰³ Entretien précité.

¹⁰⁴ « Une marche républicaine historique : plus de 3,7 millions de Français ont défilé », *Le Parisien.fr*, 11 janvier 2015.

¹⁰⁵ BOUSSAGUET, Laurie, FAUCHER, Florence, « Quand l'État convoque la rue. La marche républicaine du 11 janvier 2015 », *Gouvernement et action publique*, 2017/2 (N° 2), p. 49.

¹⁰⁶ <https://www.gouvernement.fr/partage/3086-marche-republicaine-du-dimanche-11-janvier-tous-unis>.

les Français à se rassembler nonobstant leurs différences et le hashtag #LaFranceEstCharlie, référence au slogan viral devenu synonyme de solidarité et de soutien avec le journal satirique.



Infographie relayée sur les réseaux sociaux du Gouvernement, janvier 2015.

En marge de cette mobilisation historique, le président de la République annonce une réunion exceptionnelle de dirigeants de nombreux pays, invités à participer à cette marche républicaine. L'idée est de montrer la solidarité des peuples du monde entier face à l'ennemi commun du terrorisme, ce qui est à même de générer au sein de la population française une certaine fierté, celle d'appartenir à une nation à l'avant-garde de la défense de la démocratie et de la lutte contre l'obscurantisme. Car, comme le rappelle Pierre Nora, « la France garde encore l'image du pays des droits de l'homme, et de la liberté »¹⁰⁷. Par concaténation, ces éléments participent de la formation d'une attitude qu'on pourrait qualifier de conquérante au sein de la population française. Elle est illustrée par une image prise par un photographe lors de la manifestation du 11 janvier dans les rues de Paris. Perché sur une statue de la place de la Nation, un homme brandit un crayon géant : la scène est un écho direct au tableau *La liberté guidant le*

¹⁰⁷ « Pierre Nora : « La manifestation du 11 janvier est le type même de l'événement monstre » », *Libération.fr*, 20 janvier 2015.

peuple de Delacroix¹⁰⁸. Ce symbole d'une attitude conquérante tranche de manière très effective avec l'attitude apeurée voire résignée qui aurait logiquement pu prévaloir dans une société marquée par la violence de ces attaques. La mobilisation décrétée par l'exécutif et l'hommage gigantesque ayant été rendu à la démocratie en ce week-end de janvier ont permis d'éviter cela.

Le 13 novembre 2015, une série d'attentats coordonnés fait 130 morts dans la capitale française, dont 90 dans le seul Bataclan. Deux semaines après, le 27 novembre, une cérémonie est organisée dans la cour d'honneur de l'hôtel des Invalides. Le nom et l'âge des victimes sont égrenés à tour de rôle avant une séquence musicale poignante rendant hommage aux valeurs d'amour et de liberté. Le président de la République prend ensuite la parole et rappelle que les personnes ayant perdu la vie le 13 novembre étaient « la jeunesse de la France », « 130 noms, 130 vies arrachées, 130 destins fauchés, 130 rires que l'on entendra plus, 130 qui à jamais se sont tues. » Il insiste ensuite sur le caractère de cette génération meurtrie, qui saura « multiplier les chansons, les concerts, les spectacles (...) continuer à aller dans les stades »¹⁰⁹. Le message transmis à la jeunesse de France est le suivant : il ne faut pas avoir peur, et, malgré le fait que les terroristes aient tenté d'attaquer notre mode de vie et notre insouciance, modifier notre manière d'être et notre manière de vivre équivaldrait à leur donner raison. On retrouve encore une fois cette volonté, dans le discours politique, de promouvoir une certaine conception de la France et des Français à travers l'hommage. En célébrant nos morts, on se retrouve à célébrer la vie et à transmettre un message d'espoir qui doit empêcher les attitudes résignées, soumises et fatalistes. Se pose néanmoins une question importante : à quel point l'affirmation de l'insoumission, la proclamation du fait que rien ni personne ne pourra changer nos attitudes et notre mode de vie nous font-elles basculer dans une forme dangereuse d'habitude ? Une situation où chaque nouvel attentat ne causerait plus autant d'effet et serait somme toute banalisée ? C'est pour cela que le temps des hommages est incontournable. Il doit subsister un temps où la nation se recueille et fait bloc pour honorer ses morts. L'émotion est naturelle et est même saine dans des situations comme celles-ci. Et c'est au discours politique d'assumer cette dimension et d'accompagner les citoyens dans la gestion psychologique et émotionnelle des événements.

¹⁰⁸ « « Le crayon guidant le peuple » : la photo symbole du 11 janvier, *L'Express.fr*, 13 janvier 2015.

¹⁰⁹ Discours de François Hollande à l'hôtel national des Invalides, 27 novembre 2015.

Malgré le choc immense et la dimension symbolique et historique désormais incontournables qu'ont pu créer les attentats commis ces dernières années en France, il semble logique et naturel qu'au fur et à mesure des années, les hommages perdent en intensité. Ainsi, le 7 janvier 2018, à l'occasion des trois ans des tueries de *Charlie Hebdo* et de l'Hyper Cacher, l'hommage fut très sobre et discret et occasionna une faible affluence. Le président de la République Emmanuel Macron décida même de ne pas prononcer de discours¹¹⁰. Gageons qu'il laissera sûrement son Premier ministre représenter l'exécutif en janvier 2019, comme il l'a fait pour les deux ans de l'attentat de Nice le 14 juillet 2018. C'est le lot des hommages : ils accompagnent le deuil, et quand le deuil s'estompe progressivement, ils se font moins intenses. Ce qui ne veut pas dire que le peuple oublie.

Ces moments de tristesse collective et de communion autour de valeurs partagées disent beaucoup de l'attitude d'une nation face aux dangers qui la guettent. La communication politique, qui prête beaucoup le flanc aux critiques quand il s'agit d'accomplir des objectifs individuels ou politiques, a ici un rôle essentiel et peut se prévaloir de faire office de ciment de la nation. Intelligemment mise en œuvre, elle facilite la compassion, organise le deuil, soude la population, lui redonne confiance et crée les conditions de sa résistance face aux tourments de la vie. Mais elle doit au préalable surmonter un obstacle de taille, qui peut considérablement obérer sa portée et son pouvoir. Il s'agit de la confiance abimée des citoyens, et la défiance qui s'est progressivement installée entre ces derniers et leurs gouvernants.

b. Affronter et dépasser la crise de la confiance

Si, historiquement, il a toujours existé une forme de défiance entre les citoyens et le pouvoir, il semble que la distorsion du lien de confiance s'est amplifiée ces dernières années. La communication politique semble être un moyen de restaurer cette confiance. « Les politiques pensent que la crise de confiance qui les atteint peut être résolue par le miracle de la communication politique, pourtant elle-même en crise : souvent objet de suspicion, entachée d'une connotation perçue comme négative, elle est rejetée dès qu'elle devient visible. Employée à contretemps, elle risque de miner davantage la confiance », résume Françoise Boursin¹¹¹. La communication des acteurs politiques est

¹¹⁰ « Le sobre hommage de Macron à *Charlie Hebdo* et à l'Hyper Cacher », *Le Figaro.fr*, 7 janvier 2018.

¹¹¹ BOURSIN, Françoise, « Crise de la confiance ou de la communication politique ? », *Communication et organisation*, 16 | 1999, p. 3.

donc elle-même suspectée de malhonnêteté ou de dissimulation, ce qui rend leur tâche difficile quand il s'agit de communiquer sur un sujet aussi sensible que le terrorisme. En tant que dirigeants de l'État à un instant T, ils sont responsables de la sécurité des citoyens, et peuvent même être accusés d'être responsables des attentats commis sur le sol du pays¹¹².

Ces dernières années, l'émergence irrésistible des réseaux sociaux a conduit à l'explosion des canaux de communication, de plus en plus nombreux et de plus en plus horizontaux. Cela obère mécaniquement la visibilité et la crédibilité des messages de l'État. Que pèsent les déclarations d'un ministre face à des milliers d'utilisateurs de Twitter l'accusant de mentir et développant un discours contradictoire difficile à vérifier ? Il est donc devenu difficile pour ceux qui nous gouvernent de s'adresser directement à la population sur des bases saines, sans risque de parasitage. Ce problème a été identifié par le gouvernement il y a quelques années et le SIG a alors décidé de produire une campagne de communication visant à faire pièce aux thèses complotistes en vogue sur internet. Recruté pour l'occasion, le « Youtubeur » Kévin Razy apparaît dans une vidéo visant à tourner en ridicule les propagateurs de fausses informations.

Mais l'attrait pour l'occulte rend compliquée la lutte contre ces discours minant la crédibilité du discours politique. Le gouvernement cache forcément des choses, et la vérité se trouve forcément sur internet : elle n'a pas droit de cité dans les médias, c'est donc qu'obligatoirement, c'est une réalité qui dérange. Ce « conspirationnisme 2.0 »¹¹³ sape les efforts de la puissance publique pour rassurer les citoyens et les informer de manière juste sur les menaces auxquelles ils sont confrontés. Lorsque l'un des frères Kouachi a oublié sa carte d'identité dans le véhicule l'ayant amené, lui et son frère, jusqu'au siège de *Charlie Hebdo*, les théories les plus folles ont circulé. Complot organisé par le gouvernement français, coup monté des services secrets israéliens... Ces fausses histoires ont fait florès et ont pu mettre à mal la crédibilité de l'exécutif. Si l'on peut a priori espérer que la proportion de Français accordant du crédit à ces thèses complotistes est réduite à la portion congrue, il convient de faire attention.

Libération, dans une enquête publiée en janvier 2018, a mis en exergue la forte adhésion de la population française aux théories du complot. Ainsi, 79 % des Français croient au

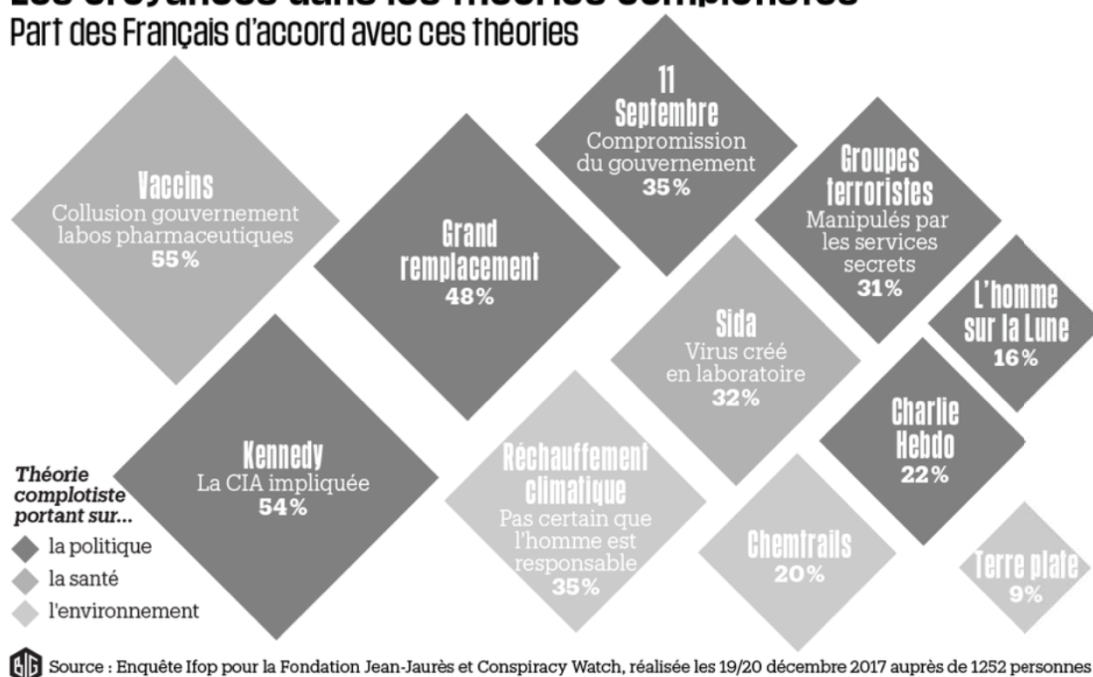
¹¹² Il est d'ailleurs courant que les djihadistes expliquent leur action par le fait que la France soit engagée sur le théâtre de guerre irako-syrien. Ce fut notamment le cas de l'assaillant de l'Hyper Casher, des terroristes du Bataclan ou encore de celui de Trèbes.

¹¹³ JOSSET, Raphaël, REICHSTADT, Rudy, TAÏEB, Emmanuel, « Le conspirationnisme 2.0 », *Quaderni*, 95 | 2018, p. 79.

moins à une théorie du complot répandue¹¹⁴. Trois chiffres sont particulièrement instructifs : 35 % pensent que le gouvernement américain fut compromis dans les attentats du 11 septembre, 31 % que les groupes terroristes sont manipulés par les services secrets et 22 % que l'attentat de *Charlie Hebdo* est une machination. Il existe donc une proportion non négligeable de Français qui ne croit même pas en l'existence du terrorisme : ils ne peuvent donc pas être réceptifs au discours de gouvernants qu'ils jugent responsables des attentats.

Les croyances dans les théories complotistes

Part des Français d'accord avec ces théories



Infographie BiG pour Libération, janvier 2018.

« C'est dans la formulation de l'ethos et dans sa mise en œuvre que se définit l'identité politique du sujet dans l'espace de la communication politique, ainsi que la façon dont il est représenté par les médias dans leurs stratégies et dans leurs activités d'information et de communication, à la fois comme image de soi, comme ethos de crédibilité et comme ethos d'identification », écrit Patrick Charaudeau¹¹⁵. La question de

¹¹⁴ « Les Français sont complotistes (mais ceci n'est pas un complot) », *Libération.fr*, 8 janvier 2018.

¹¹⁵ Repris par LAMIZET, Bernard, « Patrick CHARAUDEAU (2005), *Le discours politique. Les masques du pouvoir* », *Communication*, Vol. 24/2 | 2006, p. 190.

l'*ethos* des acteurs politiques se pose avec acuité quand il s'agit d'incarner l'unité de la nation dans une période tourmentée. Dans la construction de cet *ethos*, les médias jouent un rôle central. Ce sont aussi les médias de masse qui donnent au terrorisme son rôle de créateur de peur et de violence symbolique dans l'espace social.

« Aucun attentat n'est sérieusement envisagé, semble-t-il, sans que les auteurs de cette action ne se soient au préalable demandé ce qu'en feront les organes de presse, puisque son exécution a lieu dans la perspective des échos qu'il va produire dans l'opinion publique, et que là se trouve la principale raison de son existence : les cibles sont visées pour leur valeur symbolique et pour autant qu'elles sont susceptibles de susciter des réactions de la part du public », expliquent Mannoni et Bonardi¹¹⁶.

On se trouve donc à la croisée des chemins, les crédibilités respectives du discours politique et de l'acte terroriste s'épanouissant dans le même espace : l'espace médiatique. Les médias ont été d'ailleurs prompts à saluer la réaction de François Hollande après les attentats de 2015, soulignant qu'il avait su adopter une attitude présidentielle, par contraste avec les premières années de son mandat, où ce reproche revenait de manière récurrente¹¹⁷. Si on décide d'adopter un point de vue un peu provocant, on peut même considérer que les médias font inconsciemment le jeu des groupes terroristes, jouant le rôle de caisse de résonance des actions de ces derniers tout en minant l'*ethos* des hommes et des femmes qui nous gouvernent en les critiquant à longueur de colonnes. Cette situation rend d'autant plus difficile la reconquête de l'opinion par la classe politique au pouvoir.

Ces dernières années est apparue une question revenant de manière insistante dans les enquêtes d'opinion : celle de la confiance pour lutter contre la menace terroriste. « Faites-vous confiance au président de la République/gouvernement pour lutter contre le terrorisme ? » La question est désormais régulièrement posée pour juger de l'opinion et de la confiance des Français en leurs dirigeants sur ce sujet spécifique. La dernière de ces enquêtes en date a été menée en mai 2018¹¹⁸. Il apparaît qu'une majorité de Français interrogés (56 %) ne fait pas confiance au président de la République pour combattre la menace. Même chose concernant le ministre de l'Intérieur (61 %). Ces chiffres peuvent paraître inquiétants dans le sens où ces personnages dirigent l'État et sont donc en première ligne pour protéger les citoyens de la menace. Mais est-ce lié à

¹¹⁶ MANNONI, Pierre, BONARDI, Christine, « Terrorisme et Mass Médias », *Topique*, 2003/2 (N°83), p. 55.

¹¹⁷ « La difficile incarnation de la fonction présidentielle », *Le Monde.fr*, 27 octobre 2016.

¹¹⁸ Sondage Elabe « L'opinion en direct » pour BFMTV, mai 2018.

leur personne ou à un sentiment général que les gouvernants n'en font pas assez pour se battre contre les groupes terroristes ? Le gouvernement précédent récoltait peu ou prou les mêmes résultats auprès de l'opinion¹¹⁹ et il semble juste coutumier de critiquer la prétendue impéritie de notre classe dirigeante quand des attentats, aussi difficiles à empêcher soient-ils, surviennent.

Une donnée chiffrée confirme cette impression : un sondage effectué en 2015 montrait que 54 % Français font davantage confiance aux citoyens qu'aux politiques quand il s'agit de contrer un attentat¹²⁰. Réalisée après l'attaque avortée du Thalys en août 2015, où des militaires américains en vacances étaient parvenus à désarmer un homme armé d'une kalachnikov, cette enquête est révélatrice d'un sentiment de défiance vis-à-vis de l'État et de la capacité de ce dernier à assurer la sécurité des gens. Par ailleurs, si après chaque attentat, le travail des forces de l'ordre impose le respect et suscite un fort sentiment d'admiration, il faut décorrélérer l'image de ceux qui interviennent sur le terrain de celle de ceux qui leur donnent des ordres. À tort ou à raison, le président de la République ou son ministre de l'Intérieur ne bénéficient pas de la légitimité du terrain, qui prémunit leur parole de toute polémique ou controverse. Marie-Laure Simon-Beaulieu évoque la parole des forces de l'ordre et des organismes de secours :

*« Il n'y a pas de résonance politique dans leurs propos. Leur diagnostic sera clinique, précis. C'est sans doute quelque chose d'important en termes de communication. Ça rassure les gens sur l'efficacité de l'intervention des services de secours car les gens ont compris que ça pouvait arriver à n'importe qui, n'importe où. Chaque minute, chaque seconde compte »*¹²¹.

La notion d'apolitisation de l'émetteur est essentielle. Le problème consubstantiel au statut de responsable politique est évidemment celui de l'interprétation des propos. Qu'ils aient pour but ou non d'atteindre des objectifs électoraux, les propos d'un homme ou d'une femme politique seront toujours suspectés de viser un tel objectif. Ce qui peut d'ailleurs conduire à stériliser le débat. Les médias se sont beaucoup félicités de l'« union nationale » qui fut décidée de manière subreptice après les attentats de janvier 2015. L'opposition retenait ses coups au nom de l'unité de la nation et les « guéguerres politiciennes » étaient mises en veille. Revers de la médaille : les sujets de fond n'étaient pas abordés, notamment ceux relatifs à la sécurité du pays. Personne n'osait ouvrir ce

¹¹⁹ Sondage Elabe pour *BFMTV*, janvier 2016.

¹²⁰ Sondage Odoxa pour *iTélé*, août 2015.

¹²¹ Entretien précité

débat hautement inflammable car l'opinion ne l'aurait pas pardonné : il y a un temps pour l'hommage et un temps pour la compétition électorale. En revanche, un acteur extérieur au jeu politique, et a fortiori quelqu'un bénéficiant de la légitimité acquise sur le terrain que nous avons précédemment évoquée, peut librement porter un discours sur de tels sujets, et même être plus audible.

Les gouvernements ont d'ailleurs beau jeu de renvoyer l'opposition dans leurs cordes à chaque attentat, au nom de l'unité nationale. L'attentat de Carcassonne et de Trèbes en mars 2018 en a offert une intéressante illustration. Le patron des Républicains, Laurent Wauquiez et celle du Front National, Marine Le Pen, ont immédiatement suggéré l'internement des fichés S¹²² et le retour de l'état d'urgence. Richard Ferrand, chef du groupe majoritaire à l'Assemblée nationale, a riposté en accusant l'opposition de « couvrir de boue politicienne » l'honneur d'Arnaud Beltrame, gendarme tombé pendant l'attentat¹²³. Que l'on partage ou non les recommandations et les mesures portés par l'opposition au gouvernement, il est devenu habituel d'escamoter le débat d'idées en mettant en avant le respect du deuil et de la dignité. À ce titre, il devient assez compliqué pour les Français de renouer le fil de la confiance avec leurs représentants politiques. Entre une classe dirigeante en mal de légitimité et une opposition qui peut parfois manquer d'esprit de sens du *timing* et de finesse dans son discours contre le terrorisme, la communication politique semble avoir du mal à rassurer les Français et à leur inspirer une attitude sereine face aux risques du terrorisme.

B. L'usage d'un discours performatif pour donner confiance à la population

Au-delà de l'hommage, le discours politique face au terrorisme se doit d'être offensif, et à l'avant-garde d'un certain esprit de résistance nationale face à la violence et à l'obscurantisme. Il est ainsi nécessaire de mobiliser la population face à un ennemi commun (a) mais aussi de mettre en avant et d'exalter, par le discours, les valeurs caractéristiques du ciment qui forme la nation : résilience et esprit de résistance face à ceux qui cherchent à nous détruire (b).

a. La mobilisation contre un ennemi commun

¹²² Les fiches S, pour « sûreté de l'État », identifient les individus considérés comme présentant un danger pour la sécurité de la nation. Radouane Ladkim, l'assaillant de Trèbes, était concerné par ce dispositif.

¹²³ « Après l'attentat de Trèbes, l'impossible union nationale », *L'Opinion.fr*, 28 mars 2018.

La figure de l'ennemi, théorisée par Carl Schmitt, permet à l'État d'accéder à l'existence et de garantir sa pérennité et sa nature politique : « La distinction spécifique du politique (...) c'est la discrimination de l'ami et de l'ennemi. Elle fournit un principe d'identification qui a valeur de critère et non une définition exhaustive ou comprehensive »¹²⁴. La présence d'un ennemi commun, dont tout le monde s'accorde à dire qu'il doit être combattu, crée en effet les conditions d'une unification des composantes de la nation. La figure du terroriste remplit tout à fait ce rôle : son but étant de saper l'intégrité de la nation, et de mettre à bas ses valeurs, il est logique que l'immense majorité de la population se dresse contre lui et souhaite le neutraliser. Par ailleurs, ces dernières années, les attentats commis sur le sol français l'ont été par des individus vivant en France, voire de nationalité française. Ils constituent donc ce qu'on peut appeler un « ennemi intérieur », dont la désignation, au sens de Schmitt, fait de l'État une unité politique. Un ennemi intérieur prêt à laisser sa vie dans l'accomplissement de son action, ce qui fait écho à la conception du statut de l'ennemi que donne Franz Rosenzweig : « interroger le statut de l'ennemi présuppose donc d'interroger le rapport de celui-ci à la mort entendue non plus simplement comme expression d'une irréductibilité élémentaire, mais comme modalité existentielle »¹²⁵. Une fois acquise l'idée selon laquelle un ennemi commun participe à cimenter l'unité de l'État et de la nation, la parole politique doit ensuite mettre en musique cette lutte, et c'est ici que le *storytelling* entre en jeu. Le *storytelling* raconte une histoire et peut susciter certains sentiments chez les citoyens ; le plus souvent pour les rallier à une cause qui les dépasse : celle de l'intérêt indépassable de la patrie. Benjamin Berut parle de « récits porteurs de valeurs qui peuvent fédérer dans l'adhésion globale, mais pas totale, qui permet de mener ou gouverner, un simple groupe ou une société entière. C'est alors que, pour peu que l'on ne se limite pas à le considérer comme le porteur d'un effet immédiat voulu par un petit groupe de dirigeants sur le peuple mais comme un élément constitutif du vivre ensemble et de la gouvernance, le *storytelling* peut devenir un précieux outil d'analyse dans les représentations qui forment la norme dans une société »¹²⁶. Ce procédé fut abondamment utilisé par le gouvernement américain après les attentats du 11 septembre.

¹²⁴ SCHMITT, Carl, *La notion de politique – Théorie du partisan*, Champs classiques, 2009, p. 64.

¹²⁵ BOULANGER, Grégoire, « La figure de l'ennemi dans la pensée de Franz Rosenzweig et de Carl Schmitt », *Archives de Philosophie*, 2011/3 (Tome 74), p. 493.

¹²⁶ BERUT, Benjamin, « Storytelling : une nouvelle propagande par le récit ? », *Quaderni*, 72 | 2010, p. 33-34.

La communication de l'administration Bush¹²⁷ post 11 septembre suivit en effet un schéma narratif assez sophistiqué qui ne devait rien au hasard. Unir les Américains face à la menace, somme toute assez nouvelle du terrorisme moyen-oriental, s'est imposé comme un objectif d'une évidence diaphane, alors que le pays était secoué par des attentats d'une ampleur inédite. Même si la situation géopolitique était alors extrêmement complexe, et que l'organisation des réseaux terroristes ennemis des États-Unis était encore enveloppée de certaines parts d'ombre, le terme « Al-Qaïda », du nom du groupe dirigé par le médiatique saoudien Oussama ben Laden, est venu, tel un paravent un brin vulgarisateur, désigner l'ennemi numéro un des Américains. C'est la présentation de cet ennemi comme figure centrale de l'anti-américanisme dans le monde qui a d'ailleurs pu servir à justifier l'intervention du pays en Afghanistan, en 2001. Le choc absolu causé par l'irruption du terrorisme islamiste dans les rues de New York a imposé aux détenteurs du pouvoir de donner du sens, par leur discours et leur communication, à ce nouveau chaos, profondément déstabilisant, fondamentalement angoissant pour un pays jouissant du statut de plus grande puissance du monde. Penchons-nous un instant sur les ressorts du récit qui fut employé par l'administration Bush pour mobiliser le peuple américain face à l'ennemi terroriste. Joseph Belletante a décortiqué ce récit en y identifiant plusieurs personnages, jouant des rôles différents. « Le citoyen américain constitue le sujet du récit. Il y a eu un changement d'état en sa défaveur, les attentats du 11 septembre ont bousculé son équilibre psychique et physique, il doit désormais se battre pour restaurer l'ordre et la démocratie dans le monde, faire triompher la liberté et la justice sur la terreur (objet). Il lui faut pour cela, retrouver les groupes terroristes (opposants) qui l'ont attaqué pour les empêcher de nuire encore en évitant de tomber entre leurs mains ou d'essuyer un nouveau revers symbolique du terrorisme. Il sera aidé dans sa tâche par l'armée américaine (adjuvant) et sa force de frappe, guidé et conduit par George W. Bush, commandant en chef et garant de la nation (destinateur), qui fera son possible pour transmettre au monde moderne (destinataire) les valeurs de la démocratie américaine. »¹²⁸

Cette configuration scénaristique, digne d'un film hollywoodien dit beaucoup de l'importance d'un discours réfléchi et structuré sur la menace terroriste, pour offrir à la population un point d'ancrage lui permettant de se mobiliser, de « faire nation » et d'acquérir la force et la motivation nécessaires au combat quotidien contre ceux

¹²⁷ Du nom de George W. Bush, président des États-Unis de 2001 à 2009.

¹²⁸ BELLETANTE, Joseph, « Récit et légitimation : les États-Unis en guerre contre le terrorisme (2001-2004) », *Études de communication*, 34 | 2010, p. 181.

cherchant à nous détruire. Le cas américain est évidemment particulier : nous avons eu l'occasion de l'évoquer précédemment, c'est une culture différente où la mise en scène se taille souvent la part du lion dans le discours public. Mais on retrouve en France, depuis 2015, ces ressorts discursifs visant à lier la nation contre l'ennemi commun. Ce dernier est très identifié : il s'agit de Daesh, mot simple et rapide à prononcer qui désigne le groupe terroriste, à savoir l'État islamique, à l'origine de la plupart des attentats ou tentatives d'attentats ayant visé notre pays depuis maintenant trois ans. En réalité, ce terme est réducteur : Daesh n'est pas le seul groupe à commanditer des attaques sur notre sol. En l'occurrence, les assaillants de *Charlie Hebdo* se sont revendiqués d'Al-Qaïda au Yémen. De plus, se revendiquer d'un groupe n'équivaut pas nécessairement à en être membre, et encore moins partie active. L'émergence du phénomène des « loups solitaires », radicalisés commettant des attaques non directement commanditées par un groupe terroriste, brouille les cartes.

Ensuite, un débat de longue haleine fut ouvert en France sur les termes de « terrorisme islamiste ». Dans un pays ayant tendance à se crispier sur les questions d'identité et de religion, accoler un tel adjectif à la notion de terrorisme est vu par certains comme stigmatisant à l'endroit des musulmans vivant en France. Ainsi, lorsqu'une plaque commémorative en hommage au gendarme Arnaud Beltrame, reprenant ces termes, fut affichée sur le parvis de la mairie de Montfermeil, en Seine-Saint-Denis, les élus municipaux du Front de Gauche ont immédiatement réagi. Avec « la notion de terrorisme islamiste dans la délibération et sur la stèle, le maire poursuit ses provocations et inscrit dans le marbre sa vision de la guerre de religion », indique le communiqué qu'ils ont alors publié¹²⁹. Car une particularité importante des attentats commis en France depuis 2015 est bien la dimension religieuse de ces actes. Le sujet constituant une matière hautement inflammable (nous venons d'en voir la preuve), il est extrêmement compliqué, pour le pouvoir politique, de choisir les bons termes et de manier habilement les étapes du récit national. Éviter toute stigmatisation tout en accréditant l'idée que la donnée religieuse peut pousser certains des enfants de la République à retourner les armes contre cette dernière : c'est quasiment la quadrature du cercle.

Il est arrivé, au cours de l'histoire de France récente, que la figure de l'ennemi se concentre dans un seul homme, que les médias se plaisent alors à qualifier d'« ennemi public numéro un », tel Jacques Mesrine en son temps¹³⁰. Ici, nous allons nous

¹²⁹ « « Terrorisme islamiste » : une plaque hommage à Arnaud Beltrame divise, *L'Express.fr*, 1^{er} juin 2018.

¹³⁰ Mesrine, abattu par la police en 1979, fut reconnu coupable de plusieurs meurtres et braquages de banque.

intéresser à Khaled Kelkal et Mohamed Merah, deux jeunes terroristes ayant fait l'objet d'une chasse à l'homme, et ayant chacun incarné à leur époque ce qu'on pourrait appeler « les enfants perdus de la République ». Khaled Kelkal, Algérien élevé en France est derrière plusieurs attentats commis, de juillet à septembre 1995, par le GIA, dont l'attentat au RER Saint-Michel à Paris, ayant causé la mort de huit personnes. Une chasse à l'homme d'envergure est alors lancée. 170 000 affiches le représentant sont diffusées dans tout le pays : Kelkal devient l'ennemi public numéro un. Il est enfin abattu le 29 septembre 1995 près de Lyon. Khaled Kelkal, au-delà de ses actes, a fortement marqué l'opinion publique par son profil. Il était certes Algérien mais ayant émigré en France très jeune, il grandit et fut éduqué en France. Il devient alors le symbole d'une certaine faillite du système français, ayant échoué à offrir à certains jeunes un avenir qui les aurait détournés de la voie funeste du terrorisme. Retourner les armes contre son propre pays est une décision extrêmement puissante symboliquement : elle met en question la conception même de notre société et de notre système d'éducation et de valeurs.

Plus près de nous, en mars 2012, un jeune toulousain du nom de Mohamed Merah assassine sept personnes en l'espace de plusieurs jours : trois militaires ainsi que quatre personnes dans une école juive de Toulouse, dont trois enfants. L'onde de choc est instantanée, dans un pays qui s'était déshabitué à l'horreur terroriste et à la violence antisémite. Alors en cours, la campagne présidentielle est suspendue. Puis une fois les hommages passés, les débats qu'avait suscité le parcours de Khaled Kelkal sont réapparus : Mohamed Merah est né et a grandi en France. Il existe selon certains une « cinquième colonne »¹³¹ en France, et au-delà de l'arsenal judiciaire et sécuritaire dont doit se munir l'État pour lutter contre le terrorisme, il existe un substrat social qui ne saurait être étranger à la dérive de ces jeunes gens. Un constat qui occasionne des divergences au sommet même du pouvoir. Ainsi, après les attentats de novembre 2015, une passe d'armes avait opposé le ministre de l'Économie Emmanuel Macron à son Premier ministre Manuel Valls. Macron, estimant que la société française avait une « part de responsabilité » dans le terrorisme qui la frappe, sera vertement contredit par Valls, qui déclarera qu'« aucune excuse sociale, sociologique et culturelle » ne doit être trouvée au terrorisme¹³².

¹³¹ L'expression « cinquième colonne », datant de la guerre civile espagnole, désigne couramment un réseau infiltré dans un pays pour nuire à ses intérêts. Elle a notamment été utilisée par Christian Estrosi pour définir les djihadistes français.

¹³² « Valls : « Aucune excuse sociale, sociologique et culturelle » ne doit être trouvée au terrorisme », *La Dépêche.fr*, 25 novembre 2015.

On observe une évolution de la perception de l'ennemi par la société française. Les attentats de 2015 ont, par leur violence et par leur ampleur, occasionné un tel choc que les Français semblent plus enclins à accepter que des mesures d'ordre sécuritaire soient implémentées. Ainsi, en mars 2017, 81 % des Français se prononçaient contre une sortie de l'état d'urgence, dispositif pourtant exceptionnel mis en place après le 13 novembre 2015¹³³. Marie-Laure Simon-Beaulieu, directrice adjointe du SIG durant les attentats de 1995, a noté une évolution marquante au fil des années :

*« L'opinion a précédé l'application de la loi, et les policiers, avec toutes les lois votées depuis les attentats de 2015, sont autorisés à porter leur arme de service en dehors de leurs heures de travail, alors que c'était auparavant inenvisageable. La loi s'adapte à une réalité mais aussi aux exigences de l'opinion. C'est ce qui se passe sur le terrorisme. Les convaincus d'associations de malfaiteurs en lien avec une entreprise terroriste étaient auparavant condamnés à quelques années de prison alors que s'ils étaient condamnés aujourd'hui, ils écoperaient de peines beaucoup plus longues. La demande de l'opinion est très forte sur ces questions. Pour ce qui est d'abattre les terroristes, la doxa jusqu'à l'affaire Merah était de les prendre vivants, de ne les neutraliser que si il y avait une menace directe contre un policier. Aujourd'hui, il n'y a plus de discussion sur ces questions »*¹³⁴.

Le degré d'acceptation des Français de la fermeté de l'État face à la menace semble donc avoir changé. La neutralisation de Mohamed Merah avait suscité quelques controverses, certains s'offusquant qu'il aurait mieux valu le capturer vivant pour qu'il se présente devant un tribunal. Mais les temps ont changé. Les terroristes sont désormais abattus *manu militari* car la notion qu'ils ne se rendront pas et qu'ils commettront leurs méfaits jusqu'à en mourir est désormais bien ancrée dans les mœurs. Dernier exemple en date en France, la mort du terroriste du quartier de l'Opéra à Paris, abattu par un policier, n'a fait l'objet d'aucun débat ou controverse. La communication politique a bien pris en compte cette évolution : aucun mouvement ou responsable politique ne remet désormais publiquement en cause la neutralisation des assaillants. Ce discours de fermeté permet au politique d'investir le champ régalien ainsi que de rassurer les gens et de leur conférer un certain sentiment de fierté vis-à-vis de la capacité de l'État à tenir la dragée haute aux groupes terroristes.

¹³³ Sondage Ifop-Fiducial pour *Sud Radio* et *Public Sénat*, mars 2017.

¹³⁴ Entretien précité.

b. L'exaltation d'un esprit de « résilience » au sein du peuple français

*Fluctuat nec mergitur*¹³⁵. Ces trois mots, affichés un peu partout en France à la suite des attentats du 13 novembre 2015, en sont venus à symboliser l'attitude d'un pays qui refuse d'abdiquer face à ses ennemis et qui ne modifiera ni ses valeurs ni sa manière de vivre face à la barbarie qui le touche. Un terme, popularisé en France par le neuropsychiatre Boris Cyrulnik, est venu coiffer l'ensemble de ces conceptions d'une société, qui malgré les plus terribles des contrariétés, ne plie pas et continue à avancer : la résilience. Le terme est défini de la manière suivante par les pouvoirs publics :

« La volonté et la capacité d'un pays, de la société et des pouvoirs publics à résister aux conséquences d'une agression ou d'une catastrophe majeure, puis à rétablir rapidement leur capacité de fonctionner normalement, ou tout le moins dans un mode socialement acceptable. Elle concerne non seulement les pouvoirs publics, mais encore les acteurs économiques et la société civile toute entière »¹³⁶. Michel Manciaux en donne la définition suivante : « La résilience est la capacité d'une personne ou d'un groupe à se développer bien, à continuer à se projeter dans l'avenir, en présence d'événements déstabilisants, de conditions de vie difficiles, de traumatismes parfois sévères »¹³⁷.

En termes physiques, on parle de résilience pour désigner un objet qui, à la moindre déformation, possède la capacité de regagner sa forme originelle. La résilience de la société française semble être la meilleure réponse aux desseins funestes des groupes terroristes : leur but étant de saper les fondements de notre structure sociale, cette dernière affirme haut et fort que rien ne la fera rompre. Évidemment, la résilience ne tombe pas du ciel et doit résulter d'une certaine proactivité de la part des acteurs gouvernementaux. En tant que chef de la nation, le président de la République (et à des degrés moindres, son Premier ministre ainsi que son gouvernement), doit porter un discours ayant une résonance particulière. Il doit porter un discours cherchant à exalter les qualités nécessaires à la résilience de la société. La mort du gendarme Arnaud Beltrame, tombé sous les coups du terroriste de Trèbes en mars 2018 a offert au président Emmanuel Macron une bonne occasion de le faire.

¹³⁵ Locution latine utilisée comme devise de la ville de Paris, elle signifie « *il est battu par les flots, mais ne sombre pas.* »

¹³⁶ Livre blanc sur la défense et la sécurité nationale, 2008.

¹³⁷ MANCIAUX, Michel, « La résilience. Un regard qui fait vivre », *Études*, 2001/10 (Tome 395), p. 321.

Dans son discours, prononcé dans la cour d'honneur des Invalides le 28 mars 2018¹³⁸, le président a souhaité faire de la figure d'Arnaud Beltrame, s'étant sacrifié pour sauver la vie d'une otage, une figure héroïque. Une démarche qui entre en écho avec l'affirmation d'une figure de l'ennemi que nous avons évoqué dans la partie précédente. Idéalement, face à chaque ennemi doit se dresser un héros. « Cette détermination inflexible face au nihilisme barbare convoqua aussitôt dans nos mémoires les hautes figures de Jean Moulin, de Pierre Brossolette, des Martyrs du Vercors et des combattants du maquis », déclare-t-il. Sont ici opposés les terroristes, fondamentalement dépourvus de valeurs et la figure du héros français en la personne d'Arnaud Beltrame, placé sur un pied d'égalité avec les grandes figures du passé. « Le camp de la liberté, celui de la France, est confronté aujourd'hui à un obscurantisme barbare, qui n'a pour programme que l'élimination de nos libertés et de nos solidarités. » L'objectif est de placer la France et les Français du côté de la liberté : ils défendent de belles et saines valeurs, contre des visées obscurantistes et barbares. Ce discours n'a pour autre but que d'insuffler un sentiment de fierté au sein de la population française, qui doit être défenseur de ces valeurs chéries par le monde entier.

Plus loin dans son discours, Emmanuel Macron fait appel à la résilience du peuple français.

« Mais notre peuple en a surmonté beaucoup d'autres (*des épreuves*). C'est pourquoi il surmontera celle-ci aussi, sans faiblesse, et sans emportement, avec lucidité et avec méthode. Nous l'emporterons grâce au calme et à la résilience des Français ; peuple rompu aux morsures de l'histoire, patient dans le combat, confiant dans le triomphe ultime du droit et de la justice, comme si souvent l'a montré notre longue et belle histoire. » On ne s'habitue jamais vraiment à avoir mal mais la répétition des coups permet de mieux les encaisser. Et il est vrai que les « morsures de l'histoire » sont nombreuses à avoir tanné le cuir du peuple français. Cet appel des gouvernants aux gouvernés, à résister face aux vents contraires et à adopter une attitude résiliente en exaltant l'histoire et le caractère français semble compléter de manière idoine tout le travail d'acculturation et d'information sur les risques mené par ailleurs par la puissance publique. L'incarnation est un réel enjeu.

« *Cette communication autour des héros, c'était très bien pensé de la part du président Macron, estime Marie-Laure Simon-Beaulieu. Et c'est cohérent avec son discours sur le*

¹³⁸ Discours reproduit en annexe n°8, p.132.

*fait de retrouver le fil d'un récit national dans des circonstances particulièrement difficiles. »*¹³⁹

Emmanuel Macron n'est évidemment pas le premier à avoir déroulé le fil du récit national pour mobiliser le peuple face au terrorisme. Quelques jours après les attentats de janvier 2015 et la fameuse marche du 11 janvier, le Premier ministre Manuel Valls avait prononcé un discours quasi unanimement applaudi devant l'Assemblée nationale¹⁴⁰. On y retrouve plusieurs des mêmes ressorts utilisés dans le discours d'Emmanuel Macron. Tout d'abord, l'affirmation de la France comme phare mondial des valeurs de liberté : « Paris était la capitale universelle de la liberté et de la tolérance ». Réaffirmer ce statut participe au sentiment de fierté et d'unité des Français, mobilisé pour défendre ces trois mots qui ont fait le tour du monde : « liberté, égalité, fraternité ». Et Manuel Valls fait ensuite, lui aussi, un détour par l'histoire de France, en estimant que « le peuple français, une fois encore, a été à la hauteur de son histoire ». Le Premier ministre fait ensuite appel à un concept très profondément immatériel, qui est à l'époque devenu cause et justification de la brève unité politique nationale : « l'esprit du 11 janvier ». « Rester fidèle à l'esprit du 11 janvier 2015 c'est comprendre que le monde a changé, qu'il y aura un avant et un après. Et au nom même de nos valeurs, apporter la riposte avec toute la détermination nécessaire : fermeté, unité. » L'esprit du 11 janvier semble condenser l'ensemble des valeurs françaises que souhaite exalter le discours politique : attachement aux valeurs de démocratie et de tolérance, représentation de la patrie des droits de l'homme, réactions pacifiques à un choc d'une violence inouïe... Essayer de tisser le lien de l'esprit du 11 janvier, c'est créer un précédent d'une ampleur phénoménale, qui aura sans nul doute marqué une génération, pour y accoler un système de valeurs qui fait de la France et des français un peuple héroïque et résilient.

Ces discours sont-ils suivis d'effet ? Les déclarations politiques grandiloquentes comme celles-ci ont elles un réel pouvoir sur l'attitude des gens face à la menace terroriste ? Si l'on s'en tient à l'affaiblissement continu du lien de confiance entre les citoyens et leurs représentants, on peut être en droit d'en douter. Mais ces moments sont tout à fait singuliers. Si l'exécutif en place au moment d'un attentat n'est pas, d'un coup de baguette magique, subitement débarrassé de toutes ses turpitudes aux yeux

¹³⁹ Entretien précité.

¹⁴⁰ Discours reproduit en annexe n°7, p. 118.

de la population, il semble y avoir néanmoins une union nationale autour d'éléments qui ne paraissent souffrir d'aucune contradiction. On n'a pas vu ou entendu grand-monde nier le caractère héroïque de l'action d'Arnaud Beltrame, et l'étiquette politique d'Emmanuel Macron a comme volé en éclat l'espace d'un instant quand il s'est agi de saluer la mémoire du grand homme. La fierté d'être Français est la condition *sine qua non* d'une nation résiliente, qui est consciente de soi et de ses valeurs, et qui est prête à les défendre.

Il serait néanmoins illusoire de croire que ces seuls discours faisant appel aux valeurs et à l'histoire puissent être suffisants pour satisfaire la population. Des annonces concrètes doivent être faites pour enrayer la progression de la menace terroriste. Mais la mise en perspective est indispensable à un discours qui ne saurait se contenter d'occuper uniquement le terrain sécuritaire. Notre personnel politique a bien compris que les armes ne peuvent à elles seules préserver la cohésion d'un pays, et que l'attitude et la perception qu'ont les Français du risque est au moins aussi importante que la qualité de la répression mise en œuvre pour combattre l'ennemi. « L'absolu est là, devant nous. Il est dans le service, le don de soi, le secours porté aux autres qui fait grandir et avancer » disait Emmanuel Macron en hommage à Arnaud Beltrame¹⁴¹. Cette déclaration fait écho à la responsabilisation individuelle que nous avons eu l'occasion d'évoquer précédemment. Cet appel à la jeunesse, cette invitation à prendre en main son destin et à suivre les pas héroïques du lieutenant-colonel Beltrame participe d'une certaine philosophie selon laquelle il ne faut plus tout attendre de l'État. Prendre l'initiative de se former aux gestes qui sauvent, s'informer et se préparer à la menace terroriste sont autant de décisions personnelles répondant à cette conception de l'engagement personnel.

¹⁴¹ op. cit.

Conclusion

Le terrorisme, violent par essence et choquant par nature, remplit hélas bien souvent son rôle d'agent déstabilisateur des sociétés. Il bouscule les consciences, ouvre de profondes interrogations sur le fonctionnement de notre corps social et sur nos dispositifs de protection de la population. Et au niveau individuel, nul citoyen ne peut être pleinement préparé à faire face à des attaques imprévues, destinées à frapper de manière aveugle. Mais donner les outils permettant à chacun de faire face à la menace est de la responsabilité de la puissance publique. Et à ce titre, informer et communiquer sur cette menace sont des passages obligés. Nous l'avons vu, il existe différentes approches pour traiter du terrorisme dans la communication, et celles qui sont finalement retenues découlent bien souvent d'un parti pris stratégique et/ou culturel. Toutefois, le terrorisme est un sujet si puissant symboliquement, et catalyseur d'une violence et d'une émotion sans pareilles, que toute communication à son propos semble devoir être mesurée au trébuchet.

L'État français s'efforce de protéger ses citoyens face à la menace en mettant en place différents dispositifs opérationnels permettant une gestion de crise la plus efficace et cohérente possible. Mais la confiance de la population dans un État protecteur, qui joue son rôle de rempart face à ceux ayant décidé d'attaquer le pays, doit se compléter d'une prise de conscience individuelle. D'où l'importance des stratégies de communication menées par la communication gouvernementale. Deux enjeux sont particulièrement saillants : acculturer et mobiliser. Acculturer pour permettre aux gens d'intérioriser les bons comportements et les bonnes réactions à adopter en cas d'attentat et mobiliser pour redonner confiance et espoir à un peuple heurté en plein cœur par la violence du terrorisme. Ces éléments doivent permettre l'émergence d'une société à l'attitude plus résiliente, qui plie mais ne rompt pas et qui ne s'avoue en aucun cas vaincue.

Une de nos hypothèses de travail interrogeait justement l'articulation entre ces deux enjeux et imaginait une certaine répartition des rôles entre la communication faite par les institutions et la communication des acteurs politiques dirigeant le pays. Cette répartition semble en effet opérante : chaque acteur délivre des messages qui ne pourraient pas nécessairement être portés par un autre, et vice versa. Par exemple, il est tout à fait naturel que le Service d'information du Gouvernement fasse, comme son nom l'indique, de l'information sur le risque du terrorisme, en présentant les bons comportements à intérioriser. On l'imagine moins développer un discours méta politique

esquissant un récit national et exaltant les valeurs de la France, prérogative des discours présidentiels. À l'inverse, on imagine mal le Premier ministre prendre la parole en public pour expliquer à la population comment se comporter face à un terroriste.

Si cette dichotomie est assez claire, certains dispositifs pourraient gagner en clarté et en unicité. « *Il faudrait que ce sujet soit beaucoup plus porté comme l'est par exemple la sécurité routière avec une gouvernance et un budget de communication très important. Aujourd'hui, il n'y a pas une stratégie globale et pérenne sur le sujet.* », estime Éva Quickert-Menzel¹⁴². L'idée d'une délégation interministérielle sur la sensibilisation au risque terroriste, sur le modèle de ce qui existe déjà concernant la sécurité routière, pourrait permettre une communication plus centralisée, bénéficiant de plus de moyens, et mieux portée au plus haut niveau de l'État. En effet, si, comme on l'a dit, il ne revient pas aux acteurs politiques en tant que tels de faire de l'acculturation, ils peuvent en revanche incarner cette volonté d'accompagner le citoyen dans la préparation au risque. Le Premier ministre pourrait tout à fait, par des discours, des déplacements, des actions symboliques, donner une visibilité maximale à l'ambition de former 80 % des Français aux gestes de premier secours. Soutenir la communication institutionnelle sur le sujet, et la compléter d'une réelle vision et d'une vraie conception de ce que doivent être les valeurs et les attitudes des Français, en lien avec le récit national, créerait les conditions d'une société mieux préparée et plus résiliente.

Notre autre hypothèse de travail concernait la recherche du ton approprié dans la communication sur la menace terrorisme. On se demandait alors s'il était concevable de voir une approche plus « légère », voire décalée, être adoptée pour traiter de ce sujet. Cet angle original pourrait alors permettre de toucher un public plus important, notamment les plus jeunes, et de vulgariser de manière efficace un thème très anxiogène. Il est clair que deux conceptions s'opposent. L'une estime que le niveau d'acceptation de la menace par la population est suffisant pour mettre en place des dispositifs de communication plus audacieux. L'autre considère ce parti pris comme actant une certaine forme de banalisation, ou tout du moins de normalisation, du risque terroriste en France. Mais il semble qu'à court et moyen terme, l'option la plus prudente semble devoir l'emporter. Le rapport entre coût politique et bénéfices immédiats est trop peu intéressants pour des responsables politiques qui ont tout sauf envie d'avoir à affronter le spectre d'un *bad buzz* sur un sujet aussi délicat.

¹⁴² Entretien précité.

Que faire, donc ? Le choix d'une approche prudente ne présuppose pas forcément un manque d'ambition. La relative accalmie, à défaut d'un meilleur terme, du terrorisme en France actuellement¹⁴³ permet la diffusion d'un contenu « à froid », moins susceptible d'agiter les passions et les controverses. Entrer dans les détails de ce qui forge les attitudes des gens face à une menace, explorer les terrains des sciences cognitives et sociales, s'appuyer sur le travail d'experts en psychologie, sont autant de pistes pour initier ou continuer un processus durable de modification des habitudes, donc des comportements et des attitudes. Le discours politique, de son côté, doit chercher à susciter l'adhésion autour de valeurs mobilisatrices pour initier une certaine conscience de soi dans la population. C'est car la société française sera vectrice d'un idéal de liberté et de résistance à l'obscurantisme que ses membres adopteront une attitude d'autant moins résignée face à l'ennemi commun.

« Il est plus aisé de modifier les habitudes d'un groupe que celles d'individus pris séparément (...) Plutôt que d'effectuer des pressions en faveur d'un changement (quel qu'il soit), il convient de réduire les résistances à son égard par des procédures appropriées. »¹⁴⁴ L'acculturation au risque terroriste ne doit pas se faire par le biais de méthodes brutales ou coercitives. Le sujet même du terrorisme porte en lui une telle charge de violence qu'en rajouter semble contre-productif. Il convient alors d'accompagner la population en vainquant les réticences, en vulgarisant sans s'empêcher de dire la réalité de la menace, en marquant l'esprit des gens tout en respectant la mémoire des victimes. Car l'État est toujours en première ligne, et sera sévèrement jugé pour ses maladresses. « *On sait que s'il y a un événement tragique et qu'il n'y avait pas eu de prévention, ce serait un problème : c'est le principe de précaution. Sinon, on met en cause la responsabilité de l'État sur le fait que les gens n'aient pas été prévenus.* », rappelle Marie-Laure Simon-Beaulieu¹⁴⁵.

La sphère interpersonnelle doit aussi jouer à plein dans le processus de transmission de ces messages. Notamment car la famille, porteuse de rites et de mémoire, est au centre de la formation et de la transmission des attitudes¹⁴⁶. Assimilée par une génération, la conscience du risque et des éléments nécessaires pour s'en prémunir peut ainsi circuler

¹⁴³ Les attaques ou tentatives d'attaques restent relativement régulières, mais d'une ampleur moindre, en termes de victimes, que ce que le pays a pu connaître en 2015 ou 2016.

¹⁴⁴ MAISONNEUVE, Jean, « Les attitudes », dans *La psychologie sociale*. Paris, Presses Universitaires de France, « Que sais-je ? », 2013, p. 65.

¹⁴⁵ Entretien précité.

¹⁴⁶ GOLDBETER-MERINFELD, Édith, « Générations et transmission. Introduction », *Cahiers critiques de thérapie familiale et de pratiques de réseaux*, 2007/1 (n° 38), p. 5-12.

de classe d'âge en classe d'âge, renforçant peu à peu la résilience du tissu social. Tels les enfants japonais qu'on entraîne à se cacher sous les tables en cas de séisme, les petits français doivent être sensibilisés l'existence du terrorisme et de ses dangers dès le plus jeune âge. Ils doivent aussi être instruits des valeurs civiques qui sont le fondement même de ce que les djihadistes tentent de détruire. Il ne s'agit pas ici de dire que toutes ces choses ne sont pas déjà transmises par l'école, voire par la famille, mais il apparaît clair qu'une communication davantage volontariste sur ces sujets permettrait de changer les attitudes sur le très long terme.

Plusieurs médias se sont récemment fait l'écho de projets d'attentats terroristes par le biais de moyens particulièrement sophistiqués : attaques chimiques, biologiques ou nucléaires¹⁴⁷, attaques à l'aide de drones...¹⁴⁸ L'évolution et la complexification des modes opératoires nécessite d'adapter la communication sur ces sujets. L'attaque biologique, par exemple, est inodore et inaudible : s'en prémunir est ainsi extrêmement compliqué. Le socle de consignes à donner à la population et le travail de sensibilisation sur la nature du risque sont donc très différents. Même chose pour les attaques aux drones, qui pourraient se révéler particulièrement destructrices. « Courir » ou « se cacher » sont des conseils génériques qui perdent en pertinence à mesure que les modes opératoires se complexifient.

Informar nos concitoyens sur l'ensemble des moyens potentiellement utilisables par les terroristes est indissociable de l'idée de fournir à la population une information exhaustive sur l'état de la menace qui la vise. Un état de fait qui prend une traduction très concrète. En mai 2018, un étudiant égyptien de 20 ans vivant en France a été interpellé : il projetait de commettre une attaque à la ricine, poison 6 000 fois plus toxique que le cyanure¹⁴⁹. Dans le discours politique, le risque d'une attaque chimique ou bactériologique a déjà été évoqué, notamment par Manuel Valls en novembre 2015¹⁵⁰. Une campagne de communication publique répertoriant les différents modes opératoires et des comportements spécifiques pour y être préparé pourrait être diffusée dans les mois à venir. Mais cette approche pose le problème d'une hypertrophie de l'information,

¹⁴⁷ « Attentat biologique, chimique ou nucléaire : les plans de la France pour contrer la menace », *Le JDD.fr*, 21 juin 2018.

¹⁴⁸ « Des experts s'inquiètent de voir Daech utiliser des drones armés », *La Dépêche.fr*, 22 août 2018.

¹⁴⁹ « Attentat déjoué : la ricine, un poison 6.000 fois plus toxique que le cyanure », *BFMTV.com*, 18 mai 2018.

¹⁵⁰ « Manuel Valls point le risque des armes chimiques que Daech pourrait utiliser », *Huffington Post.fr*, 19 novembre 2015.

et d'un message au final brouillé. De plus, de sempiternelles questions finissent par se poser : est-il judicieux de présenter aux citoyens une sorte de catalogue de tous les moyens par lesquels ils pourraient se faire assassiner ? Risque-t-on de donner des idées aux terroristes ? L'enjeu impérieux de la pondération du ton refait alors surface.

Apportons un point final à nos observations en mentionnant l'importance de la narration dans le rapport des citoyens face au terrorisme.

« *Je pense que la population s'est autonourrie : elle s'est elle-même construit sa mythologie. Quand on entend les gens raconter leur expérience, on se rend compte qu'ils ont construit leur propre histoire. On le retrouve dans les documentaires : par exemple, celui de Netflix sur les attentats du 13 novembre. La mythologie vient des différents témoignages, des visions des forces de l'ordre. Et c'est vrai que l'État a porté ça et s'appuyé dessus, mais je ne crois toutefois pas qu'il en soit à l'origine* », juge Stéphanie Le Gagne¹⁵¹. L'importance de la narration, que nous avons souligné précédemment dans le cas du discours politique, émane également de la population, première touchée et première concernée par les attentats. Les nombreux récits de rescapés des différents attentats meurtriers qu'a connus la France ces dernières années ont un double mérite : tout d'abord celui d'écrire l'histoire, et de témoigner des événements, puis celui, peut-être encore plus important de créer une « mythologie », pour reprendre les termes de Stéphanie Le Gagne, qui permet à la population de s'identifier à certains destins, et finalement de se sentir d'autant plus impliquée et porteuse d'espoir pour l'avenir.

Réalisateurs d'un documentaire sorti en 2018 et consacré aux attentats du 13 novembre, intitulé *13 novembre : Fluctuat nec mergitur*, les frères Jules et Gédéon Naudet ont témoigné de leur expérience. Donnant largement la parole aux rescapés des attaques survenues ce soir-là, tourner ce documentaire leur a donné une « leçon d'humanité »¹⁵². « La chose la plus belle, c'est qu'aucun de nos quarante témoins n'a un message de haine, de colère, de revanche. Au contraire, ce documentaire est un hymne à la vie, une leçon d'humanité extraordinaire. Ces gens qui ont vécu l'horreur la rejettent justement parce qu'ils l'ont vécue. C'est comme s'il y avait un trop-plein de mort, de souffrance... Comme ils le disent tous, les terroristes voulaient les mettre à genoux, les effrayer... et ils ont fait tout le contraire. *Fluctuat Nec Mergitur*, le titre, représente ça : cette ville, ces

¹⁵¹ Entretien précité.

¹⁵² « 13-Novembre » sur Netflix : « Aucun témoin n'a un message de haine, c'est une leçon d'humanité », *20 Minutes.fr*, 28 mai 2018.

gens, ballottés par les flots mais jamais coulés. » Plus puissant que toute communication officielle, puisse ce message de paix et d'espoir constituer une boussole pour l'avenir.

Bibliographie

Articles et ouvrages

AJZEN, Icek, FISHBEIN, Martin, « Attitudes and the attitude-behavior relation : Reasoned and automatic process » in W. Stroebe et M. Hewstone (Eds.), *European Review of Social Psychology*, 2000, p. 20-28.

ARON, Matthieu, « « Temps médiatique » », *LEGICOM*, 2005/1 (n°33), p. 14-15.

ARONSON, Elliot, MILLS, Judson, « The effect of severity of initiation on liking for a group », *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 1956, 59, p. 179.

AUSTIN, John, *Quand dire, c'est faire*, Seuil, 1970, p. 20-30.

AYADI, Kafia, EZAN, Pascale, « Pour bien grandir, mange au moins 5 fruits et légumes par jour ! »... impact des bandeaux sanitaires sur les pratiques alimentaires des enfants », *Management & Avenir*, 2011/8 (n° 48), p. 57-75.

BEAUVOIS, Jean-Léon, JOULE, Robert-Vincent, *A Radical Dissonance Theory*, 1995, Londres, Harvester, p. 5.

BELLETANTE, Joseph, « Récit et légitimation : les États-Unis en guerre contre le terrorisme (2001-2004) », *Études de communication*, 34 | 2010, p. 181.

BERUT, Benjamin, « Storytelling : une nouvelle propagande par le récit ? », *Quaderni*, 72 | 2010, p. 33-34.

BIGAUT, Christian. "La Communication Gouvernementale." *La Revue Administrative*, vol. 41, no. 244, 1988, pp. 373.

BOULANGER, Grégoire, « La figure de l'ennemi dans la pensée de Franz Rosenzweig et de Carl Schmitt », *Archives de Philosophie*, 2011/3 (Tome 74), p. 493.

BOURSIN, Françoise, « Crise de la confiance ou de la communication politique ? », *Communication et organisation*, 16 | 1999, p. 3.

BOUSSAGUET, Laurie, FAUCHER, Florence, « Quand l'État convoque la rue. La marche républicaine du 11 janvier 2015 », *Gouvernement et action publique*, 2017/2 (N° 2), p. 49.

BRUNER, Jerome, POSTMAN, Leo, « On the perception of incongruity : a paradigm », *J. Person*, 1949, 18, p. 206-223.

CALVÈS, Anne-Emmanuèle, « « Empowerment » : généalogie d'un concept clé du discours contemporain sur le développement », *Revue Tiers Monde*, 2009/4 (n°200), p. 735-749.

CLÉMENT, Pierre-Benoît, LE SAUX, Nicolas, « L'opération Sentinelle dans le cadre du plan Vigipirate : cas concret de gestion de crise », *Sécurité et stratégie*, 2015/2 (21), p. 56-62.

COURBOT, Cécilia, « De l'acculturation aux processus d'acculturation, de l'anthropologie à l'histoire. Petite histoire d'un terme connoté », *Hypothèses*, vol. 3, no. 1, 2000, pp. 125.

DAB, William, « L'information sur la santé et la sécurité est-elle condamnée à être anxiogène ? », in APFELBAUM, Mariam (dir.), *Risques et peurs alimentaires*, Odile Jacob, 1997, p. 149-158.

DAIGNAULT, Pénélope, PAQUETTE, Guy, « Quelle efficacité de la menace dans les campagnes de sécurité routière ? Une évaluation tridimensionnelle », *Communiquer*, 3-4 | 2010, p. 1-18.

DELOUVÉE, Sylvain, RATEAU, Patrick, ROUQUETTE, Michel-Louis (dir.), *Les peurs collectives*, 2013, Erès, p. 6-15.

DUVAL, Guillaume, « Après les attentats, comment réparer la France », *Alternatives économiques*, 2015/2 (N° 343), p. 10.

FERREIRA COELHO, Tamires, DA SILVA, Marcelo Rodrigo, « La mort, l'humour et les stratégies de communication numérique », *Communication & Organisation*, 2017/1 (n° 51), p. 77-90.

FESTINGER, Leon, *A Theory of Cognitive Dissonance*, California: Stanford University Press, 1957, p. 115.

FOINTIAT, Valérie, BARBIER, Laura, « Persuasion et Influence : changer les attitudes, changer les comportements. Regards de la psychologie sociale », *Journal d'Interaction Personne-Système (JIPS)*, AFIHM, 2015, 4 (1), p. 5-15.

FRAISSE, Paul, « VI. L'influence des attitudes et de la personnalité sur la perception » in *L'année psychologique*, 1949, 51, p. 237.

FRYDMAN, Marcel, RITUCCI, Gina, « Le développement de l'attitude altruiste. Expérimentation et évaluation d'un programme centré sur le comportement d'aide », *L'Enfance*, 1988, vol. 41, nos 3-4, p. 73-85.

GOLDBETER-MERINFELD, Édith, « Générations et transmission. Introduction », *Cahiers critiques de thérapie familiale et de pratiques de réseaux*, 2007/1 (n° 38), p. 5-12.

JOSSET, Raphaël, REICHSTADT, Rudy, TAÏEB, Emmanuel, « Le conspirationnisme 2.0 », *Quaderni*, 95 | 2018, p. 79.

KAIL, Michel, « Le 11 janvier. Avant, après », *L'Homme & la société*, 2015/3 (n° 197), p. 9.

LAMIZET, Bernard, « Patrick CHARAUDEAU (2005), *Le discours politique. Les masques du pouvoir* », *Communication*, Vol. 24/2 | 2006, p. 190.

MAISONNEUVE, Jean, « Les attitudes », dans *La psychologie sociale*. Paris, Presses Universitaires de France, « Que sais-je ? », 2013, p. 65.

MANCIAUX, Michel, « La résilience. Un regard qui fait vivre », *Études*, 2001/10 (Tome 395), p. 321.

MANNONI, Pierre, BONARDI, Christine, « Terrorisme et Mass Médias », *Topique*, 2003/2 (N°83), p. 55.

PETTY, Richard E., CACIOPPO, John T., « Source factors and the elaboration likelihood model of persuasion ». *Advances in Consumer Research*, 1984, p. 13-27.

POUTHIER, Jean-Luc, « La démocratie face au terrorisme », *Études*, 2015/3 (mars), p. 5.

RAUDE, Jocelyn, « Les stratégies et les discours de prévention en santé publique : paradigmes et évolutions », *Communication & langages*, 2013/2 (N° 176), p. 52.

RICE, Ronald E., ATKIN, Charles K. (dir.), *Public Communication Campaigns* (3^{ème} édition), 2001, Thousand Oaks (CA), Sage, p. 21.

SCHMITT, Carl, *La notion de politique – Théorie du partisan*, Champs classiques, 2009, p. 64

SOULARD, Olivier, « La crédibilité des avis en ligne : une revue de littérature et un modèle intégrateur », *Management & Avenir*, 2015/8 (N° 82), p. 131.

TENENBAUM Elie, « La sentinelle égarée ? L'armée de Terre face au terrorisme », Institut Français des Relations Internationales, Focus Stratégique, n°68, juin 2016, p. 10-15.

VAIDIS, David, « Attitude et comportement dans le rapport cause-effet : quand l'attitude détermine l'acte et quand l'acte détermine l'attitude », *Linx*, 54 | 2006, p. 104.

ZÉMOR, Pierre, « La communication politique », dans *La communication publique*. Paris, Presses Universitaires de France, « Que sais-je ? », 2008, p. 118.

Articles de presse (par ordre d'utilisation)

« La question des djihadistes français revenant d'Irak ou de Syrie », *L'Express.fr*.

« Terrorisme, canicule, accidents domestiques et Cie : petit mémo sur les plus grands risques de mort violente en France », *Atlantico.fr*, 20 juillet 2016.

« Patrick Balkany ferme son compte Twitter après un tweet lié à l'attentat de Charlie Hebdo », *Le Lab Politique Europe 1*, 8 janvier 2015.

« Indignation générale après les propos de Donald Trump sur le 13-Novembre », *francetvinfo.fr*, 6 mai 2018.

« Ismaël Saidi combat le djihad avec son humour », *Le Parisien.fr*, 9 juillet 2017.

« Nice : des photos de Paris Match dénoncées par les proches des victimes », *Le Point.fr*, 12 juillet 2017.

« Application SAIP : deux ans de couacs et des responsabilités partagées », *Le Monde.fr*, 29 mai 2018.

« Casa Nostra : les transactions autour d'une vidéo du 13 novembre au cœur du procès », *Europe 1.fr*, 26 avril 2017.

« Les projets fous des terroristes de Paris », *L'Express.fr*, 26 mars 2018.

« Former 80 % des citoyens au secourisme : oui, mais comment ? », *SecoursMag*, 9 octobre 2017.

« Une marche républicaine historique : plus de 3,7 millions de Français ont défilé », *Le Parisien.fr*, 11 janvier 2015.

« Pierre Nora : « La manifestation du 11 janvier est le type même de l'événement monstre » », *Libération.fr*, 20 janvier 2015.

« « Le crayon guidant le peuple » : la photo symbole du 11 janvier, *L'Express.fr*, 13 janvier 2015.

« Le sobre hommage de Macron à *Charlie Hebdo* et à l'Hyper Cacher », *Le Figaro.fr*, 7 janvier 2018.

« Les Français sont complotistes (mais ceci n'est pas un complot) », *Libération.fr*, 8 janvier 2018.

« La difficile incarnation de la fonction présidentielle », *Le Monde.fr*, 27 octobre 2016.

« Après l'attentat de Trèbes, l'impossible union nationale », *L'Opinion.fr*, 28 mars 2018.

« « Terrorisme islamiste » : une plaque hommage à Arnaud Beltrame divise, *L'Express.fr*, 1^{er} juin 2018.

« Valls : « Aucune excuse sociale, sociologique et culturelle » ne doit être trouvée au terrorisme », *La Dépêche.fr*, 25 novembre 2015.

« Attentat biologique, chimique ou nucléaire : les plans de la France pour contrer la menace », *Le JDD.fr*, 21 juin 2018.

« Des experts s'inquiètent de voir Daech utiliser des drones armés », *La Dépêche.fr*, 22 août 2018.

« Attentat déjoué : la ricine, un poison 6.000 fois plus toxique que le cyanure », *BFMTV.com*, 18 mai 2018.

« Manuel Valls point le risque des armes chimiques que Daech pourrait utiliser », *Huffington Post.fr*, 19 novembre 2015.

« 13-Novembre » sur Netflix : « Aucun témoin n'a un message de haine, c'est une leçon d'humanité », *20 Minutes.fr*, 28 mai 2018.

Annexes

Annexe 1 – Entretien avec Sébastien Valère , chargé de communication digitale au département Communication de crise et communication territoriale de l'État au SIG, entretien réalisé le 13 juin 2018.....	86
Annexe 2 – Entretien avec Marie-Laure Simon-Beaulieu , directrice adjointe du SIG entre 1995 et 1998, entretien réalisé le 14 juin 2018.....	93
Annexe 3 – Entretien avec Éva Quickert-Menzel , responsable du département Communication de crise et communication territoriale de l'État, entretien réalisé le 15 juin 2018.....	99
Annexe 4 – Entretien avec Olivier Martin , chargé de communication de crise au ministère de la Santé entre 2015 et 2017, entretien réalisé le 20 juin 2018.....	105
Annexe 5 – Entretien avec Stéphanie Le Gagne , cheffe de l'unité communication de crise au ministère de l'Intérieur, entretien réalisé le 20 juin 2018.....	111
Annexe 6 – Les affiches « Comment réagir en cas d'attaque terroriste » produites par le SIG.....	117
Annexe 7 – Discours de Manuel Valls devant l'Assemblée nationale, 13 janvier 2015.....	120
Annexe 8 – Discours d'Emmanuel Macron en hommage au lieutenant-colonel Arnaud Beltrame, 28 mars 2018.....	133

Annexe 1

Entretien avec Sébastien Valère, chargé de communication digitale au département Communication de crise et communication territoriale de l'État au SIG, entretien réalisé le 13 juin 2018 (seul le prononcé fait foi).

Antoine Malet : Vous avez travaillé sur les « tutos risques » réalisés par le SIG, une série de vidéos au ton décalé présentant sous forme de tutoriels plusieurs risques du quotidien, et comment s'en prémunir. Quel fut le contexte de leur lancement, et quels en étaient les objectifs ?

Sébastien Valère : Il s'agit d'un travail d'équipe qui s'est déroulé dans un contexte particulier : une période électorale. En période électorale, il y a une période de réserve qui est très longue dans la communication publique car elle commence à peu près un an avant l'élection présidentielle, et au fur et à mesure des mois, des exigences sont imposées. Pour ce projet de tutos, on a tenté de reprendre les codes des réseaux sociaux pour transformer les infographies que nous avons réalisées en vidéos. Il y avait à l'époque des infographies sur tous les risques majeurs : inondations, feux de forêts, etc. A l'époque, on assistait à l'émergence des « youtubeurs » dans les médias traditionnels. L'opportunité de reprendre leurs codes était donc intéressante. La temporalité et le timing étaient aussi intéressants. Surtout que la chaîne YouTube du gouvernement n'était pas exploitée à 100 %. C'est une mission du gouvernement de faire de la pédagogie sur les risques majeurs. On a décidé d'assumer de faire de la prévention, sur l'ensemble des risques majeurs. Mais on voulait une prévention non anxiogène, qui s'inscrivait dans la lignée des productions du SIG depuis deux ans, mais avec une tonalité un peu différente. Pour résumer, le pitch était simple : on décline les infographies en format tutos sur YouTube.

AM : Quelle fut la réaction globale des internautes ? Quand le gouvernement décide de reprendre les codes de YouTube, il prête forcément le flanc aux critiques...

SV : Exactement. Il y a eu tout un débat ici dès qu'on a décidé d'aller sur YouTube avec un produit « à froid » sans vrai risque politique. La question était de se dire : est-ce qu'on prend un youtubeur existant, un acteur ou une voix off ? Prendre un youtubeur renommé était une idée qui s'avérait plus complexe d'un point de vue financier et juridique. Une vidéo avait été faite par le SIG en 2016 sur les théories du complot avec le youtubeur

Kévin Razy. Il s'était retrouvé quelques mois après dans une vidéo, accompagné de gens assimilés aux cercles complotistes, donc au final c'était plutôt une mauvaise publicité. Quand on engage quelqu'un comme ça, on ne sait pas ce qu'ils peuvent faire ensuite et en plus, ils n'ont pas forcément l'habitude de travailler avec l'État. Donc ça avait été une première non concluante. Par la suite, beaucoup de ministères ont fait appel aux youtubeurs, mais c'était plus en tant que *guests* qu'en tant que vrais protagonistes. Si on prenait un youtubeur pour faire nos vidéos tutos, on aurait dû lui donner le sujet et lui donner carte blanche. Mais on n'était pas forcément confiants : ce sont des sujets un peu sensibles. Les cachets que demandent ces gens sont élevés. Sans citer de noms, on a approché quelques youtubeurs connus qui ont demandé entre 100 et 200 000 euros.

AM : Pour une seule vidéo ?

SV : Oui. Donc ça ne correspondait pas à notre budget pour cette opération. On a donc décidé de recruter un acteur car avec lui, on pouvait piloter le projet de A à Z et ça correspondait à la marque gouvernement tout en utilisant les codes de la culture web. La réaction à ces tutos sur la plateforme YouTube a été assez moyenne. Le produit a eu du mal à y émerger mais a beaucoup mieux fonctionné sur Facebook. Parce qu'on avait vraiment un produit qui correspondait aux codes et aux usages. Premier retour d'expérience : la chaîne a gagné beaucoup d'abonnés et de nombre de vues, qui a explosé. Mais on parlait de chiffres faibles. On est passés d'environ 1 000 à 3 000, 4 000 abonnés. C'était mitigé par rapport aux audiences qu'on pouvait espérer sur YouTube. Par contre, sur Facebook, le succès a été au rendez-vous car notre base de fans est plus importante : plus de 4 millions de vues cumulées sur cette campagne. Et beaucoup plus de *likes* et de partages que de commentaires négatifs. Donc ce fut clairement une réussite, d'autant plus que ça a été repris par beaucoup de ministères, de préfectures, d'organisations de sécurité civile... qui ont je pense apprécié cette manière « fraîche » de communiquer sur ces sujets. Ils ont bien relayé la campagne et nous ont fait part de leurs retours. Donc, au niveau institutionnel, ça a bien fonctionné. Pour ce qui est de YouTube, le produit n'a pas émergé comme on l'espérait. On pense que cela est dû au format, avec un acteur inconnu et pas un vrai youtubeur. C'est la limite inhérente à la démarche de reprendre des codes sans aller jusqu'au bout. Après, la tonalité de ces vidéos était vraiment décalée, on aurait pu faire un peu plus sérieux. Mais mon constat, c'est que sur YouTube, c'est difficile de faire émerger un produit en reprenant les codes, mais pas tous. On tente de faire la même chose mais ce n'est pas comme l'original, ce n'est pas réellement authentique. Peut-être qu'à l'avenir on tentera

d'avoir un portage digital, avec un rendez-vous beaucoup plus récurrent, au-delà d'une simple campagne. Car la séquence de diffusion des vidéos était bâtie comme une campagne : tant de vidéos allaient être postées pendant deux mois car on ne pouvait pas avoir de visibilité au-delà. C'était plus un produit temporaire qu'une vraie chaîne YouTube. On a eu un accueil au départ très positif et après, on s'est un peu fait moquer sur la tonalité, parfois considérée comme étant un peu ridicule, pas forcément adaptée à des sujets sérieux. D'autres estimaient que l'acteur n'était pas forcément bon, mais ce n'est pas une mission facile d'arriver à faire de la pédagogie sur ces sujets d'une manière un peu humoristique. Dernier point : le taux de visibilité des vidéos fut important, ce qui veut dire que les gens restaient devant la vidéo, donc c'est positif.

AM : Est-ce que c'est ce ton décalé voire humoristique dont vous parlez qui est à l'origine de la décision de ne pas faire de tuto sur le sujet du terrorisme ?

SV : Ça dépend à quel niveau on met le curseur. L'idée a clairement été abordée, elle faisait partie des réflexions mais elle n'a pas été suivie d'effets car le programme a été perçu comme très humoristique, on s'est rendu compte que les codes et les personnages étaient trop décalés et on n'a pas voulu entrer dans une dimension plus sérieuse. Ce n'était pas impossible à faire mais ce n'est pas le choix qui a été fait. On a décidé de garder l'identité du produit, de la pédagogie faite avec humour. Du coup, on n'est pas sortis de ce registre.

AM : En termes qualitatifs, quel bilan tirer de cette campagne ? Est-ce qu'une initiative de ce type pourrait être rééditée à l'avenir ?

SV : C'est un bilan très positif. La campagne a coûté très peu d'argent et d'un point de vue quantitatif, c'est une réussite. On a touché plus de 4 millions de personnes, on a eu des retours très positifs par les professionnels des différents métiers. Maintenant, le défi est d'arriver à produire des contenus engageants. Le format vidéo suscite les engagements. L'aspect décalé et les miniatures poussant l'internaute à cliquer sur la vidéo ont clairement fonctionné. Comme je l'ai dit tout à l'heure, les gens avaient des taux de visionnage assez longs, donc on estime que les messages sont passés et c'est évidemment très positif. En termes de style et de ligne éditoriale, la tonalité aurait pu être un peu différente, un peu plus sérieuse, en sachant qu'il y a une autre limite, qui est juridique. C'est tout bête mais ça impacte le rendu final : c'est l'utilisation d'éléments non libres de droit, tirés de films ou de séries. Il faut demander l'autorisation aux ayants droit. À cause de ces aspects techniques et juridiques, on n'a pas voulu prendre de risques

en faisant des clin d'œil appuyés à la culture populaire. On voulait quelque chose de juridiquement inattaquable car le gouvernement ne peut pas être accusé de ne pas respecter la loi. Qualitativement, on constate qu'il est très difficile de faire comme les youtubeurs qui ne respectent pas forcément le droit de la propriété intellectuelle et qui sont donc plus libres dans leur tonalité. Puis par ailleurs, on traite de sujets qui peuvent générer des victimes et des morts donc le gouvernement se doit quand même d'être sérieux. Mais on peut aussi faire un peu d'humour, c'est un équilibre subtil à mettre en place. Dans nos infographies en 2016 par exemple, on mettait systématiquement des chats noirs. Donc l'humour des tutos était un peu dans la continuité de cela. Les limites qu'on a eues, c'est de ne pas avoir été plus corrosifs en termes d'humour car ça n'aurait pas forcément été convenable. Il y a donc eu plusieurs pesanteurs. C'est aussi un peu toute la limite de la créativité dans la communication institutionnelle : on peut être créatif jusqu'à un certain point.

AM : C'est-à-dire ? Les Français ne seraient pas prêts pour un ton humoristique et décalé sur des sujets aussi graves ?

SV : Non, je pense que les gens sont largement prêts. Mais les pesanteurs politiques et administratives le sont beaucoup moins. Il faut que cette ligne soit portée et assumée au plus haut niveau, et ça dépend énormément du politique. Les produits du gouvernement doivent être assumés par le cabinet du Premier ministre, qui pourrait justement assumer une posture décalée, car les gens sont mûrs pour ça. Il y a beaucoup de vidéos sur des sujets sérieux sur YouTube avec une tonalité un peu décalée et ça fonctionne très bien. YouTube est de plus en plus utilisé comme une plateforme d'apprentissage : les gens viennent s'informer et apprendre. C'est une consommation intéressante car les gens y passent beaucoup plus de temps que les autres réseaux sociaux. Les vidéos longues fonctionnent très bien dessus, beaucoup plus que sur Facebook ou Twitter. Les gens sont en demande de vidéos pédagogiques où ils vont apprendre et comprendre des choses. Je crois beaucoup à YouTube comme une plateforme aux vertus pédagogiques, avec un temps de consommation plus long. Même si Facebook est repassé devant récemment, il faut savoir que YouTube est resté pendant presque deux ans la plateforme avec le plus d'utilisateurs connectés tous les jours en France. Sur YouTube, il y a un vrai parcours d'utilisation, les gens viennent sans forcément savoir ce qu'ils vont voir. Il y a une suggestion, une tendance... Les gens viennent pour apprendre des choses. Il faut que la tonalité corresponde à ce à quoi ils sont habitués, ce qu'on appelle l'horizon d'attente, avec un contenu ludique. Il y a un rythme et une mise en forme des contenus spécifiques à YouTube. Donc je crois vraiment au côté décalé. Mais c'est aussi une

mode. Le décalage est un style mais d'autres styles peuvent correspondre aux réseaux sociaux. Le côté dérision et décalage, j'ai l'impression que c'est moins à la mode qu'à une certaine époque. Le Gouvernement a fait ça à l'époque, en détournant la série *Game of Thrones* par exemple. Mais aujourd'hui ce genre de clin d'œil fonctionne moins. Récemment, la SNCF a détourné des titres de jeux vidéo en les mixant avec des noms de villes. Il y a eu très peu de partages sur cette campagne alors qu'elle était très réussie. Les gens se sont un peu habitués à ce style de communication donc ils en consomment moins. Par contre, c'est toujours plus visible qu'un contenu froid et fixe. Avec une vidéo, on a plus de visibilité, avec une vidéo décalée, on en a encore plus. Nos détournements avaient très bien fonctionné : on a ouvert un aspect ludique de la communication institutionnelle. La police a fait une petite web série pour le salon des seniors récemment, mais ça n'a pas cartonné. Pourquoi ? Les gens se sont habitués et ont déjà vu ça, donc ce n'est plus « extraordinaire ». Mais aujourd'hui c'est plus des *one shots*, pas des produits réellement suivis sur plusieurs années.

AM : Mais on a quand même l'impression que le décalage et la dérision sont incompatibles avec le sujet du terrorisme.

SV : Non en effet, sur le terrorisme, l'aspect décalé ne fonctionnerait pas, ça ferait un *bad buzz*. Par contre, parler de terrorisme dans les tutos risques, on aurait pu le faire, avec une vidéo hors-série, sans humour. On a préféré conserver le côté humour, qui ne peut pas être utilisée sur les questions de terrorisme. Par contre, on peut avoir des supports innovants. Mais l'humour pour parler du terrorisme, ça ne passera jamais, ça peut passer par des acteurs externes, mais pas par l'État. C'est aux politiques d'assumer cela, et ce sujet est trop brûlant. Les tutos risques ont fait partie d'un climat général où on sensibilise les gens aux bons gestes, ça fait partie d'un message gouvernemental global qui fait qu'on dit aux gens : responsabilisez-vous. Vous devez être vigilant dans la vie de tous les jours, il faut prendre quelques précautions. Sur les messages froids comme ceux abordés dans les tutos, on peut utiliser l'humour. Mais je ne défendrais pas cette idée pour le terrorisme.

AM : C'est de toute évidence difficilement mesurable mais avez-vous des moyens de déterminer l'impact de ces campagnes de prévention sur les attitudes de la population vis-à-vis des risques ?

SV : C'est le même problème avec n'importe quelle campagne de communication publique. À part pour la cigarette où on a des chiffres, qui sont de toute manière souvent

liés à l'augmentation des prix, et la sécurité routière où le même message est martelé des années durant pour rentrer dans les têtes... C'est tout le problème de l'évaluation de l'impact d'une communication gouvernementale. C'est vraiment difficile, voire impossible d'évaluer l'impact d'une communication gouvernementale. Les seules évolutions qu'on peut mesurer, c'est la sécurité routière, mais pas sur un an, plus sur cinq ou dix ans. On ne sait jamais vraiment quel est l'impact de tel ou tel message qu'on fait passer pour changer les comportements. La ceinture de sécurité, ça a fonctionné à l'époque car on a martelé le message et c'est entré dans les mœurs. Donc dans ce cas-là, oui, on peut voir l'impact sur le comportement des gens. Pour le reste, c'est très difficile et c'est une vraie difficulté par rapport au privé où on va mesurer l'efficacité grâce au chiffre d'affaires. Après, ici, sur nos campagnes, on peut quand même avoir une idée parce qu'on mène des pré-tests et des post-tests. Sur les affiches « *En cas d'attaque* », on a des chiffres, on peut estimer combien l'ont vu et combien peuvent s'en souvenir. Mais on ne peut pas savoir, parmi ces gens, qui va se souvenir des comportements. Le besoin, en revanche, est identifié. On a des sondages du SIG qui nous orientent sur les attentes. Les gens réclament plus d'information et plus de communication sur quoi faire en cas d'attentat. On note une très nette évolution par rapport à 2016 : de 20 à 30 points d'écart en deux ans sur le sentiment d'information des gens vis-à-vis des risques terroristes. On sait qu'aujourd'hui, il y a beaucoup plus de gens sensibilisés à cette question.

AM : Quels sont les critères qui vont vous pousser à faire une campagne à un instant T ? L'actualité, les sondages ?

SV : Ce qui est clair, c'est que l'opinion évolue en fonction de l'actualité. C'est toujours lié. Aujourd'hui, les gens ne considèrent pas que l'État a failli sur cette mission : on a des chiffres qui le prouvent. Même si on peut toujours faire mieux, évidemment. Quel pouvoir on donne à la communication ? C'est un vrai débat. Quel est l'impact et le pouvoir de la communication publique ? Sur une campagne, c'est difficile à déterminer. Marteler, ça marche bien, répéter les mêmes messages. Si on fait ça pendant plusieurs années, le message passe. A force de dire aux gens, cachez-vous, cachez-vous, les gens finissent par se cacher. C'est un message qui commence à rentrer mais comment mesurer cela ? Très difficile. Mais c'est valable pour toutes les campagnes. Encore une fois, de ce que j'ai pu voir, ce qui fonctionne en termes de communication gouvernementale, ce sont des marottes qui reviennent sur plusieurs années. Par exemple, le sida dans les années 1990 : cela a fonctionné mais ça a duré très longtemps, c'était devenu un rendez-vous, avec plusieurs campagnes. C'est ça qui vient modifier

les comportements sur une génération. On mesure que les gens, quand ils disent eux-mêmes ne pas être en manque d'infos sur un sujet, ça veut dire qu'ils ont moins peur. Les craintes baissent donc il y a de la résilience. On constate aussi aujourd'hui, en termes quantitatifs, des réactions sur les réseaux qui sont moins fortes. La volumétrie des hommages est en perpétuelle baisse à chaque attentat. Les gens réagissent de moins en moins. On peut appeler ça de l'habitude, mais c'est surtout de la résilience. Communiquer de manière rapide et efficace montre que l'État maîtrise la situation, que le problème est identifié, traité et géré. L'organisation de l'État rassure les gens car ils savent que l'État agit, que l'État est là. C'est là où la communication, qui est toujours un peu similaire en période de crise, devient plus de l'information du public que de la communication au sens strict. Parce que quand on démontre que l'on agit, on rassure, et je pense que ça, ça a plus d'impact qu'une campagne. Montrer la puissance et l'organisation de l'État, c'est important pour la population car on montre que l'on maîtrise son pouvoir et sa communication. Dans beaucoup d'attentats, le vide, le manque d'infos profitent aux théories du complot qui se glissent là-dedans. Après l'attentat de Charlie Hebdo, des théories conspirationnistes sont apparues très vite. Si on avait communiqué tout de suite, ça aurait déjà désamorcé cette idée que l'État cache des choses. Surtout dans la société de transparence dans laquelle nous vivons aujourd'hui. Les process sont répétés à chaque attentat, les gens savent comment ça se passe, ils s'habituent et cela participe au renforcement de la résilience.

Annexe 2

Entretien avec Marie-Laure Simon-Beaulieu, directrice adjointe du SIG entre 1995 et 1998, entretien réalisé le 14 juin 2018 (seul le prononcé fait foi).

Antoine Malet : Vous avez été directrice adjointe du SIG entre 1995 et 1998. Un contexte de forte menace terroriste, ponctué par les attentats meurtriers du GIA algérien. En termes de communication, que faisait le SIG vis-à-vis de cette menace ?

Marie-Laure Simon-Beaulieu : Il n'y avait pas de département communication de crise à l'époque mais un département communication au sens large. En fait, il n'y avait pas de structure dédiée par rapport à la menace terroriste ou qui aurait été chargée de coordonner la réponse gouvernementale à un attentat. Par contre, on voyait pointer les difficultés que posaient les photographies parues dans la presse de blessés ou de morts sur les scènes d'attentats du GIA en France. Pour la dignité des victimes et de leurs familles, beaucoup de responsables avaient considéré qu'il était difficile de livrer à l'opinion des images d'une très grande violence et d'une très grande tristesse. Quand la menace s'est calmée, on a réuni les directeurs de la communication des grandes institutions publiques : ministère de l'Intérieur et SNCF, RATP... car à l'époque c'étaient surtout les transports publics qui étaient visés. On voulait savoir comment en termes de communication ils avaient géré la situation pour rassurer les Français qui utilisaient les transports en commun. Immédiatement après les attentats, les responsables politiques se déplaçaient sur les lieux. De ce point de vue-là, les choses n'ont pas changé. Les Français ne comprendraient pas qu'il n'y ait pas une prise en compte, une compassion forte vis-à-vis de ces drames de la part des plus hautes autorités de l'État. On a appelé ça la communication de compassion, et ça s'est transformé en ce qu'on pourrait appeler une communication d'hommage. C'est ce qui s'est passé lors de la vague d'attentats de 2015 et 2016. Le réflexe de bon sens veut que les dirigeants se rendent sur les lieux. Il y a eu une mini polémique quand le président Hollande s'est rendu sur les lieux de l'attentat de *Charlie Hebdo* car les critères de sécurité n'étaient pas remplis. Mais c'était nécessaire qu'il y aille. En 1995, se sont structurées des associations d'aide aux victimes. C'est plus simple pour l'État de dialoguer avec des associations dédiées. On a vu une communication plus importante au niveau de la sécurité civile, des services de protection et de sécurité... C'est sans doute en termes de communication un élément très important. Les Français sont très attachés à ces organisations. Le fait de les voir

intervenir extrêmement rapidement et que certains témoignent de ce qu'ils font renforcer le sentiment de solidarité nationale. Le médecin chef des pompiers avait dit du Bataclan que c'était une scène de guerre. Quelque chose que les soignants et les pompiers n'avaient pas l'habitude de voir.

AM : De par leur expertise, leur parole a une crédibilité plus forte...

MLSB : Voilà, leur parole est parfaitement légitime et elle ne peut être contestée finalement. Puis il n'y a pas de résonance politique dans leurs propos. Leur diagnostic sera clinique, précis. C'est sans doute quelque chose d'important en termes de communication. Ça rassure les gens sur l'efficacité de l'intervention des services de secours car les gens ont compris que cela pouvait arriver à n'importe qui, n'importe où. Chaque minute, chaque seconde compte.

AM : Le fait que le Gouvernement communiquait moins sur le terrorisme à l'époque était-il dû au fait que les groupes terroristes communiquaient moins et qu'ils étaient donc moins identifiés par les citoyens ?

MLSB : La communication de l'État Islamique a été redoutablement efficace. C'est vrai qu'à partir de là, des mesures de contre-propagande ont été prises et tout un travail a été effectué par la DGSI et DGSE sur la surveillance des réseaux cryptés : Telegram, etc. Ce qui m'a frappé, c'est qu'après ces moments de sidération totale, il y a eu cette communication autour des hommages, qui ont beaucoup ému et traumatisé les Français mais qui ont aussi donné le sentiment aux dirigeants des groupes terroristes que les Français subissaient les offensives meurtrières sur leur territoire. Cette forme de soumission à l'abominable était pour ces terroristes une forme de victoire. Grâce à des actes héroïques individuels, on sort un peu de ça et le président Macron a voulu passer à une autre étape, qui sans se substituer à la compassion et au respect de la mémoire des victimes, glorifie, met en avant des héros du quotidien comme le colonel Arnaud Beltrame.

AM : Quand Macron met en avant Beltrame, il met en avant l'ensemble des Français, et leur supposé esprit d'héroïsme et de résistance. Il tente de leur donner une conscience d'eux-mêmes et de leur capacité à résister. Ce discours est-il selon vous efficace ?

MLSB : Ce que je pense, c'est qu'il est cohérent que le président Emmanuel Macron fasse cet hommage au colonel Beltrame. Il est cohérent avec ce souci de réinscrire dans l'histoire de la France chacune de ses actions ou prises de parole. L'idée, c'est de réinscrire le geste de Beltrame dans le fil de l'histoire de la France. Le Chant des partisans est le chant préféré des français après la Marseillaise. Et c'est une chanson sur le courage des anonymes, qui par leurs actions, vont entraîner les autres. La tombe du soldat inconnu, c'est la glorification du héros anonyme. Ça fait partie d'un récit historique de ce qu'est la France, qui a besoin de retrouver des héros à des moments cruciaux de son existence. Il y a toujours ce souci de montrer que chacun peut avoir été un héros dans l'aide, dans le fait de s'interposer. L'héroïsme n'a pas forcément besoin de communication ou de glorification, il s'impose de lui-même. Les gens aiment ces belles histoires, chargées de symbole. Dans des périodes tragiques, c'est réconfortant de montrer que la France et les Français ne subissent pas, qu'ils ne changeront pas leur mode de vie, qu'ils acceptent des mesures sécuritaires parce qu'ils comprennent le danger. Mais ils sont en même temps très attachés à leur liberté, d'expression, de se mouvoir et d'être partout chez eux sur le territoire. Cette communication autour des héros, c'était très bien pensé de la part du président Macron. Et c'est cohérent avec son discours sur le fait de retrouver le fil d'un récit national dans des circonstances particulièrement difficiles.

AM : Que pensez-vous alors du terme de résilience ? Il a beaucoup été employé ces dernières années, on en viendrait presque à penser qu'il devient même un peu galvaudé.

MLSB : Un petit peu, c'est vrai. C'est Boris Cyrulnik qui avait popularisé cette expression, sur le plan de la psychanalyse et de la psychologie. Pour le moment, on n'a pas trouvé d'autre mot pour se substituer à celui-ci. Mais on est frappés par la capacité des Français, non pas d'oublier, mais de continuer leur vie comme ils en ont l'habitude. C'est une forme de résistance à ces attaques meurtrières. Nous allons continuer à vivre, à aller sur des terrasses de café, à aller à des concerts.

AM : Une forme d'habitude ne serait-elle pas en train de s'installer ?

MLSB : Les actes terroristes isolés, hors tueries de masse, occupent beaucoup moins l'espace médiatique qu'il y a quelques années. On est entrés dans une nouvelle ère, et c'est peut-être aussi une forme de victoire vis-à-vis de ces organisations terroristes.

Chaque Français peut être visé. Moins de temps on passe à en parler, plus ça devient quelque chose, qui, en termes de communication, complique la tâche des groupes terroristes.

AM : Lors d'un précédent entretien, vous m'aviez parlé du fait que les gens acceptaient beaucoup plus facilement qu'on abatte les terroristes alors que cela posait question auparavant. N'est-ce pas symptomatique d'un changement d'état d'esprit des Français vis-à-vis de la menace ?

MLSB : D'abord, il y a la loi et l'opinion. L'opinion a précédé la loi. Ça fait des années qu'on sait que quand il y a une menace physique, les Français trouvent qu'on fait preuve d'une forme de laxisme face aux criminels. Regardez le bijoutier de Nice qui a abattu dans le dos son agresseur. Il a été condamné à du sursis car le tribunal a entendu l'opinion. Il y avait un contexte, il était âgé, il avait déjà été dévalisé plusieurs fois. L'opinion a précédé l'application de la loi, et les policiers, avec toutes les lois votées depuis les attentats de 2015, sont autorisés à porter leur arme de service en dehors de leurs heures de travail, alors que c'était auparavant inenvisageable. La loi s'adapte à une réalité mais aussi aux exigences de l'opinion. C'est ce qui se passe sur le terrorisme. Les convaincus d'associations de malfaiteurs en lien avec une entreprise terroriste étaient auparavant condamnés à quelques années de prison alors que s'ils étaient condamnés aujourd'hui, ils écoperaient de peines beaucoup plus longues. La demande de l'opinion est très forte sur ces questions. Pour ce qui est de neutraliser les terroristes, la doxa jusqu'à l'affaire Merah était de les prendre vivants, de ne les abattre que si y avait une menace directe contre un policier. Aujourd'hui, il n'y a plus de discussion sur ces questions.

AM : Que pensez-vous de la stratégie de prévention des risques menée par le SIG depuis quelques années ?

MLSB : Je pense que c'est nécessaire de rassurer. Dans les lieux publics, il y a toujours des plans d'évacuation, des extincteurs... C'est un peu dans cette même logique. Un nombre considérable de gens veulent maintenant se former aux soins de premier secours. Chacun doit se responsabiliser. Donc je pense que cette démarche est une bonne démarche. Dans les écoles, il y a eu des simulations, ce qui est un peu sensible : on part du principe qu'il ne faut pas effrayer les enfants. Mais ce n'est pas idiot. Dans

l'affaire « Human bomb » où un homme avait pris en otage les élèves d'une école maternelle, il avait été demandé aux petites filles de jouer à la tortue. Il y a toujours eu chez les enseignants, les responsables, la prise de conscience qu'il y a des mesures à prendre assez simples pour protéger les gens. Mais est-ce que les gens regardent vraiment ces affiches ? Il faut vraiment qu'elles soient placées dans des lieux d'attente. Il y a tellement d'affichettes de prévention... Mais on sait que s'il y a un événement tragique et qu'il n'y avait pas eu de prévention, ce serait un problème : c'est le principe de précaution. Sinon, on met en cause les responsabilités sur le fait que les gens n'aient pas été prévenus. Aux États-Unis, une femme avait mis son chat dans un micro-ondes pour le faire sécher, la femme avait porté plainte et avait gagné car le fabricant de ces micro-ondes n'avait pas indiqué dans la notice qu'il ne fallait pas l'utiliser pour faire sécher un animal ! On est loin des attentats, mais c'est pour vous montrer qu'il y a des enjeux juridiques : l'État peut être mis en cause. Pour défaut d'information, défaut de prévention.

AM : Que pensez-vous de la stratégie de contre propagande de l'État, comme par exemple la campagne « Stop djihadisme » ?

MLSB : Les numéros d'appel sont efficaces, mais le film... Je doute de l'efficacité de ce genre de spots.

AM : Le décalage et la dérision sont-elles incompatibles avec ce genre de sujet ?

MLSB : Non, mais c'est peut-être une question de génération. D'une manière générale, dans la communication institutionnelle, c'est compliqué. La question, c'est la crédibilité de l'émetteur. Si vous faites une information sur les champignons toxiques, les pharmacies seront super crédibles. Sur les dangers du tabac, les médecins seront plus crédibles que le ministère de la Santé. Pour revenir au terrorisme, vous voyez tous ces experts ou soi-disant experts qui viennent sur tous les plateaux dire des choses sans grand intérêt car ils ne connaissent pas tous les tenants et les aboutissants. De plus, ils ne vont pas délivrer des éléments tactiques aux terroristes. Un ancien négociateur du RAID ne va pas expliquer aux terroristes comment ils font pour négocier. Le côté expert donne un cachet de crédibilité mais on en voit vite les limites. On se demande si certains ne sont pas un peu en mal de notoriété.

AM : Quel rôle a joué l'émergence d'internet et des chaînes d'information en continu dans l'évolution de la communication gouvernementale ? Il semblerait que la montée en puissance de ces canaux de transmission de l'information a mené à une hypertrophie de l'info qui donne à la parole d'anonymes potentiellement le même écho que celle des acteurs institutionnels.

MLSB : Ça a été une déflagration. La puissance des chaînes d'information en continu et des réseaux sociaux a causé un véritable séisme en termes de crédibilité de l'information. Et cela accroît cette tentation très humaine du complotisme : « on ne nous dit rien, on nous cache tout ». C'est quelque chose qui est inhérent à la nature humaine, mais ça l'a accentué. Pour les responsables publics, c'est quelque chose de difficile à gérer. Parallèlement, les tentations populistes et autoritaires arrivent dans nos démocraties. Il y a une nécessité de trouver des chefs, « des vrais, qui eux, ne mentent pas » et qui versent dans un populisme éhonté.

Annexe 3

Entretien avec Éva Quickert-Menzel, responsable du département Communication de crise et communication territoriale de l'État, entretien réalisé le 15 juin 2018 (seul le prononcé fait foi).

Antoine Malet : Parlez-moi de la campagne de prévention et d'acculturation aux risques terroristes réalisée par le SIG.

Éva Quickert-Menzel : Suite aux attentats du 13 novembre, le Premier ministre a demandé au directeur du SIG de l'époque, Christian Gravel, de réaliser une campagne d'acculturation à la menace terroriste. Après le Bataclan, nous avons vu dans les médias beaucoup de témoignages de gens qui racontaient avoir été sur les lieux ou à proximité et ne pas avoir su du tout comment réagir, soit car ils étaient cachés, pris en otage, blessés... La thématique de la résilience de notre population est alors apparue. Nous avons donc été chargés, au SIG, de nous mettre autour de la table avec le SGDSN pour pouvoir créer un outil qui permette d'indiquer les bons gestes à conduire et les bons comportements à adopter en cas d'attaque terroriste. On a réuni au niveau interministériel la plupart des entités qui avaient été sur les lieux du Bataclan : le GIGN, le RAID, la BRI, et le SGDSN ainsi que certains ministères comme le ministère de la Santé. Le temps et le budget étaient très contraints car il fallait faire quelque chose de rapide et qui ne coûte rien. On ne savait pas si ça allait être une vidéo ou une affiche et en mettant les gestes par écrit avec les spécialistes on a fini par se dire qu'il fallait sans doute créer une affiche. On est passés par le canal Vigipirate, qui permet de demander à tous les opérateurs publics et privés de placarder l'affiche de manière gracieuse. C'était une première. Il aurait été bien que les vidéos passent à la télévision mais il n'y avait pas de budget pour cela, à défaut on l'a fait sur les réseaux sociaux. Ensuite, on a réalisé toute une série de documents (guides, infographies...) mais à destination de différents publics : les opérateurs de l'État, les agences de sécurité, l'Éducation nationale pour que les personnels soient formés, etc.

AM : Il semblerait que l'éternel problème de la communication gouvernementale réside dans le fait qu'il est très difficile voire impossible de jauger l'effet concret de ce genre de campagnes sur le comportement des gens. Mais à titre personnel, ressentez-vous une évolution dans les mœurs de la société française vis-à-vis du sujet du terrorisme ?

EQM : Oui, complètement. Très honnêtement, un peu avant le Bataclan, on a essayé à plusieurs reprises de lancer des campagnes sur les risques majeurs mais ce n'était pas la préoccupation des responsables politiques qui, par ailleurs, trouvaient que c'était trop anxiogène alors que l'on vivait déjà une crise économique. À partir du Bataclan la question ne s'est plus posée ! On est montés d'un palier dans l'acceptation psychologique du risque par les Français. Ils vivent la menace au quotidien. Aujourd'hui, il n'y a pas une personne qui ne fait pas attention quand elle voit un sac abandonné. Le plan Vigipirate est entré dans le quotidien. C'est totalement internalisé. Mais, ce n'est pas suffisant. Nos études d'opinion sur le sujet le prouvent. Il y a une volonté d'en savoir plus et les gens y sont prêts.

AM : Quid de l'articulation, en termes de communication, avec les ministères et les organismes de sécurité civile ?

EQM : On essaie de coordonner le travail des différentes entités mais ce n'est pas toujours très facile. On est un petit service de communication de crise, pas un comité interministériel d'acculturation aux risques. La Direction générale de la Sécurité civile est là pour faire de l'opérationnel et fait peu de communication, d'autres ministères travaillent à leur niveau sur certains risques comme le ministère de la Santé... Il faudrait que ce sujet soit beaucoup plus porté comme l'est par exemple la sécurité routière avec une gouvernance et un budget de communication très important. Aujourd'hui, il n'y a pas une stratégie globale et pérenne sur le sujet.

AM : Est-ce que tu penses que la population est assez mûre pour voir apparaître de nouveaux formats innovants et décalés sur le thème du terrorisme ou alors c'est un sujet qui ne peut pas être traité sur le ton de la dérision ?

EQM : Je pense qu'on peut tout faire être original dans notre communication dès lors qu'on le fait dans le respect des victimes. Pour la sécurité routière, il y a eu un avant et un après les campagnes chocs ! Aujourd'hui on ne se pose plus du tout la question de savoir si on va trop loin. Les publicités sont même diffusées à des heures de grandes écoutes ou les enfants peuvent les voir... Je suis convaincue qu'une grosse campagne sur les risques dont le risque terroriste aurait sa place. D'ailleurs je pense que s'il y a deux campagnes à faire dans l'année à venir, c'est une campagne sur les risques et une campagne sur les gestes à faire pour préserver l'environnement.

AM : D'autres pays n'hésitent pas à adopter un ton un peu choc ou humoristique. Existe-t-il une spécificité française ?

EQM : On est toujours un peu plus long que les autres pays, notamment si l'on se compare au Royaume-Uni... mais je pense qu'aujourd'hui on est prêts. Il y a eu la campagne « Stop djihadisme » par exemple, même si on est dans un registre plus choc qu'humoristique. Tout est une question de subtilité. Ces quinze dernières années, l'opinion a tellement changé. La communication traditionnelle, c'est terminé.

AM : Pour rester sur ce sujet, vous êtes-vous inspirés d'initiatives d'autres pays sur le sujet ?

EQM : Quand on a réalisé les affiches « *Réagir en cas d'attaque* », on s'est beaucoup inspiré des Américains sur la problématique des tireurs fous et le triptyque « *fuir, se cacher, alerter* ». Les Américains allaient même plus loin car ils préconisaient aux gens de se battre. On a eu ce débat, avec deux positions qui se sont affrontées. Il a finalement été décidé que les Français n'étaient pas encore prêts. Il fallait déjà les habituer à cette nouvelle menace, leur inculquer le triptyque. Aujourd'hui ils sont prêts à entendre un discours plus offensif, du type « si vous ne pouvez pas fuir, battez-vous ! ». Les derniers événements ont d'ailleurs montré qu'ils étaient prêts à le faire et le succès des cours de self défense, krav-maga et autres, également. Pour revenir sur la campagne américaine, on a voulu lisser le côté très « Hollywood » de leur approche. On s'est posé la question de savoir s'il fallait mettre en scène des vrais gens ou des animations. On a choisi les animations pour ne pas montrer des vrais gens et donc éviter de choquer les victimes, c'était trop incarné, et ça aurait sans doute été compliqué pour des acteurs de trouver le ton juste. Pour revenir à ta question, dans les autres pays, on n'a pas vu beaucoup de choses qui nous ont inspiré. On avait alors un très bon dessinateur, ce qui nous a aidé à bien mettre en scène l'affiche. Mais aujourd'hui, on pourrait très bien faire quelque chose d'un petit peu plus réaliste sans doute mais en discutant et travaillant avec les associations de victimes.

AM : Quelle est la raison pour laquelle il n'y a pas eu de « tuto risque » sur le risque terroriste ?

EQM : A l'époque, on a justement souhaité voir si ça marchait sur les risques de manière générale, et c'était un peu tôt vis-à-vis des victimes du 13 novembre. Mais aujourd'hui,

je pense qu'il y a un espace pour le faire, mais en étant extrêmement soucieux de la psychologie des victimes.

AM : Que répondre à ceux qui critiquent ce genre de campagnes en disant que l'État infantilise les citoyens ?

EQM : C'est stupide car nous savons désormais que les personnes qui ont été confrontées à ces terribles événements ont relaté qu'elles auraient aimé savoir comment mieux réagir. Il existe plusieurs comportements possibles lorsqu'on est victime d'un événement grave : on peut avoir le réflexe de fuir, qui paraît évident mais qui en fait ne l'est pas. Certaines personnes peuvent être en état de sidération, ils ne peuvent alors plus faire quoi que ce soit : marcher, avancer ou même crier. C'est donc important, ne serait-ce que par une affiche ou des vidéos d'inciter les gens à prendre conscience qu'ils doivent se dire que ça peut leur arriver et qu'ils doivent essayer d'avoir les gestes qui les sauvent ou qui sauvent les autres. C'est aussi pour cela que nous avons fait des vidéos sur la manière de réaliser un garrot ou une position latérale de sécurité (PLS). Ça peut aider une certaine partie de la population à prendre le dessus sur elles-mêmes et à agir.

AM : Cette internalisation, on n'en voit les effets qu'à dix, vingt ans, non ?

EQM : Évidemment, cette affiche ne va pas régler le problème si elle n'est pas suivie par des choses très concrètes. Par exemple, des formations pour les gens qui encadrent du public, pour les enfants, pour les entreprises...

AM : Quel rôle peut jouer le politique dans cette stratégie de changement des attitudes des gens face à la menace ?

EQM : C'est à eux d'impulser le fait que c'est un sujet prioritaire, au même titre que la lutte contre la drogue ou le tabagisme qui sont des sujets dont on parle régulièrement.

AM : Au-delà de ces considérations très techniques, le discours un peu philosophique qui met en avant les valeurs et l'esprit de résistance des Français, qu'en penses-tu ?

EQM : C'est important. Ils l'ont beaucoup fait avec le colonel Beltrame. Ils l'ont fait avec Mamoudou Gassama, qui a grimpé un immeuble à mains nues pour secourir un enfant qui allait se jeter dans le vide. Il y a aussi une volonté de décerner des

distinctions à des « vrais gens »... Ce discours est très porté par le président de la République notamment.

AM : Dans quelle mesure l'avènement des réseaux sociaux et des chaînes d'info en continu a bouleversé le travail de communicant de l'État ?

EQM : Ça a tout changé, on se doit d'être hyper réactifs. Fini le temps où on prenait toute une matinée pour valider un communiqué de presse... En quelques secondes on est obligés d'avoir réagi sur Twitter, même si ce n'est que pour dire « événement en cours, plus d'information à venir ». Et puis les rumeurs ne nous facilitent pas le travail ces derniers temps. Si on prend l'exemple de l'ouragan Irma, on a eu des rumeurs notamment sur la fuite présumée de la préfète qui aurait quitté l'île. On a fini par demander à son chargé de communication de la prendre en photo afin de la poster sur les réseaux sociaux et de montrer que c'était faux. Il faut qu'on soit réactif et il faut que les journalistes fassent leur travail de vérifications. Pour Irma, les papiers de *fact-checking* étaient tardifs !

AM : Est-ce que la défiance envers la parole de l'État ne complique pas un peu la tâche des communicants publics ?

EQM : Oui tout à fait. Une partie de la population et notamment chez les jeunes versent facilement dans des thèses conspirationnistes, comme l'a montré un papier récent de *Libération*. L'éducation a un rôle majeur à jouer sur ce problème. Des initiatives très intéressantes sont d'ailleurs prises sur le sujet par le ministère.

AM : Pour ce qui est de l'acculturation à destination des enfants, qui consiste par exemple à les faire se cacher sous les tables en guise d'exercice, est-ce une limite ?

EQM : L'Éducation nationale a fait un travail remarquable sur le sujet. Les exercices obligatoires qui ont lieu dans les écoles sont très utiles, même pour les tous petits. Contrairement à ce que l'on peut penser si l'acculturation est bien faite, avec la bonne distance, sans être anxiogène, alors les enfants sont au contraire rassurés. Former une population dès le plus jeune âge, c'est s'assurer de sa résilience.

AM : Peut-on imaginer des dispositifs de communication pour faire comprendre aux enfants ce qu'est le terrorisme ?

EQM : Bien sûr. Le ministère de l'Éducation nationale continue à y travailler. Il ne faut pas se voiler la face : le mot « djihadiste » fait désormais partie du vocabulaire des enfants... donc on peut tout à faire leur inculquer la culture de la résilience.

Annexe 4

Entretien avec Olivier Martin, chargé de communication de crise au ministère de la Santé entre 2015 et 2017, entretien réalisé le 20 juin 2018 (seul le prononcé fait foi).

Antoine Malet : Que faisiez-vous au ministère de la Santé ?

Olivier Martin : J'étais responsable de la communication de crise auprès du Centre de crise sanitaire. J'étais dans la mission information et communication, rattachée au Directeur général de la Santé. Ma mission était menée en collaboration avec le centre de crise sanitaire, le CORRUSS, qui est en charge de centraliser toutes les alertes sanitaires sur le territoire et d'y apporter une réponse en termes de moyens et de communication. J'étais communicant de crise : j'élaborais des stratégies de communication de crise dédiées au champ sanitaire sur des situations qui peuvent être sensibles. Cela implique une réflexion sur différents sujets et sur plusieurs vecteurs de communication. La Santé est sûrement le ministère le plus exposé à la crise car il y a constamment des situations difficiles. D'abord, il y a des vraies crises à impact sanitaires, des crises « majeures » comme les épidémies (Ebola, grippe, canicule...), qui peuvent intervenir ponctuellement ou revenir chaque année. Ces crises ont un impact réel sur la santé de la population et peuvent être fortement médiatisées. L'objectif principal du ministère de la Santé est alors de protéger la santé des populations en communiquant sur les mesures qu'on met en place et sur les moyens de protéger sa santé. Ensuite il y a des crises qui peuvent s'envenimer d'un point de vue médiatique... Des scandales comme les hormones de croissance, le sang contaminé, la canicule de 2003, le Levothyrox... Le communicant de crise doit donc prendre en compte ces deux dimensions pour élaborer sa stratégie. Pour cela, il n'agit pas que sur un vecteur de communication, mais plusieurs : il travaille sur les relations presse, sur les réseaux sociaux, sur les cibles relais. Toute communication du ministère de la Santé doit être élaborée en lien avec les professionnels de la santé. On s'allie avec certaines associations et certains professionnels pour pouvoir faire passer nos messages. Ainsi, on touche un public plus large.

AM : Quand survient un attentat, comment s'imbrique le ministère de la Santé dans la réponse communicationnelle de l'État ?

OM : Il faut déjà connaître l'organisation de la santé au niveau territorial. Dans chaque région, il existe une Agence régionale de Santé (ARS), qui est en lien avec le centre de crise sanitaire du ministère. En cas d'attentat avec de nombreuses victimes, la Santé va être le deuxième ministère mobilisé après l'Intérieur. C'est l'ARS, en lien avec le ministère de la Santé, qui va s'assurer de la bonne répartition des différentes victimes dans les hôpitaux, s'assurer que ces derniers sont en capacité de recevoir un afflux important de victimes... En situation de crise, le Centre de crise sanitaire est activé sur demande du Directeur général de la Santé et du ministre de la Santé. Les gestionnaires, experts médicaux et communicants du ministère rejoignent alors ce centre pour centraliser les informations remontées par l'ARS. En tant que communicant, la première chose à faire est de consolider de l'info valide et surtout, validée. Ce n'est pas facile dans la mesure où il y a beaucoup d'incertitude, c'est très difficile de centraliser de l'info. La première chose que les médias et la population vont nous demander, c'est le bilan des blessés. Mais c'est très ardu d'arriver à consolider les chiffres en situation de crise. On doit aussi organiser une communication d'attente proactive en situation de crise aiguë sans pour autant dire tout et n'importe quoi face à la pression médiatique. Le 13 novembre, on a attendu 24 heures avant de fournir un bilan des blessés, car on voulait que tout soit consolidé et « nickel ». On a beaucoup tardé et on a subi une pression médiatique conséquente, avec une gestion des relations presse au fil de l'eau et une gestion des réseaux sociaux un peu embryonnaire. Puis il y a eu le 14 juillet et là on a vraiment décidé de communiquer sur un bilan dès les deux premières heures, donc extrêmement rapidement. « *Urgence absolue* » et « *urgence relative* » : c'est la première fois que ces termes médicaux ont été utilisés publiquement. Initialement, c'est de la médecine de guerre. Il faut donc accompagner cela d'un travail pédagogique : expliquer aux gens que c'est une technique de classement des blessés qui n'est valable qu'au moment du tri des victimes sur le lieu de l'attentat. On a ensuite donné des bilans tous les jours, sur le nombre de blessés et de pronostics vitaux engagés.

AM : Tout ça, j'imagine, dans le but d'éviter la propagation de rumeurs et de fausses informations ?

OM : Tout à fait. En revanche, en période d'attentat, le contre-discours au niveau du ministère de la Santé existe très peu, il est plutôt porté au niveau du SIG et du ministère de l'Intérieur. On n'est pas les mieux à même de porter ça en période d'attentat. Quand on communique en période d'attentats, l'objectif pour nous est avant tout d'être très

transparents : quels sont les faits, quelle est la mobilisation des professionnels de santé... C'est très important de montrer toute la mobilisation de l'État en situation de crise. On va expliquer que les hôpitaux ont déclenché les « plans blancs », que tant de professionnels de santé sont mobilisés... On salue également le dévouement de ces derniers car il y a une dimension d'empathie dans la communication de crise. Il y a une nécessité d'avoir de la reconnaissance pour les gens qui sont sur le terrain. Dans un second temps, un peu plus « à froid », on communique sur la prise en charge médico-psychologique. On a affaire à des victimes traumatisées. Ce sont des gens qui sont dans des états d'angoisse, de sidération, qui manifestent des troubles psychiatriques du fait de l'horreur qu'ils ont vécue. Le ministère de la Santé a pour mission d'orienter ces gens au bon endroit. Sont mises en place des Cellules d'urgence médico-psychologiques (CUMP) au niveau local et il faut communiquer dessus pour que les gens traumatisés puissent s'y adresser. On explique également comment ces dispositifs fonctionnent, etc.

AM : A ce titre, le fait de montrer que l'État est présent et fait son travail durant les crises est un élément qui rassure les populations et leur donne un esprit de résilience ?

OM : De toute manière, l'État doit s'exprimer pour maintenir le lien de confiance en période de crise. Une grosse erreur serait qu'il y ait une absence de discours de l'État dans une situation pareille. Dans le champ de la santé, les études d'opinion montrent qu'il y a peu de confiance des citoyens envers l'administration sanitaire. On avait fait un sondage où on avait demandé qui sont les acteurs les plus fiables en période de crise. Les gens ont répondu en premier les professionnels de santé, ensuite les scientifiques et les chercheurs, ensuite les associations et après le ministère de la Santé et ses agences sanitaires. C'est dire le déficit de confiance... Le lien entre la population et l'État est un peu distendu. Donc il faut une parole forte en situation de crise pour ne pas le distendre plus encore.

AM : Mais on pourrait penser que l'expertise du ministère de la Santé fait que sa communication serait mieux reçue en période de crise que celle, par exemple, du ministère de l'Intérieur.

OM : Je ne suis pas tout à fait d'accord. Les gens vont avoir confiance dans l'hôpital et dans les professionnels de santé mais pas forcément dans le ministère. En plus, du fait

des cabinets ministériels, le ministère fait parfois de la communication très politisée, où le ministre est mis en avant. Le ministère de l'Intérieur sera plus écouté sur les problématiques de sécurité. C'est la réponse des hôpitaux en termes de prise en charge des victimes qui est plus à même de restaurer la confiance des citoyens en situation d'attentat que le ministère de la santé.

AM : Le ministère de la Santé, à l'instar du SIG, effectue-t-il un travail spécifique de prévention aux risques ?

OM : Oui. Chaque année on met à jour une cartographie des risques, avec une vision à 360 degrés de tous les risques possibles et imaginables dans le domaine sanitaire. Par exemple, dans le domaine du nucléaire, l'IRSN travaille énormément sur l'acculturation aux risques nucléaires. Comment réagir en cas d'exposition aux radiations, comment organiser le confinement... Cette agence est sous tutelle du ministère de la Santé et travaille avec des experts. On travaille aussi sur le risque biochimique. Suite au Bataclan, on a publié une affiche avec le SIG sur les risques d'attaque avec un gaz toxique.

AM : L'aspect anxiogène peut constituer un frein important quand on traite de sujets liés à la santé...

OM : En effet. C'est un parti pris à avoir. La communication sanitaire dans les pays anglo-saxons n'hésite pas du tout à être anxiogène. Ils ont un discours très réaliste, très froid. En France, on a du mal à parler du risque sanitaire car on ne veut pas angoisser les gens. Pourtant on peut le faire de manière différente, sans être anxiogène.

AM : Le terrorisme tue statistiquement moins que la grippe ou les accidents domestiques. Est-ce que c'est le nombre de victimes qui doit déterminer l'attention que l'on va porter à un sujet ou l'importance qu'y accordent les citoyens ?

OM : La difficulté dans tout ça, c'est que la communication se fait beaucoup aujourd'hui en fonction de la perception de la population et de la médiatisation du risque. Il y a trente ans, tout le monde se fichait de la pollution. Maintenant, le sujet est majeur, ce qui appelle à une vraie réponse en termes de communication. Un autre exemple est celui de la grippe : elle fait 5 à 15 000 morts chaque année en France mais on ne considère

jamais vraiment ça comme une crise sanitaire à part entière. A titre comparatif, le virus Zika a fait un mort en France alors qu'on en a énormément parlé. Les médias répondent aussi à des logiques commerciales et ciblent les sujets qui créent de vraies préoccupations chez les gens. Le terrorisme ça fait peur, c'est de l'irrationnel, de la soudaineté. La grippe c'est récurrent donc ça choque moins, puis on peut mieux se préparer. Il y a eu une évolution de la perception du terrorisme au fil du temps, avec une communication de plus en plus active de la part des autorités. Il suffit de regarder l'attentat récent dans le quartier de l'Opéra : le lendemain, la vie reprenait. Le risque terroriste est un peu rentré dans les mœurs...

AM : Est-ce un succès ou un échec ? Un échec car les gens n'ont plus de compassion ou un succès car l'État a fait prendre conscience aux gens de la permanence de la menace et de la nécessité de tenir bon face à elle ?

OM : Plutôt la deuxième option. Les gens ont intégré cette dimension donc ça veut dire que y a une acculturation aux risques qui s'est faite. Après tout attentat est forcément un échec d'un point de vue sécuritaire...

AM : En termes de santé, il y a eu des campagnes de l'État sur la cigarette, l'alcool, voire la sécurité routière... pour tenter de modifier les attitudes des gens face à ces risques. Est-ce que la communication antiterroriste répond au même schéma ?

OM : C'est un peu difficile. Ce sont deux problématiques très différentes. Sur la santé, on va surtout agir sur des déterminants sociaux. Les causes sont souvent endogènes : il y a des gens qui sont plus exposés au tabac ou à l'alcool, des populations plus vulnérables à certaines problématiques sanitaires... Il y a une vraie réflexion à avoir sur la prévention, hors crise, pour faire changer ces déterminants sociaux. Sur le terrorisme, la cause est plutôt exogène : ça arrive de l'extérieur et les gens n'ont pas forcément à changer leurs habitudes au quotidien... La question c'est de savoir quelles recommandations on peut donner aux gens sur le terrorisme. C'est très difficile de trouver des marges de manœuvre pour communiquer là-dessus. Les gens ne sont pas responsables personnellement de la situation terroriste. Sur le tabac, on leur dit : arrêtez de fumer, c'est une solution qu'on donne. Le terrorisme, c'est autrui qui s'attaque à nous. En communiquant on peut créer un climat de méfiance vis-à-vis de l'autre. C'est

pour ça que cette question est très compliquée : il y a beaucoup d'amalgames qui sont faits. On court le risque de se considérer les uns les autres comme des ennemis.

Annexe 5

Entretien avec Stéphanie Le Gagne, cheffe de l'unité communication de crise au ministère de l'Intérieur, entretien réalisé le 20 juin 2018 (seul le prononcé fait foi).

Antoine Malet : Pouvez-vous me présenter le rôle opérationnel, en termes de communication, du ministère de l'Intérieur en période de crise ?

Stéphanie Le Gagne : En termes purement opérationnels, c'est avant tout de rétablir l'état de droit et la sécurité publique. Le rôle de la communication de crise va être simplement d'accompagner les opérationnels dans leur démarche de mise en sécurité. Les principaux messages diffusés, ce sont des messages de mise à l'abri (secteurs à éviter, mesures de confinement...), les messages comportementaux (ce qu'il faut faire et ne pas faire) et l'amorce de la post-crise. On commence pendant la crise à communiquer des numéros de téléphone pour prendre en charge les impliqués (toute personne se sentant touchée par un événement).

AM : Le ministère de l'Intérieur produit-il en amont des crises des stratégies de prévention des risques ?

SLG : Non, on est plus sur de la gestion opérationnelle en temps réel. L'aspect préventif sera essentiellement l'apanage de la sécurité civile, avec les campagnes sur les gestes qui sauvent et sur les risques. Au niveau local, ce que fait le ministère via les préfetures, c'est s'appuyer sur les collectivités pour cette prévention. Prenons un exemple : une mairie a sur son territoire une usine SEVESO. La mairie a pour obligation de communiquer sur les risques auprès de sa population. Le ministère de l'Intérieur intervient pour aider la mairie à faire de la communication sur le risque. C'est un travail de relais et de conseil.

AM : En temps de crise, montrer que l'État est là et agit rapidement et de manière efficace, ça crée chez les citoyens un sentiment de confiance et peut mener à une sorte de résilience. Qu'est-ce que tu en penses ?

SLG : Les attentats de 2015 ont tout changé. Avant ça, la parole de l'État était très souvent remise en cause : on nous ment, on ne nous dit rien... Avec les attentats, on a

vu que la population faisait beaucoup plus attention à ce que pouvaient dire l'État et les institutions : le regard sur la police et la gendarmerie a changé. Ce sont même devenus des héros après le Bataclan. La résilience dans la population s'est construite avec ça : « il y a une crise, je fais confiance aux forces de l'ordre ». En termes de comportements, j'ai l'impression que la population a appris à se conformer aux directives sur les attentats, ce qui est beaucoup moins vrai en ce qui concerne les catastrophes naturelles.

AM : Mais qu'est-ce qui a modifié cette perception ? Est-ce l'horreur des attentats en elle-même ou bien la manière dont l'État a réagi ?

SLG : Je pense que la population s'est auto-nourrie : elle s'est elle-même construite sa mythologie. Quand on entend les gens raconter leur expérience, on se rend compte qu'ils ont construit leur propre histoire. On le retrouve dans les documentaires : par exemple, celui de Netflix sur les attentats du 13 novembre. La mythologie vient des différents témoignages, des visions des forces de l'ordre. Et c'est vrai que l'État a porté ça et s'appuyé dessus, mais je ne crois toutefois pas qu'il en soit à l'origine.

AM : Donc, ce *storytelling* créé par le citoyen, comment est-il repris par la puissance publique ?

SLG : Quand il y a un événement majeur, la première chose sur laquelle on nous demande de communiquer, c'est sur le nombre de forces engagées. Au fond, les gens s'en fichent du nombre, ils veulent juste savoir que la puissance publique est sur le terrain. Ça peut paraître démesuré : on envoie 350 membres du GIGN se battre contre deux terroristes. Communiquer sur les chiffres n'est pas forcément une bonne solution en soi.

AM : Cela ne mène-t-il pas à une mythification de la figure de l'ennemi ? Certes, ce ne sont que deux terroristes, mais symboliquement c'est beaucoup plus que ça, c'est une idéologie organisée qui souhaite attaquer la France et ses valeurs.

SLG : Au bout d'un moment, quand je réfléchis comme citoyenne, je me retrouve face à une certaine propagande, qui est le propre d'un pays en guerre. On a l'impression que la France est un pays en guerre qui souhaite prouver qu'il est plus puissant que son ennemi. Mais cela crée aussi de la terreur.

AM : A propos des affiches « *Comment réagir en cas d'attaque* » du SIG, il y avait eu un débat en interne sur le fait d'intégrer comme conseil le fait de se battre contre le terroriste. Les Américains, eux, n'hésitent pas.

SLG : On n'est pas dans la même culture. Aux États-Unis, le port d'arme est autorisé. Puis il y a un côté cow-boy, c'est très binaire : il y a un méchant, il faut tuer le méchant. En France, il y a un méchant, il faut sauver les gens. On n'est pas dans la recherche du héros, on est dans la démarche de sauver un maximum de personnes.

AM : Le vrai message à faire passer aux citoyens n'est-il pas finalement, que plus que de se sauver eux, l'important est de sauver les autres ?

SLG : Tout à fait, et c'est ce qui a été fait au lendemain de l'attentat de Nice, avec une grande campagne sur les gestes qui sauvent en lien avec les organismes de sécurité civile et les pompiers. Les gestes qui sauvent vont devenir obligatoires dans les collèges et les lycées : c'est une directive des ministères de l'Intérieur et de l'Éducation nationale. Il avait aussi été question à la même époque de faire entrer la société civile dans les écoles pour faire de la prévention, avec cette idée de réserve citoyenne. Il y a un appui important des réservistes, avec une vraie publicité qui est faite autour de ça aujourd'hui, on n'hésite pas à dire aux jeunes de devenir réservistes pour aider leur carrière. L'éducation populaire passe aussi par là, en donnant envie aux gens de s'engager. Il y a un vrai renouveau de l'engagement porté depuis la présidence de François Hollande.

AM : Est-ce que tu ressens au sein de la population un changement au niveau de cet engagement, de cet amour des forces de l'ordre, depuis trois ans ?

SLG : Les gendarmes ont une excellente cote de popularité : ce sont des militaires, ils représentent la droiture... Chez les policiers, l'image de marque est encore beaucoup attaquée mais ça s'améliore, il y a de moins en moins de critiques sur les réseaux sociaux par exemple. Les écoles nationales de police ne se vident pas : beaucoup de jeunes passent les concours.

AM : Comment s'organise la coordination entre la communication du ministère de l'intérieur et la communication des forces de l'ordre en temps de crise ?

SLG : Quand c'est une crise qui n'impacte que le ministère de l'Intérieur, tout le monde se met sous la bannière centre de crise Beauvau et donc c'est moi qui fait la coordination. Je ne donne pas de directive : je fais de la coordination pour que tout le monde tienne à peu près le même discours. Si la crise demande une coordination interministérielle, on va surtout gérer l'aspect de la stratégie globale mais avec le SIG en appui, qui va nous donner les éléments des autres ministères. La coordination avec le SICOP/SIRPA (communication de la police et des armées), les pompiers et nous se fait vraiment en interne mais je ne peux pas dire aux policiers ou aux pompiers quoi dire : ce n'est pas mon métier. Par contre, ce que je leur dis, c'est : on se coordonne.

AM : Parlons des *fake news* et autres thèses complotistes. Y a-t-il une stratégie élaborée par le ministère de l'Intérieur pour faire pièce à leur circulation en temps de crise ?

SLG : Non. C'est très compliqué d'élaborer une stratégie car chaque événement est différent et parfois, la meilleure réponse à une *fake news*, c'est le silence. Si on y répond, on court le risque de lui donner de l'importance alors qu'on veut la faire taire. Sur l'ouragan Irma, on a eu deux types de *fake news* : des trucs complètement délirants, affirmant que tout cette histoire était un complot, que l'île n'avait pas été rasée... Aucun intérêt de répondre à ça. Par contre, quand il est dit que la sous-préfète s'est sauvée, il faut répondre et on réfléchit à une stratégie de réponse. Sur la rumeur des prisonniers évadés, on a aussi répondu. Parfois, les « twittos » eux-mêmes contredisent les rumeurs en postant des photos et en prouvant que tout cela est faux.

AM : Concernant le ton adopté pour communiquer en cas d'attentat, y a-t-il du côté du MI des projets de communication innovante voire décalée ?

SLG : Deux choses. Déjà, on est l'État donc quoi qu'on fasse on se fera attaquer. Ensuite, parce qu'on veut être innovant on a tendance à vouloir se caler sur ce que fait la société civile, mais avec nos temps de validation et de mise en œuvre on a un an de retard. Les « tutos risques », c'est rigolo, mais c'est en retard vis-à-vis de la tendance. On est l'État donc il faut être ringard, ça fait partie de l'imaginaire collectif. On ne verra jamais un ministre de l'Intérieur en jean et en baskets à la sortie du conseil des ministres : ce n'est pas ce qu'attendent les gens. Il y a certaines plaisanteries qu'on ne peut pas accepter de la part des autorités : on ne peut pas se permettre certaines

blagues. Mais plus on est accusés de ringardise, plus une vidéo va devenir virale et du coup les gens regardent et le message passe quoi qu'il arrive. On s'en fiche que ce soit beau tant qu'on a atteint notre objectif : on se doit d'être efficaces et d'être entendus par les gens. Yann Barthès peut dire que ma vidéo est ratée, tant qu'il la diffuse dans son émission.

AM : Du coup, il y a une marge de manœuvre pour créer et innover...

SLG : Oui, il faut en profiter mais c'est aussi une question de budget. Le SIG, par exemple, pourra beaucoup plus innover et correspondre à la société civile car il est beaucoup plus rattaché au politique : c'est le gouvernement qui parle plus que l'État. Le ministère de l'Intérieur c'est du régalién, c'est la souveraineté de l'État. Mais si tu regardes les pompiers, ils font beaucoup de choses très innovantes à l'échelle de leur territoire. Les gendarmes aussi. Ils sont même parfois dans l'autodérision. Mais ça ne peut pas être porté au niveau national, c'est une question d'émetteur.

AM : Au vu de l'évolution de la perception des gens de la menace terroriste, quel sera selon toi le grand axe de communication à promouvoir à l'avenir ?

SLG : La prévention des risques. En termes d'enjeux de communication, la différence se fera sur l'éducation populaire, c'est-à-dire l'éducation des gens, des enfants, des seniors. Les seniors sont persuadés de savoir mais n'ont pas forcément les réflexes. On a aujourd'hui une communication énormément tournée vers les jeunes et très peu vers les seniors. Soit on continue de sectoriser et on va se retrouver avec une multitude de campagnes sans grand sens soit on trouve une stratégie globale car il y a des enjeux communs. En touchant les enfants et les seniors, on touche la génération intermédiaire, c'est-à-dire les parents.

AM : Il faudrait compléter la communication par une contrainte émanant de l'État qui « forcerait » les citoyens à apprendre les gestes qui sauvent ?

SLG : C'est très compliqué d'imposer quelque chose aux citoyens mais on peut trouver des biais. On peut imposer les gestes qui sauvent à l'examen du permis de conduire. Ça peut aussi être des formations en entreprise. Ce doit être un mouvement ascendant en fait, qui émane de la société civile.

AM : Comment éviter l'écueil de l'anxiogène dans la communication antiterroriste ?

SLG : En termes de stratégie, un mot est souvent utilisé : c'est l'empathie. C'est un moyen d'éviter l'anxiogène. Le ministère de l'Intérieur a lancé les vignettes « Aidez-nous » : on intègre le citoyen dans le processus, on est tous dans le même bateau. La pédagogie et l'accompagnement évitent l'anxiogène. On est anxiogènes quand on donne toutes les infos en même temps : les blessés, les morts, les consignes, les annonces... Le citoyen devient fou. Si tu espaces les annonces, tu évites ça. Il faut séquencer la communication, ce qui n'est pas facile.

AM : Car il y a une tentation de, dès qu'on connaît l'information, l'annoncer aux citoyens...

SLG : Alors que justement, parce qu'on est l'État, on se doit de prendre du recul. On est censés être en haut, pas en bas sur le terrain, dans la prise de décision et pas dans la réaction. L'empathie est plus facile au niveau local : il y a une meilleure connaissance du terrain et une plus grande proximité avec les gens. Au niveau national, on ne s'appuie pas assez sur le terrain, ce qui est dommage.

Annexe 6

Les affiches « Réagir en cas d'attaque terroriste » du SIG

Source : <https://www.gouvernement.fr/reagir-attaque-terroriste>

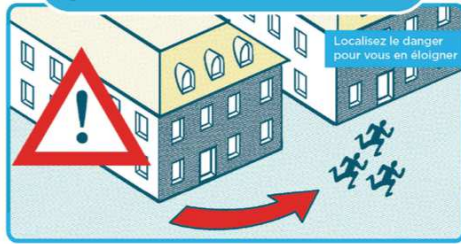
RÉAGIR EN CAS D'ATTAQUE TERRORISTE

AVANT L'ARRIVÉE DES FORCES DE L'ORDRE, CES COMPORTEMENTS PEUVENT VOUS SAUVER

1/ S'ÉCHAPPER

si c'est impossible

2/ SE CACHER



3/ ALERTER

ET OBÉIR AUX FORCES DE L'ORDRE



VIGILANCE

- Témoin d'une situation ou d'un **comportement suspect**, vous devez contacter les forces de l'ordre (17 ou 112)
 - Quand vous entrez dans un lieu, repérez les **sorties de secours**
- Ne diffusez aucune information sur l'intervention des forces de l'ordre
 - Ne diffusez pas de rumeurs ou d'**informations non vérifiées** sur Internet et les réseaux sociaux
 - Sur les réseaux sociaux, **suivez les comptes @Place_Beauvau et @gouvernementfr**



Pour en savoir plus : www.encasdataaqqe.gouv.fr

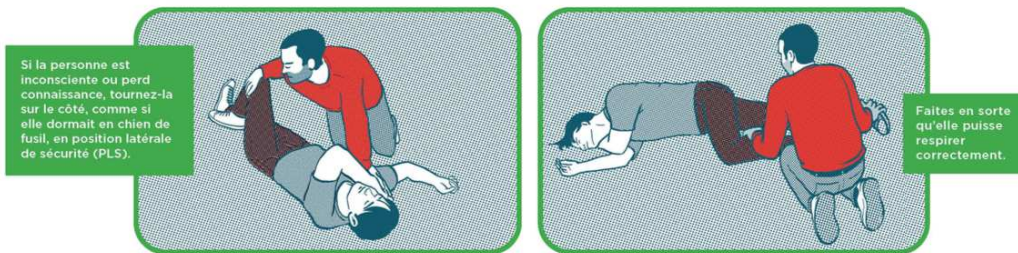


RÉAGIR EN CAS D'ATTAQUE TERRORISTE

AVANT L'ARRIVÉE DES SECOURS, CES COMPORTEMENTS PEUVENT SAUVER DES VIES.

LES GESTES D'URGENCE

SI QUELQU'UN A ÉTÉ BLESSÉ AUTOUR DE VOUS



PUIS APPELEZ LES SECOURS : **15 SAMU** **18 POMPIERS** **112 N° EUROPÉEN** **114**   



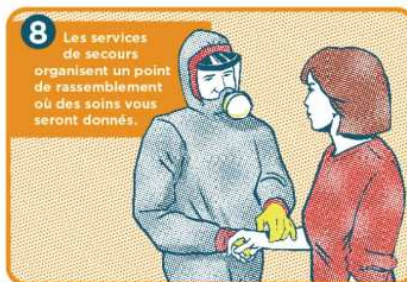
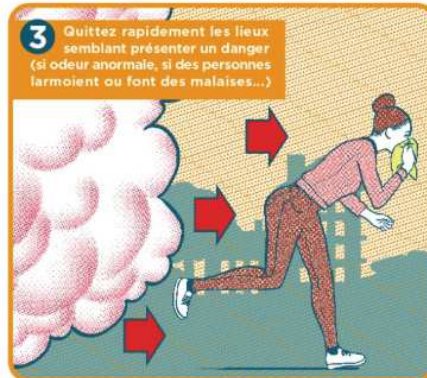
PRÉVENTION

Avant l'arrivée des secours, quelques réflexes peuvent sauver des vies. Formez-vous aux gestes d'urgence. RDV sur <https://www.interieur.gouv.fr/A-votre-service/Ma-securite/Les-gestes-qui-sauvent>



QUE FAIRE EN CAS D'EXPOSITION À UN GAZ TOXIQUE

AVANT L'ARRIVÉE DES SECOURS, CES COMPORTEMENTS PEUVENT VOUS SAUVER LA VIE...



RESTEZ CALME, VOUS FACILITerez L'ORGANISATION DES SECOURS ET DES SOINS.



ATTENTION !

Certains symptômes graves peuvent survenir plusieurs heures après l'intoxication.

Dans ce cas, appelez sans tarder le 15, rappelez que vous étiez dans la zone toxique et suivez les consignes que l'on vous donnera.

Sur les réseaux sociaux, suivez les comptes @Place_Beauvau et @gouvernementfr. Restez à l'écoute des consignes des autorités publiques.



Annexe 7

Discours du Premier ministre Manuel Valls en hommage aux victimes des attentats de janvier 2015

13 janvier 2015, Paris, Assemblée nationale

Source : <https://www.gouvernement.fr/partage/3118-seance-speciale-d-hommage-aux-victimes-des-attentats-allocation-de-manuel-valls-premier-ministre>

« Monsieur le Président,
Mesdames, messieurs les ministres,
Madame, Messieurs les présidents de groupe,
Mesdames, messieurs les députés.

Monsieur le Président, vous l'avez dit, ainsi que chacun des orateurs, avec force et sobriété, en trois jours, oui en trois jours 17 vies ont été emportées par la barbarie.

Les terroristes ont tué, assassiné des journalistes, des policiers, des Français juifs, des salariés. Les terroristes ont tué des personnes connues ou des anonymes, dans leur diversité d'origine, d'opinion et de croyance. Et c'est toute la communauté nationale que l'on a touchée. Oui, c'est la France qu'on a touché au cœur.

Les soutiens, la solidarité, venus du monde entier, de la presse, partout, des citoyens qui ont manifesté dans de nombreuses capitales, des chefs d'État et de gouvernements, tous ces soutiens ne s'y sont pas trompés ; c'est bien l'esprit de la France, sa lumière, son message universel que l'on a voulu abattre. Mais la France est debout. Elle est là, elle est toujours présente.

A la suite des obsèques de ce matin à Jérusalem, de la cérémonie éprouvante, belle, patriotique, à la Préfecture de Police de Paris, en présence du chef de l'État, à quelques heures ou de jours d'obsèques pour chacune des victimes, dans l'intimité familiale, je veux, comme chacun d'entre vous, rendre, à nouveau, l'hommage de la Nation à toutes les victimes. Et la Marseillaise, tout à l'heure, qui a éclaté, dans cet hémicycle, était aussi une magnifique réponse, un magnifique message aux blessés, aux familles qui sont dans une peine immense, inconsolable, à leurs proches, à leurs

confrères, je veux dire à mon tour une nouvelle fois notre compassion et notre soutien.

Le Président de la République l'a dit ce matin avec des mots forts, personnels : « *la France se tient et se tiendra à leurs côtés* ».

Dans l'épreuve, vous l'avez rappelé, notre peuple s'est rassemblé, dès mercredi. Il a marché partout dans la dignité, la fraternité, pour crier son attachement à la liberté, et pour dire un « non » implacable au terrorisme, à l'intolérance, à l'antisémitisme, au racisme. Et aussi au fond, à toute forme de résignation et d'indifférence.

Ces rassemblements, vous le soulignez monsieur le président de l'Assemblée, sont la plus belle des réponses. Dimanche, avec les chefs d'État et de gouvernement étrangers, avec l'ancien président de la République, avec les anciens Premiers ministres, avec les responsables politiques et les forces vives de ce pays, avec le peuple français, nous avons dit – et avec quelle force – notre unité. Et Paris était la capitale universelle de la liberté et de la tolérance.

Le peuple Français, une fois encore, a été à la hauteur de son histoire. Mais, c'est aussi, pour nous tous sur ces bancs, vous l'avez dit, un message de très grande responsabilité. Être à la hauteur de la situation est une exigence immense. Nous devons aux Français d'être vigilants quant aux mots que nous employons et à l'image que nous donnons. Bien sûr la démocratie, que l'on a voulu abattre, ce sont les débats, les confrontations. Ils sont nécessaires, indispensables à sa vitalité, et ils reprendront, c'est normal.

Loin de moi l'idée de déposer, après ces événements, la moindre chape de plomb sur notre débat démocratique, et vous ne le permettrez pas, de toute façon. Mais, mais nous devons être capables, collectivement, de garder les yeux rivés sur l'intérêt général, et d'être à la hauteur, dans une situation qui est déjà difficile, sur le plan économique, parce que notre pays aussi est fracturé depuis longtemps, parce qu'il y a eu des événements graves, on les oublie aujourd'hui, même s'ils n'avaient pas de lien entre eux, qui ont frappé les esprits à la fin de l'année, à Joué-Lès-Tours, à Dijon et à Nantes. Nous devons être à la hauteur de l'attente, de l'exigence du message des Français.

Je veux, Mesdames et Messieurs les députés, en notre nom à tous, saluer – et le mot est faible - le très grand professionnalisme, l'abnégation, la bravoure de toutes nos forces de l'ordre - policiers, gendarmes, unités d'élite.

En trois jours, les forces de sécurité, souvent au péril de leur vie, ont mené un travail remarquable d'investigation, sous l'autorité du parquet antiterroriste, traquant les individus recherchés, travaillant sur les filières, interrogeant les entourages, afin de mettre hors d'état de nuire, le plus vite possible, ces trois terroristes.

Monsieur le ministre de l'Intérieur, cher Bernard CAZENEUVE, je veux vous remercier aussi. Vous avez non seulement trouvé les mots justes, mais j'ai pu le voir à chaque heure, vous étiez concentré sur cet objectif.

Autour du Président de la République, avec vous aussi madame la garde des Sceaux, nous avons été pleinement mobilisés pour faire face à ces moments si difficiles pour la patrie. Et pour prendre les décisions graves qui s'imposaient.

Mesdames, Messieurs les députés, à aucun moment nous ne devons baisser la garde. Et je veux dire, avec gravité, à la représentation nationale et à travers vous à nos concitoyens, que non seulement la menace globale est toujours présente, mais que, liés aux actes de la semaine dernière, des risques sérieux et très élevés demeurent : ceux liés à d'éventuels complices, ou encore ceux émanant de réseaux, de donneurs d'ordres du terrorisme international, de cyberattaques. Les menaces perpétrées à l'encontre de la France en sont malheureusement la preuve.

Je vous dois cette vérité, et nous devons cette vérité aux Français. Pour y faire face, partout sur le territoire, des militaires, des gendarmes, des policiers sont mobilisés. Les renforts de soldats affectés, en tout, près de 10 000 – et je vous en remercie monsieur le ministre de la Défense -, et c'est sans précédent, permettent un niveau d'engagement massif, plus de 122 000 personnels assurent la protection permanente des points sensibles et de l'espace public. Les renforts militaires serviront et servent en priorité à la protection des écoles confessionnelles juives, des synagogues, et de mosquées.

Madame, Messieurs les présidents, après le temps de l'émotion et du recueillement –

et il n'est pas fini – vient le temps de la lucidité et de l'action.

Sommes-nous en guerre ? La question a, en réalité peu d'importance, car les terroristes djihadistes en nous frappant trois jours consécutifs y ont apporté, une nouvelle fois, la plus cruelle des réponses.

Avec détermination, avec sang-froid, la République va apporter la plus forte des réponses au terrorisme, la fermeté implacable dans le respect de ce que nous sommes, un État de droit.

Le gouvernement vient devant vous avec la volonté d'écouter et d'examiner toutes les réponses possibles, techniques, règlementaires, législatives, budgétaires, monsieur le président JACOB. A une situation exceptionnelle doivent répondre des mesures exceptionnelles. Mais je le dis aussi avec la même force : jamais des mesures d'exception qui dérogeraient aux principes du droit et des valeurs.

La meilleure des réponses au terrorisme qui veut précisément briser ce que nous sommes, c'est-à-dire une grande démocratie, c'est le droit, c'est la démocratie, c'est la liberté et c'est le peuple français.

A cette menace terroriste, la République apporte et apportera des réponses sur son sol national. Elle en apportera aussi là où les groupes terroristes s'organisent pour nous attaquer, pour nous menacer, nos intérêts comme nos concitoyens.

C'est pour cela que le président de la République a décidé d'engager nos forces au Mali, un 11 janvier. Le 11 janvier 2013, jour où d'ailleurs tombait notre premier soldat dans ce conflit, Damien BOITEUX. Et d'ailleurs la même nuit, monsieur le ministre de la Défense, trois membres de nos services tombaient en Somalie.

Le président de la République a décidé cet engagement pour venir en aide à un pays ami, le Mali, menacé de désintégration par des groupes terroristes ; le Mali, pays musulman.

Le président de la République a décidé de renforcer notre présence aux côtés de nos

alliés africains avec l'opération Barkhane. C'est un gros effort qu'assume la France, au nom notamment de l'Europe et de ses intérêts stratégiques. Un effort coûteux. La solidarité de l'Europe elle doit être dans la rue, elle doit être aussi dans les budgets à nos côtés. Un effort impérieux. Et quelle belle image de voir dimanche dernier, coude à coude le chef de l'État, des chefs de gouvernement, le président de la République et le Président malien, Ibrahim Boubacar KEÏTA. Là aussi c'était la meilleure des réponses pour dire que nous ne menons pas une guerre de religion, mais que nous menons, oui, un combat pour la tolérance, la laïcité, la démocratie, la liberté et les États souverains, ce que les peuples doivent se choisir.

Oui, nous nous battons ensemble et nous continuons de nous battre sans relâche.

C'est cette même volonté, curieuse concordance liée au calendrier, que nous exprimerons tout à l'heure en votant le prolongement de l'engagement de nos forces en Irak. C'est là aussi notre riposte claire et ferme, je m'exprimerai ici même dans un instant, le ministre des Affaires étrangères le fera au Sénat. C'est là aussi notre riposte contre le terrorisme, et nous devons avoir pour nos soldats engagés, sur les théâtres d'opération extérieurs, à des milliers de kilomètres d'ici, un profond respect et une grande gratitude.

La menace est aussi intérieure. Je l'ai également rappelé souvent à cette tribune.

Et face à la tragédie qui vient de se dérouler, s'interroger est toujours légitime et nécessaire. Nous devons apporter des réponses aux victimes, à leurs familles, aux parlementaires, aux Français. Il faut le faire avec détermination, sérénité, sans jamais céder à la précipitation. Et je ferai mienne la formule du président LEROUX : « *il n'y a pas de leçon à donner, il n'y a que des leçons à tirer* ».

Le Parlement a déjà voté deux lois anti terroristes encore il y a quelques semaines à une très large majorité, les décrets d'application sont en cours de publication. Le Parlement s'est déjà saisi des questions relatives aux filières djihadistes.

Ici-même, à l'Assemblée nationale, le 3 décembre dernier, vous avez créé une commission d'enquête sur la surveillance des filières et des individus djihadistes. Le président, Monsieur Éric CIOTTI, travaille étroitement avec le rapporteur, Monsieur

Patrick MENNUCCI.

Au Sénat, depuis le mois d'octobre, il existe une commission d'enquête sur l'organisation et les moyens de la lutte contre les réseaux djihadistes en France et en Europe. Plusieurs membres du gouvernement ont déjà été auditionnés. Les travaux doivent se poursuivre et je sais que le ministre de l'Intérieur est particulièrement attentif à ces travaux. Il a d'ailleurs déjà rencontré hier les groupes et les parlementaires qui travaillent sur ces questions.

Le gouvernement, monsieur le président de l'Assemblée nationale, Madame, Messieurs les présidents de groupe, est à la disposition du Parlement. Sur tous ces sujets, ou sur d'autres que nous avons déjà examinés, et je pense à la question épineuse particulièrement complexe, mais qu'il faut traiter encore avec plus de détermination, qui est celle des trafics d'armes dans nos quartiers.

Je tiens à saluer, là aussi, le travail de nos services de renseignement : DGSI, DGSE, Service du renseignement territorial. A saluer aussi la justice antiterroriste. La tâche de ces femmes, de ces hommes est par essence discrète et immensément délicate. Ils font face à un défi sans précédent, à un phénomène protéiforme, mouvant qui se dissimule aussi ; et parce qu'ils savent travailler ensemble ils obtiennent des résultats.

A cinq reprises, en deux ans, ils ont permis de neutraliser des groupes terroristes susceptibles de passer à l'acte.

En France, comme dans l'ensemble des pays européens, les personnes qui se reconnaissent dans le djihadisme international ont fortement augmenté en 2014. Dès l'examen de la loi antiterroriste, en décembre 2012, j'ai dit qu'il y avait en France des dizaines de MERAH potentiels. Le temps a confirmé, dramatiquement et implacablement, ce diagnostic.

Sans renforcement très significatif des moyens humains et matériels, les services de renseignement intérieur pourraient se trouver débordés. On dépasse désormais 1 250 individus pour les seules filières irako-syriennes. Sans jamais négliger les autres théâtres d'opération, les autres menaces, celles des autres groupes terroristes au Sahel, au Yémen, dans la corne de l'Afrique, et dans la zone afghano-pakistanaise.

Nous affecterons donc les moyens nécessaires pour tenir compte de cette nouvelle donne. En matière de sécurité, les moyens humains sont en effet essentiels. Nous l'avons mis en pratique depuis 2012. En 2013, sur la base des enseignements des tueries de Montauban et de Toulouse et des propositions formulées par la mission URVOAS-VERCHERE, une profonde réforme de nos services de renseignement a été accomplie avec la transformation de la Direction centrale du Renseignement intérieur en Direction générale de la Sécurité intérieure. La création de 432 emplois à la DGSI a été programmée. Ils doivent permettre de renforcer les compétences et de diversifier les recrutements : informaticiens, analystes, chercheurs ou interprètes. 130 sont déjà pourvus. Nous avons aussi amélioré la coopération entre les services intérieurs et extérieurs et également renforcé, même s'il faut encore faire davantage, nos échanges avec les services étrangers, à la suite de l'initiative que j'ai pu prendre il y a deux ans avec les ministres européens et notamment avec la ministre belge, Joëlle MILQUET puisque son pays est également confronté à ce problème-là. Initiative que Bernard CAZENEUVE a prolongée encore avec la réunion de nombreux ministres de l'Intérieur Place Beauvau. Mais il faut aller plus loin, et j'ai demandé au ministre de l'Intérieur de m'adresser dans les huit jours des propositions de renforcement. Elles devront notamment concerner Internet et les réseaux sociaux qui sont plus que jamais utilisés pour l'embrigadement, la mise en contact, et l'acquisition de techniques permettant de passer à l'acte.

Nous sommes aussi l'une des dernières démocraties occidentales à ne pas disposer d'un cadre légal cohérent pour l'action des services de renseignement. Ce qui pose un double problème. Un travail important a été fourni par la mission d'information sur l'évaluation du cadre juridique des services de renseignement, présidée par Jean-Jacques URVOAS en 2013. Un prochain projet de loi quasiment prêt visera à donner aux services tous les moyens juridiques pour accomplir leurs missions, tout en respectant les grands principes républicains de protection des libertés publiques et individuelles, ce texte de loi qui sera sans aucun doute enrichi par vos travaux doit être, c'est ma conviction, adopté le plus rapidement possible.

Au cours de l'année, nous lancerons également la surveillance des déplacements aériens des personnes suspectes d'activités criminelles. C'est le système PNR. La plateforme de contrôle française sera opérationnelle dès septembre 2015. Il reste à

mettre en place un dispositif similaire au niveau européen. J'appelle de manière solennelle ici dans cette enceinte le Parlement européen à prendre enfin toute la mesure de ces enjeux, et de voter, comme nous le lui demandons depuis deux ans avec l'ensemble des gouvernements, à adopter ce dispositif qui est indispensable : nous ne pouvons plus perdre de temps !

Mesdames et Messieurs, les phénomènes de radicalisation sont présents sur l'ensemble du territoire. Il faut donc agir partout. Le plan d'action adopté en avril dernier a permis de renouveler l'approche administrative et préventive. La plateforme de signalement est particulièrement sollicitée par les familles. Elle a permis d'éviter de nombreux départs.

Les préfets, en lien avec les collectivités territoriales qui doivent être associées à ces démarches, mettent progressivement en place des dispositifs de suivi et de réinsertion des personnes radicalisées. Là encore, j'ai demandé au ministre de l'Intérieur en lien avec d'autres membres du gouvernement concerné par ces sujets de m'indiquer les moyens nécessaires pour amplifier ces actions.

Les phénomènes de radicalisation se développent, nous le savons, vous l'avez dit, en prison. Ce n'est pas nouveau ! L'administration pénitentiaire renforce d'ailleurs l'action de ses services de renseignement en lien étroit avec le ministère de l'Intérieur. Il faut, là aussi, accroître nos efforts. Dans nos prisons, des imams, comme des aumôniers de tous les cultes interviennent. C'est normal ! Mais il faut un cadre clair à cette d'intervention. Il nous faut aussi parvenir à une réelle professionnalisation. Enfin, avant la fin de l'année, sur la base de l'expérience menée depuis cet automne à la prison de Fresnes, la surveillance des détenus considérés comme radicalisés sera organisée dans des quartiers spécifiques créés au sein d'établissements pénitentiaires.

Une formation de haut niveau sera dispensée aussi aux services de la protection judiciaire de la jeunesse. Comprendre le parcours de radicalisation d'un jeune est toujours complexe. Nous savons la facilité avec laquelle certains jeunes délinquants de droit commun basculent dans des processus de radicalisation et le passage de la délinquance de droit commun à la radicalisation et au terrorisme est un phénomène que nous avons décrit à maintes reprises ici dans les travaux de l'Assemblée nationale. Mais nous devons savoir prendre les mesures adaptées qui s'imposent. Il

faut, certes, accompagner, aider, suivre de nombreux mineurs menacés par cette radicalisation. Il faut aussi prendre acte de la nécessité de créer, au sein de la direction de la PJJ, une unité de renseignement, à l'instar de ce qui est fait dans l'administration pénitentiaire. Pour tous ces axes de travail, mais aussi pour répondre aux besoins du parquet anti-terroriste, j'ai demandé à la Garde des Sceaux de me faire des propositions également dans les jours qui viennent.

Mesdames et Messieurs, la lutte contre le terrorisme demande une vigilance de chaque instant. Nous devons pouvoir connaître en permanence l'ensemble des terroristes condamnés, connaître leur lieu de vie, contrôler leur présence ou leur absence.

J'ai demandé aux ministres de l'Intérieur et de la Justice d'étudier les conditions juridiques de mise en place d'un nouveau fichier. Il obligera les personnes condamnées à des faits de terrorisme ou ayant intégré des groupes de combat terroristes à déclarer leur domicile et à se soumettre à des obligations de contrôle. De telles dispositions existent déjà pour d'autres formes de délinquance à risque élevé de récidive. Nous devons l'appliquer en matière d'engagement terroriste, toujours sous le contrôle strict du juge.

Mesdames et Messieurs, toutes ces propositions – et il y en aura d'autres, je n'en doute pas et n'en doutez pas – avant leur mise en œuvre et application, feront l'objet d'une consultation ou d'une présentation au Parlement au-delà bien sûr des textes législatifs.

Mesdames et Messieurs les députés, les épreuves tragiques que nous venons de traverser nous marquent, marquent notre pays et marquent notre conscience. Mais nous devons être capables de poser rapidement à chaque fois un diagnostic lucide aussi sur l'état de notre société, sur ses urgences. Ce sont des débats que nous aurons l'occasion évidemment de mener.

Je vais en dire quelques mots, en m'excusant de prendre plus de temps que nécessaire à ce qui était prévu.

Le premier sujet qu'il faut aborder clairement, c'est la lutte contre l'antisémitisme.

L'histoire nous l'a montré, le réveil de l'antisémitisme, c'est le symptôme d'une crise de la démocratie, d'une crise de la République. C'est pour cela qu'il faut y répondre avec force. Après Ilan HALIMI, en 2006, après les crimes de Toulouse, les actes antisémites connaissent en France une progression insupportable. Il y a les paroles, les insultes, les gestes, les attaques ignobles, comme à Créteil il y a quelques semaines qui, je l'ai rappelé ici dans cet hémicycle, n'ont pas soulevé l'indignation qui était attendue par nos compatriotes juifs dans le pays. Il y a cette inquiétude immense, cette peur que nous avons les uns et les autres sentie, palpée samedi dans la foule devant cet HYPER CACHER porte de Vincennes ou à la synagogue de la Victoire dimanche soir. Comment accepter qu'en France, terre d'émancipation des juifs, il y a deux siècles, mais qui fut aussi, il y a 70 ans, l'une des terres de son martyre, comment peut-on accepter que l'on puisse entendre dans nos rues crier « mort aux juifs » ? Comment peut-on accepter les actes que je viens de rappeler ? Comment peut-on accepter que des Français soient assassinés par ce qu'ils sont juifs ? Comment peut-on accepter que des compatriotes ou qu'un citoyen tunisien, que son père avait envoyé en France pour qu'il soit protégé alors qu'il va acheter son pain pour le Shabbat, meurt parce qu'il est juif ? Ce n'est pas acceptable et à la communauté nationale qui peut-être n'a pas suffisamment réagi, à nos compatriotes français juifs, je leur dis que cette fois-ci, nous ne pouvons pas l'accepter, que nous devons là aussi nous rebeller et en posant le vrai diagnostic. Il y a un antisémitisme que l'on dit historique remontant du fond des siècles mais il y a surtout ce nouvel antisémitisme qui est né dans nos quartiers, sur fond d'Internet, de paraboles, de misère, sur fond des détestations de l'État d'Israël, et qui prône la haine du juif et de tous les juifs. Il faut le dire, il faut poser les mots pour combattre cet antisémitisme inacceptable !

Et comme j'ai eu l'occasion de le dire, comme la ministre Ségolène ROYAL l'a dit ce matin à Jérusalem, comme Claude LANZMANN l'a écrit dans une magnifique tribune dans Le Monde, oui, disons-le à la face du monde : sans les juifs de France, la France ne serait plus la France. Et ce message, c'est à nous tous de le clamer haut et fort. Nous ne l'avons pas dit ! Nous ne nous sommes pas assez indignés ! Et comment accepter que, dans certains établissements, collèges ou lycées, on ne puisse pas enseigner ce qu'est la Shoah ? Comment on peut accepter qu'un gamin de 7 ou 8 ans dise à son enseignant quand il lui pose la question « quel est ton ennemi ? » et qu'il lui répond « c'est le juif » ? Quand on s'attaque aux juifs de France, on s'attaque à la

France et on s'attaque à la conscience universelle, ne l'oublions jamais !

Et quelle terrible coïncidence, quel affront que de voir un récidiviste de la haine tenir son spectacle dans des salles bondées au moment même où, samedi soir, la Nation, Porte de Vincennes, se recueillait. Ne laissons jamais passer ces faits et que la justice soit implacable à l'égard de ces prédicateurs de la haine ! Je le dis avec force ici à la tribune de l'Assemblée nationale !

Et allons jusqu'au bout du débat. Allons jusqu'au bout du débat, Mesdames et Messieurs les députés, quand quelqu'un s'interroge, un jeune, un citoyen ou un jeune, et qu'il vient me dire à moi ou à la ministre de l'Éducation nationale « mais je ne comprends pas, cet humoriste, lui, vous voulez le faire taire et les journalistes de Charlie Hebdo, vous les montez au pinacle » mais il y a une différence fondamentale et c'est cette bataille que nous devons gagner, celle de la pédagogie auprès de notre jeunesse, il y a une différence fondamentale entre la liberté d'impertinence – le blasphème n'est pas dans notre droit, il ne le sera jamais – il y a une différence fondamentale entre cette liberté et l'antisémitisme, le racisme, l'apologie du terrorisme, le négationnisme qui sont des délits, qui sont de crimes et que la justice devra sans doute punir avec encore plus de sévérité.

L'autre urgence, c'est de protéger nos compatriotes musulmans. Ils sont, eux aussi, inquiets. Des actes antimusulmans inadmissibles, intolérables, se sont à nouveau produits ces derniers jours. Là aussi, s'attaquer à une mosquée, à une église, à un lieu de culte, profaner un cimetière, c'est une offense à nos valeurs. Et le préfet LATRON a en charge à la demande du ministre de l'Intérieur en lien avec tous les préfets de faire en sorte que la protection de tous les lieux de culte soit assurée. L'Islam est la deuxième religion de France. Elle a toute sa place en France. Et notre défi, pas en France, mais dans le monde, c'est de faire cette démonstration : la République, la laïcité, l'égalité hommes / femmes sont compatibles avec toutes les religions sur le sol national qui acceptent les principes et les valeurs de la République. Mais cette République doit faire preuve de la plus grande fermeté, de la plus grande intransigeance, face à ceux qui tentent, au nom de l'Islam, d'imposer une chape de plomb sur des quartiers, de faire régner leur ordre sur fond de trafics et sur fond de radicalisme religieux, un ordre dans lequel l'homme domine la femme, où la foi, oui madame la présidente POMPILI, vous avez eu raison de le rappeler, l'emporterait sur

la raison.

J'avais ici, devant cette Assemblée, il y a quelques mois, évoqué les insuffisances et les échecs de trente ans de politique d'intégration. Mais, en effet, quand de vrais ghettos urbains se forment, où l'on n'est plus qu'entre soi, où l'on ne prône que le repli, que la mise en congé de la société, où l'État n'est plus présent, comment aller vers la République, saisir cette main fraternelle qu'elle tend ?

Et surtout, comment tirer un trait catégorique sur cette frontière trop souvent ténue qui fait que l'on peut basculer - pas d'angélisme, regardons les faits en face - dans nos quartiers, de l'Islam tolérant, universel, bienveillant vers le conservatisme, vers l'obscurantisme, l'islamisme, et pire la tentation du djihad et du passage à l'acte.

Ce débat, il n'est pas entre l'Islam et la société. C'est bien un débat au sein même de l'Islam, que l'Islam de France doit mener en son sein, en s'appuyant sur les responsables religieux, sur les intellectuels, sur les Musulmans qui nous disent depuis plusieurs jours qu'ils ont peur. Je l'ai déjà rappelé, comme vous tous j'ai des amis français, de confession et de culture musulmane. L'un de mes plus proches amis m'a dit l'autre jour, il avait les yeux plein de larmes et de tristesse, qu'il avait honte d'être musulman. Eh bien moi je ne veux plus que dans notre pays il y ait des Juifs qui puissent avoir peur. Et je ne veux pas qu'il y ait des Musulmans qui aient honte parce que la République elle est fraternelle, elle est généreuse, elle est là pour accueillir chacun.

Enfin, enfin, la réponse aux urgences de notre société elle doit forte, sans hésitations : la République et ses valeurs. Et ce sont mes derniers mots.

Les valeurs ce sont en premier lieu la laïcité qui est gage d'unité et de tolérance.

La laïcité, elle s'apprend bien sûr à l'école, qui en est un des bastions. C'est là, peu importe les croyances, les origines, que tous les enfants de la République ont accès à l'éducation, au savoir, à la connaissance.

J'étais, ce matin avec la ministre de l'Éducation nationale, Najat VALLAUD-BELKACEM, devant les recteurs de France. Et je leur ai adressé un message de

mobilisation totale. Un message d'exigence. Un message qui doit répercuter à tous les niveaux de l'éducation nationale, autour du seul enjeu qui importe : la laïcité ! La laïcité ! La laïcité, parce que c'est le cœur de la République et donc de l'école.

La République n'est pas possible sans l'école, et l'école n'est pas possible sans la République. Et on a laissé passer trop de choses, je le disais il y a un instant, dans l'école.

La laïcité, oui la laïcité, la possibilité de croire, de ne pas croire. L'éducation a des valeurs fondamentales, doit plus que jamais - c'est aussi cette réponse - être le combat de la France face à l'attaque que nous avons connue. Et arborons fièrement ce principe puisqu'on nous attaque à cause de la laïcité, à cause des lois que nous avons votées ici interdisant les signes religieux à l'école prohibant le voile intégral, revendiquons-les, parce que c'est ça qui doit nous aider à être encore davantage plus forts.

Cette France qui s'est retrouvée dans l'épreuve, ce moment où le monde entier est venu à elle, car le monde sait lui aussi la grandeur de la France et ce qu'elle incarne d'universel.

La France c'est l'esprit des lumières. La France c'est l'élément démocratique, la France c'est la République chevillée au corps. La France c'est une liberté farouche. La France c'est la conquête de l'égalité. La France c'est une soif de fraternité. Et la France c'est aussi ce mélange si singulier de dignité, d'insolence, et d'élégance. Rester fidèle à l'esprit du 11 janvier 2015 c'est donc être habité par ses valeurs.

Rester fidèle à l'esprit du 11 janvier 2015 c'est apporter les réponses aux questions que se posent les Français. Rester fidèle à l'esprit du 11 janvier 2015 c'est comprendre que le monde a changé, qu'il y aura un avant et un après. Et au nom même de nos valeurs, apporter la riposte avec toute la détermination nécessaire : fermeté, unité, sont les termes qui ont été encore utilisés par le président de la République ce matin.

Nous allons entretenir, je l'espère, comme un feu ardent, cet état d'esprit et nous appuyer sur la force de son message d'unité. Et en revendiquant fièrement ce que nous sommes. En le faisant, en nous rappelant sans cesse de nos héros, ceux qui

sont tombés, ces 17, la semaine dernière.

En nous souvenant toujours de ces héros que sont les forces de l'ordre.

Avec beaucoup d'émotion nous l'avons encore ressenti ce matin, vous étiez nombreux sur tous les bancs, dans la cour de la préfecture de police de Paris. C'est ça aussi la France. Il y avait trois couleurs. Trois couleurs de ces trois policiers, ces deux policiers nationaux et cette policière municipale. Elle représentait, ils représentaient la diversité des parcours et des origines. Trois couleurs différentes. Trois parcours, mais trois Français. Trois serviteurs de l'État. Et devant les cercueils, aux côtés de leurs familles, il n'y avait que trois couleurs, celles du drapeau national. C'est au fond ça le plus beau message.

Je vous avais dit, ici, au mois d'avril ma fierté, comme chacun d'entre vous, d'être français. Il y a quelque chose qui nous a tous renforcé, après ces événements, et après les marches de cette fin de semaine.

Je crois que nous le sentons tous, c'est plus que jamais la fierté d'être français. Ne l'oublions jamais ! »

Annexe 8

Discours du président de la République Emmanuel Macron en hommage au lieutenant-colonel Arnaud Beltrame

28 mars 2018, Paris, Les Invalides

Source : <https://en-marche.fr/articles/discours/discours-du-president-de-la-republique-en-hommage-au-lieutenant-colonel-arnaud-beltrame>

« Messieurs les Présidents,
Monsieur le Premier ministre,
Madame et Messieurs les Premiers ministres,
Mesdames et Messieurs les Ministres,
Mesdames et Messieurs les Parlementaires,
Mesdames et Messieurs les Officiers généraux,
Mesdames et Messieurs les Officiers, Sous-officiers, Gendarmes adjoints volontaires d'active ou de réserve, personnels civils de la Gendarmerie nationale,
Chère Madame BELTRAME,
Chère Madame NICOLIC-BELTRAME,
Chères familles,
Mesdames et messieurs,

Il était environ onze heures ce vendredi 23 mars 2018, lorsque le lieutenant-colonel Arnaud BELTRAME s'est présenté avec ses hommes devant la grande surface de Trèbes dans l'Aude.

Un quart d'heure seulement leur avait suffi pour être sur les lieux.

Que savait-il à ce moment-là du terroriste qui s'y était retranché ?

Il savait qu'il avait un peu plus tôt tué le passager d'un véhicule, Jean-Michel MAZIERES, et grièvement blessé son conducteur Renato GOMES DA SILVA.

Qu'il avait fait feu sur des CRS aux abords de leur caserne et blessé l'un d'entre eux à l'épaule, le brigadier Frédéric POIROT.

Que dans ce commerce où il s'était retranché il avait abattu deux hommes à bout portant : Hervé SOSNA, un client, et Christian MEDVES, le chef boucher.

Nous pensons en cet instant à ces blessés, à ces morts, nos morts, et à leurs familles dans le recueillement.

Il savait aussi que le terroriste détenait une employée en otage. Qu'il se réclamait de cette hydre islamiste qui avait tant meurtri notre pays. Qu'averse de néant ce meurtrier cherchait la mort. Cherchait sa mort. Cette mort que d'autres avant lui avaient trouvée. Une mort qu'ils croyaient glorieuse, mais qui était abjecte : une mort qui serait pour longtemps la honte de sa famille, la honte des siens et de nombre de ses coreligionnaires ; une mort lâche, obtenue par l'assassinat d'innocents.

L'employée prise en otage était de ces innocents.

Pour le terroriste qui la tenait sous la menace de son arme, sa vie ne comptait pas, pas plus que celle des autres victimes.

Son sort sans doute allait être le même.

Mais cette vie comptait pour Arnaud BELTRAME. Elle comptait même plus que tout car elle était comme toute vie la source de sa vocation de servir.

Accepter de mourir pour que vivent des innocents, tel est le cœur de l'engagement du soldat. Être prêt à donner sa vie parce que rien n'est plus important que la vie d'un concitoyen, tel est le ressort intime de cette transcendance qui le portait. Là était cette grandeur qui a sidéré la France.

Le lieutenant-colonel BELTRAME avait démontré par son parcours exceptionnel que cette grandeur coulait dans ses veines. Elle irradiait de sa personne. Elle lui valait l'estime de ses chefs, l'amitié de ses collègues et l'admiration de ses hommes.

A cet instant toutefois d'autres, même parmi les braves, auraient peut-être transigé ou hésité. Mais le lieutenant-colonel BELTRAME s'est trouvé face à la part la plus profonde et peut-être la plus mystérieuse de son engagement.

Il a pris une décision qui n'était pas seulement celle du sacrifice, mais celle d'abord de la fidélité à soi-même, de la fidélité à ses valeurs, de la fidélité à tout ce qu'il avait toujours été et voulu être, à tout ce qui le tenait.

Ce choix lui ressemblait tellement que sa mère apprenant qu'un gendarme accomplissait ce geste a instinctivement, presque charnellement reconnu son fils. Elle a su que c'était lui avant même de savoir.

Lucide, déterminé, le lieutenant-colonel BELTRAME a pris auprès du terroriste la place de l'otage.

Il était un peu moins de midi.

Un soldat aussi aguerri, gendarme d'élite, cité au combat en Irak, sentait sûrement qu'il avait rendez-vous avec la mort ; mais il avait rendez-vous avant tout et plus encore avec sa vérité d'homme, de soldat, de chef. Ce fut la source de son immense courage : pour ne pas manquer aux autres, il faut ne pas se manquer à soi-même. Le lieutenant-colonel BELTRAME a fait ce choix parce qu'il se serait éternellement reproché de ne pas l'avoir fait.

Je sais ce que peuvent ressentir ceux qui étaient à ses côtés ce jour-là. Ils revoient s'écouler lentement les minutes qui ont conduit à cette décision, ils revoient le lieutenant-colonel BELTRAME déposer son arme, lever les bras et s'avancer, seul, vers le terroriste. Ils savent désormais que tout s'est joué là. Ils savent aussi qu'il n'aurait laissé sa place à personne car l'exemple vient du chef, et l'exemplarité était pour lui comme pour chacun d'entre vous une vertu cardinale.

Au cœur de tout vrai courage se trouve une grande force morale. Elle ne se discute pas, elle pousse à agir. Avant même ce 23 mars, le lieutenant-colonel BELTRAME était de ces fils que la France s'honore de compter dans ses rangs. L'hommage que la patrie lui rend en ce jour, nous le rendons aussi aux actions remarquables qui avaient jalonné sa carrière, comme elles jalonnent la vie de tant de ses camarades au sein de nos armées.

Dès sa sortie de l'école Saint-Cyr, il avait choisi la gendarmerie. Il en avait fait sa seconde famille, parce qu'elle était proche de la vie de ses concitoyens, et qu'elle exigeait de lui, chaque jour, l'excellence.

Une gendarmerie qui paie chaque année son tribut à la sécurité et à la protection des Français. Une gendarmerie qui, cette fois encore, s'est illustrée par sa maîtrise et sa force.

Et je rends ici hommage aux forces de gendarmerie de l'Aude, à leur chef, le colonel Sébastien GAY, au chef du GIGN de l'antenne de Toulouse et à ses hommes, dont deux ont été blessés en menant l'assaut. Tous sont durement éprouvés par la perte de leur camarade.

Je sais, et les Français savent qu'ils ont tout fait pour que le pire n'advienne pas, comme leurs camarades de la police et du renseignement et de tous les services de la préfecture.

Les Français n'oublient pas non plus le tribut payé par toutes nos forces de sécurité sur le sol national, et par nos armées sur les théâtres extérieurs. Tous ont droit à notre respect inconditionnel.

Et tous – je le sais – partagent la certitude profonde qui animait le lieutenant-colonel BELTRAME : celle que son destin ne lui appartenait pas tout à fait, qu'il avait partie liée avec quelque chose de plus élevé que lui-même. Car il était un engagé, et il avait juré de faire corps avec un idéal plus grand et plus haut.

Et cet idéal, c'était le service de la France.

Dès que nous eûmes appris son geste, à l'issue incertaine, nous tous, Français, avons tremblé d'un frisson singulier.

L'un d'entre nous venait de se dresser.

Droit, lucide, et brave, il faisait face à l'agression islamiste, face à la haine, face à la folie meurtrière, et avec lui surgissait du cœur du pays l'esprit français de résistance, par la bravoure d'un seul entraînant la Nation à sa suite.

Cette détermination inflexible face au nihilisme barbare convoqua aussitôt dans nos mémoires les hautes figures de Jean Moulin, de Pierre Brossolette, des Martyrs du Vercors et des combattants du maquis. Soudain se levèrent obscurément dans l'esprit de tous les Français, les ombres chevaleresques des cavaliers de Reims et de Patay, des héros anonymes de Verdun et des Justes, des compagnons de Jeanne et de ceux

de Kieffer - enfin, de toutes ces femmes et de tous ces hommes qui, un jour, avaient décidé que la France, la liberté française, la fraternité française ne survivraient qu'au prix de leur vie, et que cela en valait la peine.

Car l'intolérable, jamais ne peut l'emporter.

Le camp de la liberté, celui de la France, est confronté aujourd'hui à un obscurantisme barbare, qui n'a pour programme que l'élimination de nos libertés et de nos solidarités. Les atours religieux dont il se pare ne sont que le dévoiement de toute spiritualité, et la négation même de l'esprit. Car il nie la valeur que nous donnons à la vie. Valeur niée par le terroriste de Trèbes. Valeur niée par le meurtrier de Mireille KNOLL, qui a assassiné une femme innocente et vulnérable parce qu'elle était juive, et qui ainsi a profané nos valeurs sacrées et notre mémoire.

Non, ce ne sont pas seulement les organisations terroristes, les armées de Daesh, les imams de haine et de mort que nous combattons. Ce que nous combattons, c'est aussi cet islamisme souterrain, qui progresse par les réseaux sociaux, qui accomplit son œuvre de manière invisible, qui agit clandestinement, sur des esprits faibles ou instables, trahissant ceux-là mêmes dont il se réclame, qui, sur notre sol, endoctrine par proximité et corrompt au quotidien. C'est un ennemi insidieux, qui exige de chaque citoyen, de chacun d'entre nous, un regain de vigilance et de civisme.

Il s'agit là, et depuis plusieurs années, d'une nouvelle épreuve.

Mais notre peuple en a surmonté beaucoup d'autres. C'est pourquoi il surmontera celle-ci aussi, sans faiblesse, et sans emportement, avec lucidité et avec méthode. Nous l'emporterons grâce au calme et à la résilience des Français ; peuple rompu aux morsures de l'histoire, patient dans le combat, confiant dans le triomphe ultime du droit et de la justice, comme si souvent l'a montré notre longue et belle histoire.

Nous l'emporterons par la cohésion d'une Nation rassemblée.

Pendant ces heures interminables, s'achevant par la mort du terroriste et le transfert du lieutenant-colonel vers l'hôpital de Carcassonne, dans la salle de commandement du ministère de l'Intérieur, nous avons tous espéré.

Chef des armées, j'ai moi aussi, ô combien, espéré. Le petit matin, hélas, nous a porté la nouvelle de sa mort comme un coup au cœur.

Pourtant, malgré la tristesse, malgré le sentiment d'injustice, la lueur qu'il a allumée en nous ne s'est pas éteinte, elle s'est au contraire propagée.

Alors que le nom de son assassin déjà sombrait dans l'oubli, le nom d'Arnaud BELTRAME devenait celui de l'héroïsme français, porteur de cet esprit de résistance qui est l'affirmation suprême de ce que nous sommes, de ce pour quoi la France toujours s'est battue, de Jeanne d'Arc au Général De Gaulle : son indépendance, sa liberté, son esprit de tolérance et de paix contre toutes les hégémonies, tous les fanatismes, tous les totalitarismes.

Puisse son engagement nourrir la vocation de toute notre jeunesse, éveiller ce désir de servir à son tour cette France pour laquelle un de ses meilleurs enfants, après tant d'autres, vient de donner héroïquement sa vie, clamant à la face des assoupis, des sceptiques, des pessimistes :

Oui, la France mérite qu'on lui donne le meilleur de soi.

Oui, l'engagement de servir et de protéger peut aller jusqu'au sacrifice suprême.

Oui, cela a du sens, et donne sens à notre vie.

Et je dis à cette jeunesse de France, qui cherche sa voie et sa place, qui redoute l'avenir, et se désespère de trouver en notre temps de quoi rassasier la faim d'absolu, qui est celle de toute jeunesse : l'absolu est là, devant nous.

Mais il n'est pas dans les errances fanatiques, où veulent vous entraîner des adeptes du néant, il n'est pas dans le relativisme morne que certains autres proposent. Il est dans le service, dans le don de soi, dans le secours porté aux autres, dans l'engagement pour autrui, qui rend utile, qui rend meilleur, qui fait grandir et avancer.

Telle est la voie montrée par Arnaud BELTRAME.

Cet engagement, je le retrouve chez nos militaires, nos pompiers, nos policiers, nos personnels soignants, nos professeurs, tous nos fonctionnaires engagés partout sur le terrain. Chaque étincelle en est précieuse en notre pays.

En sauvant cette jeune femme, le lieutenant-colonel Arnaud BELTRAME a conjuré l'esprit de renoncement et d'indifférence qui parfois menace. Il a montré que le socle vivant de la République, c'est la force d'âme.

Je le dis à son épouse, à sa mère, à ses frères, la leçon qu'il nous a offerte est, je le sais, d'un prix inacceptable, même si c'est le prix que chaque soldat est prêt à payer.

La gratitude de la patrie et les honneurs rendus ne vous ramèneront pas l'être que vous aimiez tant et dont toute la France a découvert ces derniers jours, le goût du bonheur, l'amour qu'il portait à sa famille, le sens de l'amitié. Ce héros était un homme avec son histoire, ses liens, ses sentiments, ses questionnements et lui-même avait ses héros, qui étaient les grands soldats français.

Arnaud BELTRAME rejoint aujourd'hui le cortège valeureux des héros qu'il chérissait.

Il vivra en vous, par vous, dans votre souvenir, dans vos prières ; mais ce que nous vous devons, c'est qu'il ne soit pas mort en vain, que sa leçon demeure gravée dans le cœur des Français.

Sa mémoire vivra. Son exemple demeurera. J'y veillerai ; je vous le promets.

Votre sacrifice, Arnaud BELTRAME, nous oblige.

Il nous élève. Il dit comme aucun autre ce qu'est la France, ce qu'elle ne doit jamais cesser d'être et qu'elle ne cessera jamais d'être tant que des femmes et des hommes décideront de la servir avec le courage, le sens de l'honneur, l'amour de la patrie que vous avez démontré.

A ces mots, vous avez donné l'épaisseur de votre vie et les traits de votre visage.

Au moment du dernier adieu, je vous apporte la reconnaissance, l'admiration et l'affection de la Nation toute entière.

Je vous fais Commandeur de la légion d'honneur.

Et je vous nomme colonel de gendarmerie.

Vive la République. Vive la France.

Résumé

Ce travail a vocation à présenter les stratégies mises en œuvre par la communication gouvernementale française depuis 2015 pour protéger et mobiliser la population contre la menace terroriste. Cela passe par la constitution d'une attitude résiliente et volontariste face à un ennemi commun souhaitant attaquer l'intégrité et les valeurs de la société.

Ainsi, les attitudes de la population vis-à-vis de la menace terroriste constituent un enjeu de taille pour la stabilité et le bien-être du corps social. Influencer sur ces attitudes par le biais de la communication doit permettre, à terme, aux citoyens d'être mieux armés face aux risques.

Mots-clés

- Communication gouvernementale
- Communication publique
- Communication institutionnelle
- Communication politique
- Attitudes
- Terrorisme
- Résilience