



**HAL**  
open science

# Défense d'entrer, permis de visiter : le cas des visites de centrales nucléaires du groupe EDF

Camille Meunier-Sirven

► **To cite this version:**

Camille Meunier-Sirven. Défense d'entrer, permis de visiter : le cas des visites de centrales nucléaires du groupe EDF. Sciences de l'information et de la communication. 2021. dumas-03684464

**HAL Id: dumas-03684464**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03684464>**

Submitted on 1 Jun 2022

**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

## Mémoire de Master 2

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Entreprises et institutions

Option : Entreprises, institutions et corporate

### Défense d'entrer, permis de visiter

Le cas des visites de centrales nucléaires du groupe EDF

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

Tuteur universitaire : Jérémy Lucas-Boursier

Nom, prénom : MEUNIER-SIRVEN Camille

Promotion : 2020-2021

Soutenu le : 02/12/2021

Mention du mémoire : Très bien

« Une centrale nucléaire s'efforce de s'insérer au mieux dans le paysage préexistant, c'est-à-dire de parvenir après sa réalisation à un état du paysage, à un nouvel état qui soit accepté par les hommes qui habitent ou visitent le lieu. »

Claude Parent, 2005

## Remerciements

Je tenais tout d'abord à remercier Arnaud Tagger, Anne-Cécile Lafourcade et Didier Witkowski pour leur soutien dans l'élaboration de mon sujet de mémoire et leur accueil bienveillant dans le cadre de mon stage de fin d'études.

Je remercie Jeremy Lucas-Boursier et Camille Rondot pour leur accompagnement précieux tout au long de ce travail.

Je remercie également Virginie Servajean, chargée de projet valorisation du patrimoine et pédagogie scientifique chez EDF, pour son aide et sa disponibilité, ainsi que Xavier Layrac, délégué concertation et réputation chez EDF, et Isabelle Paillard, cheffe de projet valorisation du patrimoine industriel, pour avoir accepté de répondre à mes questionnements.

Je remercie Julia Dumont, chargée de communication à la centrale de Paluel, Sandra Bernon, responsable communication à la centrale de Saint-Alban et Aurore Bacquenois, cheffe de mission communication à la centrale de Saint-Laurent-des-Eaux pour nos échanges enrichissants sur leurs missions et les caractéristiques des métiers de la communication en centrale nucléaire.

Je remercie également Paul-Emmanuel Schoeller, directeur de la communication nucléaire et thermique du groupe EDF, pour m'avoir apporté son expertise et ses conseils pointus sur la communication nucléaire.

Je remercie également les équipes de la centrale nucléaire de Dampierre-en-Burly pour leur accueil et leur disponibilité.

Je remercie Juliette Charbonneaux et Alexandra Tanniou pour leur soutien tout au long de cette année 2020-2021.

Je remercie Isabelle Legrand et Frédéric Huynh Bach Sac pour m'avoir permis d'achever ce travail de longue haleine dans des conditions sereines.

Enfin, je tiens à remercier mes camarades de promotion devenues mes amies : Églantine Charpentier, Chloé Brosse, Coraline Boucher et Elise Decoster, sans qui cette année de cours en distanciel n'aurait pas été la même.

Je remercie Alexandre Whitmore pour sa contribution.

## Table des matières

<b>Introduction</b>	<b>5</b>
<b>Partie 1 : Le nucléaire, une industrie dite à risque qui implique un besoin d'acceptabilité</b>	<b>10</b>
I. Le nucléaire, un secteur industriel dit à risque	10
a) <i>Le progrès technique, une pluralité de représentations caractéristiques de son ambivalence</i>	11
b) <i>Les déterminants du risque nucléaire : du risque perçu au risque réel</i>	13
II. Les imaginaires du nucléaire : un champ sémio-discursif au service des représentations	16
a) <i>La sémantique du nucléaire : technicité et destruction au service de l'opacité du discours</i>	17
b) <i>La représentation de l'accident nucléaire dans la culture populaire : de la tragédie à la fascination</i>	20
III. L'acceptabilité nucléaire	22
a) <i>L'acceptabilité sociale, dépasser le phénomène NIMBY</i>	23
b) <i>La confiance comme socle fondamental de l'acceptabilité</i>	25
Conclusion partielle	27
<b>Partie 2 : Créer du lien avec son territoire pour mieux s'y intégrer</b>	<b>28</b>
I. Les mécanismes communicationnels en jeu dans les visites de centrales nucléaires	28
a) <i>Faire des visites un accès privilégié au lieu de production nucléaire</i>	28
b) <i>S'ancrer dans le quotidien du territoire : la communication de proximité</i>	30
II. Favoriser l'accès à l'information : des clés de lecture pour appréhender un domaine complexe	33
a) <i>La pédagogie : renforcer l'accessibilité d'un sujet d'expertise scientifique</i>	34
b) <i>La transparence : vers la centrale nucléaire comme espace public</i>	37
III. Un parcours de visite ancré dans le territoire	39
a) <i>Des parties prenantes territoriales, des cibles différentes qui nécessitent d'adapter le discours</i>	40
b) <i>L'ancrage territorial : intégrer le territoire dans le parcours de visite</i>	43
Conclusion partielle	45
<b>Partie 3 : Les visites de centrales nucléaires, un enjeu d'image pour EDF</b>	<b>46</b>
I. Une mise en récit de l'entreprise	46
a) <i>La visite industrielle, ou l'entrée dans un lieu de production symbolique</i>	47
b) <i>Une incarnation du savoir-faire : la construction de la légitimité</i>	49
II. Au-delà de la visite, la fabrique d'une expérience au service de l'image du groupe EDF	51
a) <i>L'expérience de visite, entre énonciation et subjectivité du discours</i>	52
b) <i>Les visites de centrales nucléaires comme arguments au service de la réputation de l'énergie nucléaire</i>	56
III. La communication par la preuve pour faire adhérer	59
a) <i>Les relais d'opinion, des vecteurs d'influence privilégiés</i>	59
b) <i>De visiteurs à ambassadeurs</i>	62
Conclusion partielle	64

<b>Conclusion</b>	<b>65</b>
<b>Bibliographie</b>	<b>70</b>
<b>Entretiens</b>	<b>74</b>
<b>Annexes</b>	<b>82</b>

## Introduction

« Dans ce lieu habité et en activité, le visiteur pénètre avec le statut d'hôte. Lui donner à comprendre, à voir, c'est lui demander de participer à l'activité même de l'entreprise, alors que jusque là il était spectateur distancié de l'activité, n'ayant accès qu'au résultat final de la production. ». Patrice de la Broise, dans *Accueillir du public dans l'entreprise en activité*.

Le tourisme industriel se caractérise par sa diversité sémantique : tantôt visite d'entreprise en activité, tourisme de découverte économique ou encore tourisme scientifique, il désigne surtout le tourisme dont l'intérêt porte sur l'activité industrielle et artisanale, telles que des usines de production. L'association de deux termes à première vue antinomiques, dont le premier fait référence au loisir et le second au labeur, est née en France avec l'industrialisation. Dès le XIX<sup>ème</sup> siècle, des manufactures et fabriques ouvraient leurs portes au public afin de valoriser leur savoir-faire et leur technologie. Nous pouvons considérer que c'est à partir de 1980, que la visite d'entreprise se développe véritablement. Cinq ans plus tard, est créée l'association « Une France à découvrir » par le Ministère du Tourisme avec pour objectif d'augmenter le nombre de visiteurs et visiteuses dans les entreprises françaises et valoriser ainsi le patrimoine industriel national. Agroalimentaire, énergie et environnement, industrie, transport, artisanat...pléthore de secteurs ouvrent les portes de leurs usines au public. En 2012, est créée l'association nationale de la visite d'entreprise, Entreprise et Découverte, par Cécile Pierre et Anne Aubineau, membres de l'ADEVE (Agence de Développement de la Visite d'Entreprise). À travers son site internet [www.entrepriseetdecouverte.fr](http://www.entrepriseetdecouverte.fr), l'association rend visible et accessible la visite d'entreprise en recensant l'ensemble des sites ouverts au public par région, secteur, thème et date. En collaboration avec le Ministère de la Culture, le Ministère de l'Économie et des Finances et le Ministère de l'Europe et des Affaires Étrangères, Entreprise et Découverte travaille avec près de 2000 entreprises, au service de la valorisation de l'industrie et de l'économie française. L'intérêt des français et des françaises pour l'industrie est croissant et divers événements mettant en lumière l'industrie, voient le jour : L'Usine Extraordinaire au Grand Palais, ayant pour objectif de « retisser les liens entre la société et l'industrie » ou encore La Semaine de l'Industrie, portée par le Ministère de l'Éducation Nationale, de la Jeunesse et des Sports, visant à promouvoir les métiers de l'industrie auprès des étudiants et étudiantes.

Électricité de France (EDF), entreprise française de production et de fourniture d'électricité créée en 1946 a très rapidement compris l'intérêt que pouvait représenter le tourisme industriel, faisant d'elle l'entreprise pionnière de la visite d'entreprise. Dès les années 1950, EDF organise la visite de ses

chantiers d'installations hydroélectriques afin de répondre aux questions des riverains et des riveraines, faire preuve de transparence et de favoriser ainsi l'acceptabilité des sites sur les territoires. Les visites s'étendent ensuite aux centrales thermiques à flamme dans les années 60, puis aux centrales nucléaires. La Direction de l'Aménagement d'EDF décide alors d'ouvrir les portes du chantier de la première centrale nucléaire, la centrale de Chinon. Chaque dimanche des visiteurs et visiteuses curieux de ce nouveau site industriel visitent le site par bus, accompagnés.es d'agents EDF à la retraite. Cet intérêt du public pour les nouvelles installations industrielles est hérité de la période des Trente Glorieuses et de la fascination pour les objets de technique. Du côté d'EDF, l'objectif derrière l'ouverture au public du chantier est de démystifier et démocratiser le nucléaire civil, et marquer la différence avec son homologue militaire. La centrale nucléaire de Chinon devient un véritable marqueur de prouesse du nucléaire civil. En 1971, à l'occasion des 25 ans de la création de l'entreprise sont organisées de nombreuses visites de site, conférences et interventions dans les écoles, l'opportunité pour EDF de se présente comme « une entreprise sympathique et le produit électricité comme un produit moderne indispensable, et habituer ainsi le public à prévoir dans son budget une part de ses ressources pour l'énergie<sup>1</sup>. ». L'entreprise cristallise ainsi son image d'entreprise de service public mais également de modernité technique en ouvrant ses sites industriels au public.

Dès les années 70, EDF comprend les intérêts que représentent l'ouverture de ses sites. Dans un document d'archive d'EDF datant de 1972 et émanant de la Direction de l'Équipement « L'implantation des centrales thermiques classiques ou nucléaire en bordure de mer », l'entreprise s'exprime en ces termes : « La centrale dont la visite est possible devient souvent un lieu d'attraction des populations avoisinantes ou des touristes soucieux de se renseigner sur ses conditions de fonctionnement et d'enrichir leurs connaissances ». En 1974, en parallèle de la décision du gouvernement d'accélérer le programme nucléaire français, EDF lance l'opération architecture, notamment dans le but de créer un « langage spécifique de l'architecture du nucléaire ». Claude Parent est l'architecte chargé d'animer le collège des architectes du nucléaire afin d'établir une identité architecture propre aux centrales nucléaires, leur permettant d'être identifiables et reconnaissables de loin. Dans un entretien avec Yves Bouvier, « Architecture et paysage du nucléaire : la centrale crée le site », celui-ci explique : « En 1974, quand j'ai commencé à travailler à EDF, la communication au sujet des centrales était rudimentaire, du genre « *je suis EDF, je vais vous faire une centrale et ce n'est pas dangereux* ». Mais la peur du nucléaire étant apparue, il y avait une forme de contestation. J'ai alors suggéré de montrer ce que nous faisons et d'expliquer notre doctrine de ne pas abîmer les sites, de prendre un ensemble de précautions quant à

---

<sup>1</sup> Archives EDF, « Le bilan du 25ème anniversaire d'Électricité de France et le programme d'action de relation publique pour 1972 », CA du 24 mars 1972, p.3



la doctrine architecturale, de traiter l'environnement avec un paysagiste, de ne pas mettre les terres (sur un chantier, on sort plusieurs millions de mètre cube de terre) hors du site et de les employer sur place. Pour chaque site, nous avons des dessins et des maquettes de site à montrer. A ce moment là, EDF a décidé de faire un petit observatoire de la centrale, sur un petit terrain qui dominait le site. Un petit bâtiment était construit pour y accueillir le public<sup>2</sup>. ». La visite de centrale nucléaire a vite été un véritable vecteur de fierté pour l'entreprise, un moyen de partager le savoir-faire de ses experts et expertes : « Les ingénieurs et les dirigeants étaient heureux de ce qu'ils faisaient et ils voulaient faire partager ce bonheur. Ils voulaient que les centrales se visitent, deviennent presque des sites touristiques, c'est pourquoi ils avaient fait les belvédères, les maquettes de site... A Chinon par exemple, il y avait des cheminements de site où les visiteurs étaient pratiquement libres à certaines heures. ». Le plan d'architecture des centrales nucléaires qu'il a imaginé vaut aujourd'hui à Claude Parent d'être surnommé « l'architecte du nucléaire ». Un plan en trois parties pour symboliser, au pied des colossales tours de refroidissement, les trois éléments de la production nucléaire : le réacteur dans un gros cylindre, la turbine et l'alternateur dans le même bâtiment.

Dans les années 1975 et face à une montée de la méfiance à l'égard du nucléaire, EDF, soucieuse de son image et de sa réputation, lance une enquête à destination des français et des françaises visant à recueillir leur opinion sur le nucléaire. Celle-ci montre que seuls.es 18% des répondants et des répondantes s'estiment informés.es sur les centrales nucléaires. À l'image des États-Unis, de la Suisse ou de l'Allemagne, la France voit naître un nombre croissant de mouvements anti-nucléaires. Jean-Claude Lebreton, chargé à cette époque d'identifier les territoires d'implantation pour les centrales nucléaires françaises, affirme : « Vis-à-vis des problèmes d'opinion publique, EDF n'a qu'une solution : ouvrir tous ses dossiers et dire la vérité<sup>3</sup>. ». Les centrales nucléaires en service ou en construction accueillent de plus en plus de visites. Ce ne sont plus les agents EDF à la retraite qui encadrent les visites du public mais des hôtesse.s, recrutées par tests et entretiens spécialement pour animer les visites de centrales nucléaires. Elles suivent un stage animé par les ingénieurs de la centrale et deviennent ensuite de véritables guides touristiques en transmettant leurs connaissances au public. Dans un article accordé au Point « Visiter Saint-Laurent-des-Eaux » en 1975, la direction des sites stipulent que les centrales nucléaires dans le Val de Loire concurrencent désormais même les châteaux de la Loire.

---

<sup>2</sup> « Architecture et paysage du nucléaire : La centrale crée le site », *Annales historiques de l'électricité*, vol. 3, no. 1, 2005, pp. 7-17.

<sup>3</sup> Entretien de Jean-Claude Lebreton, « Réaction des populations proches des sites possibles de centrales nucléaires », Archives EDF, mars 1976

Aujourd'hui, les visites des sites industriels EDF recensent environ 425 000 visiteurs et visiteuses par an<sup>4</sup> et 10,6 millions déclarent avoir déjà visité au moins un site de production industriel d'EDF<sup>5</sup>. Les animations proposées ont évolué mais les objectifs restent semblables à ce qu'ils étaient dans les années 70 : produire de l'acceptabilité et renforcer l'image du groupe EDF. Le Pôle Patrimoine et Pédagogie Scientifique, rattaché à la Direction de la Communication Groupe, chargé des visites des sites industriels du groupe, vise à sublimer le patrimoine industriel d'EDF.

Selon le dictionnaire Larousse, les **centrales nucléaires** sont des usines de production d'électricité. Ce sont des centrales thermiques dont la source de chaleur est l'énergie dégagée par la fission d'un matériau nucléaire, le combustible. Cette chaleur est transformée en énergie mécanique, puis électrique.

L'**acceptabilité** est définie par le dictionnaire Larousse comme le caractère de quelque chose qui est plus ou moins tolérable. Dans le contexte des centrales nucléaires, l'acceptabilité fait référence à la tolérance plus ou moins élevée des riverains et des riveraines vis-à-vis des installations sur le territoire dans lequel ils et elles habitent.

L'**image** au sens de l'image de marque est définie par Thierry Libaert comme la composition de perceptions, croyances, impressions, d'un individu ou d'un groupe à propos d'une entreprise.

Dans le cadre de ce travail de mémoire, nous nous proposerons de répondre à la problématique suivante : **Dans quelle mesure les visites de centrales nucléaires constituent-elles des leviers d'acceptabilité sociale au service de l'image du groupe EDF ?**

Pour répondre à cette problématique, nous érigons les trois hypothèses suivantes, auxquelles nous nous proposerons de répondre tout au long de ce travail :

1. Les centrales nucléaires, de par le risque objectif qu'elles représentent et les imaginaires qui y sont associés, nécessitent de produire de l'acceptabilité pour être pleinement insérées sur le territoire dans lequel elles s'intègrent (Partie 1).
2. L'acceptabilité s'inscrit dans une communication de proximité voulue par l'entreprise, permettant d'insérer les centrales nucléaires sur le territoire (Partie 2).
3. Les visites de centrales nucléaires permettent de renforcer l'image positive du groupe EDF et sont des leviers stratégiques au service de sa réputation (Partie 3).

---

<sup>4</sup> Chiffres de l'année 2019

<sup>5</sup> Baromètre acte EDF juillet 2020

Dans le cadre de ce mémoire, nous nous intéresserons uniquement à la visite des centrales nucléaires françaises d'EDF. Pour des raisons évidentes de vérifiabilité, ce travail aura été complété par la visite de la centrale nucléaire de Dampierre-en-Burly. Nous avons ainsi adopté la méthodologie de l'observation participante qui nous a permis une immersion afin de recueillir l'information la plus fidèle possible à la réalité dans le but d'étayer notre propos. En devenant visiteuse et donc partie prenante à part entière de la visite de centrale nucléaire, nous avons pu observer et analyser les mécanismes communicationnels en jeu lors des visites de centrales nucléaires du groupe EDF. Dans le cadre de cette visite de centrale nucléaire, nous avons également pu échanger avec des membres du public mais aussi une riveraine de centrale nucléaire, nous ayant permis de faire émerger quelques éléments de langage.

Ce mémoire s'appuiera sur un corpus constitué d'ouvrages et d'articles universitaires issus des sciences sociales et des sciences de l'information et de la communication. Nous nous appuierons également sur une analyse sémio-discursive des campagnes de communication d'EDF à l'occasion des Journées du Patrimoine, le dossier de presse d'Odysselec, les comptes Twitter de certaines centrales nucléaires, la brochure des programmes de la centrale nucléaire de Paluel et la campagne « Chic ! Il pleut » de la centrale nucléaire de Paluel. Nous analyserons également le champ lexical de l'accident nucléaire notamment à travers la sémantique qui encadre l'accident de Tchernobyl. Nous analyserons également des titres de presse lié à la sortie de la série Chernobyl.

Il convient toutefois de préciser que cette analyse se fait à partir d'un échantillon ayant permis de constituer un corpus d'analyse mais n'est pas exhaustif. Les posts Twitter mentionnés ont été sélectionnés en essayant néanmoins de croiser les différentes centrales nucléaires du groupe EDF.

Dans le cadre de notre recherche, nous nous appuierons également sur les prises de parole de Sandra Bernon (responsable communication à la centrale de Saint-Alban), Julia Dumont (chargée de communication à la centrale de Paluel), Aurore Bacquenois (responsable communication de la centrale de Saint-Laurent-des-Eaux) et Paul-Emmanuel Schoeller (directeur de la communication nucléaire et thermique du groupe EDF).

Ce mémoire fait le choix de faire usage de l'écriture inclusive. Effectivement, le nucléaire est un domaine dans lequel la mixité est un enjeu important : en 2018, Women In Nuclear comptait seulement 24% de femmes dans la filière nucléaire. Parce que les femmes sont sous représentées dans les métiers du nucléaire, nous souhaitons dans ce mémoire les représenter de manière égalitaire vis-à-vis des hommes, et nous positionner en faveur d'une évolution des mentalités.

## **Partie 1 : Le nucléaire, une industrie dite à risque qui implique un besoin d'acceptabilité**

Les premières découvertes scientifiques ayant permis l'émergence du nucléaire remontent à 1896. Henri Becquerel, chercheur français et membre de l'Académie des Sciences, travaille alors sur la fluorescence des sels d'uranium et avance l'hypothèse de l'émission d'un rayonnement qu'il nomme « rayons uraniques ». Un an plus tard, Marie Sklodowska, que l'on connaîtra plus tard sous le nom de Marie Curie, analyse ce phénomène « radioactivité » dans le cadre de sa thèse à la Sorbonne. Aidée de son époux, Pierre Curie, elle marque l'émergence d'une nouvelle découverte scientifique. Par la suite, nombreuses et nombreux scientifiques étudient le phénomène de radioactivité et le modèle de l'atome, menant progressivement à la découverte de la fission<sup>6</sup> et permettant de mettre en évidence l'énergie qui en est issue. La découverte de cette nouvelle forme de production d'électricité s'accompagne du développement de son versant militaire : la bombe atomique. Le 2 août 1939, Albert Einstein, dans une lettre à destination du Président des États-Unis écrit « Ce fait nouveau pourrait aussi conduire à la réalisation de bombes et l'on peut concevoir que des bombes d'un genre nouveau et d'une extrême puissance pourraient être construites. ». Si il est important de dissocier nucléaire civil et nucléaire militaire, ce rappel historique est toutefois fondamental car le recours au nucléaire civil, dans des pays comme l'URSS, la Grande Bretagne ou encore les États-Unis, a surtout hérité du nucléaire militaire, perçu comme un moyen de mettre fin à la Seconde Guerre Mondiale. En France, l'histoire du nucléaire s'écrit quelque peu différemment. Le 18 octobre 1945, le Général de Gaulle appelle à la création du Commissariat à l'Énergie Atomique (CEA) dans le but « la France puisse tenir sa place dans les domaines des recherches concernant l'énergie atomique ». À des fins militaires ou à des fins civiles, cela n'est pas explicite mais les études sur la bombe atomique ne semblent pas être la priorité au moment de la création du CEA. C'est ainsi que Pierre Ailleret, directeur des études et de la recherche d'EDF, décide d'explorer l'option nucléaire et suggère de récupérer l'énergie produite par le premier prototype de réacteur plutonigène G1<sup>7</sup> alors en projet : c'est le début du nucléaire civil en France. L'utilisation du nucléaire civil devient alors la promesse d'une nouvelle source d'énergie, à la fois bon marché et inépuisable. Le nucléaire devient un symbole de progrès scientifique et technique.

### **I. Le nucléaire, un secteur industriel dit à risque**

---

<sup>6</sup> Phénomène engendré par l'absorption d'un neutron par un noyau d'uranium qui conduit à la rupture de l'atome d'uranium en deux atomes plus petits.

<sup>7</sup> Premier réacteur militaire construit en 1955 à l'initiative du CEA

« Tous les Hommes ont peur. Tous. Celui qui n'a pas peur n'est pas normal. Cela n'a rien à voir avec le courage » - Sartre, *Le Sursis*.

À l'image d'autres secteurs industriels comme le chemin de fer, les révolutions industrielles et techniques telles que le nucléaire se sont accompagnées d'anti-discours, forgés notamment par la peur et le risque. Des écrits qui invitaient à nuancer les bénéfices du progrès technique sont apparus dès le siècle des Lumières, permettant de mieux cerner sur quoi repose la perception du risque nucléaire. Selon le dictionnaire Larousse, le risque peut être défini comme un danger, inconvénient plus ou moins probable auquel on est exposé.

a) Le progrès technique, une pluralité de représentations caractéristiques de son ambivalence

Pour comprendre la notion de progrès technique et son lien avec les représentations du nucléaire, il convient d'en définir les termes. Selon le dictionnaire Larousse de la langue française, la notion de progrès renvoie à une évolution, au fait d'aller à un degré supérieur en marquant une étape vers une amélioration. Il y a donc dans le progrès l'idée de rendre *meilleur* l'existant, d'avancer vers quelque chose de mieux, notion fondatrice du siècle des Lumières. Rousseau définit le progrès comme une « perfectibilité » ou encore une faculté de se perfectionner. La technique, elle, a trait aux applications de la connaissance scientifique<sup>8</sup>. À l'image d'un écrit de Jules Verne, le progrès technique constituait donc l'ensemble des inventions permettant de dépasser les limites de l'Homme et le rendre plus performant. René Descartes<sup>9</sup> considère, dans son Discours de la méthode que la technique permet à l'Homme d'exploiter les forces de la Nature et de le rendre ainsi « comme maître et possesseur de la Nature ». Henri Bergson<sup>10</sup>, lui, parle d'*Homo Faber* pour illustrer la capacité de l'Homme à faire usage de son intelligence pour fabriquer des outils qui ont ensuite vocation à améliorer son confort et ses capacités. La Révolution Industrielle peut être considérée comme l'âge d'or de la technique, ayant permis de transformer nos sociétés artisanales en sociétés industrielles. Si la technique a indéniablement permis des avancées considérables dans l'histoire de l'humanité, son ambivalence a été rapidement soulignée par les philosophes. Platon, dans le mythe de Prométhée, souligne ce fait dès l'Antiquité. Prométhée dérobe le savoir technique et le feu aux Dieux pour en faire don aux Hommes afin de palier le dénuement humain face aux animaux. Néanmoins, l'acquisition de la technique ne suffit pas à les rendre plus forts que les animaux car il leur manque l'union et la socialisation leur permettant de tirer profit collectivement des apports de la techniques et en faire des forces. Finalement, quand Descartes considérait la connaissance

---

<sup>8</sup> Selon le dictionnaire Larousse de la langue française

<sup>9</sup> Mathématicien, physicien et philosophe français du 17ème siècle

<sup>10</sup> Philosophe français du 19ème et 20ème siècle

technique comme un moyen de rendre les Hommes « comme maîtres et possesseurs de la Nature », cela semblait davantage être de l'ordre de l'utopie soulignée ici par la conjonction de subordination « comme », questionnant ainsi la véritable aptitude à contrôler la Nature. Les Hommes cherchent ici à ressembler à cette notion de maîtres et possesseurs de la Nature, à s'en rapprocher mais ce n'est pas leur essence. C'est ici que les notions de contrôle et de responsabilité prennent tout leur sens. En effet, Martin Heidegger voit en la modernité et le progrès technique une ambiguïté incarnée par le fait que la technique serait loin d'être neutre : il parle même de « dogme fallacieux de la neutralité de la technique », et pense la technique comme une dépossession de l'humain de la maîtrise initiale de celle-ci. En d'autres termes, la technique ne serait plus seulement un outil exploité par l'Homme pour répondre à ses désirs et besoins, mais pourrait effectivement échapper à son contrôle. On pourrait voir en le poème de l'Apprenti Sorcier de Goethe une métaphore de la problématique du contrôle entre technique et Homme. Un apprenti sorcier décide d'animer un balai afin de lui faire accomplir une tâche à sa place : remplir une bassine d'eau à partir de seaux. Une fois la bassine remplie, le balai ne s'arrête plus de fonctionner et met en péril la tâche qui avait été assignée à l'apprenti sorcier et ce dernier est incapable de reprendre le contrôle sur le balai. Plus d'un siècle plus tard, Hans Jonas théorise le principe de responsabilité dans lequel il propose de penser le progrès technique avec précaution, au risque que celui-ci prenne le contrôle sur l'Homme. Selon lui, l'Homme développe des techniques qu'il ne maîtrise pas véritablement et se retrouve en position de faiblesse face à la puissance de ces techniques.

Ce principe de responsabilité prend tout son sens au regard des accidents nucléaires qui ont ponctué l'histoire du nucléaire des deux derniers siècles : Three Mile Island (1979), Tchernobyl (1986) et Fukushima (2011). Ces trois accidents nucléaires apparaissent symptomatiques de cette ambivalence que représente la technique, entre progrès et difficulté de contrôle. Lors de l'accident Tchernobyl, les opérateurs ne pouvaient pas imaginer que le coeur du réacteur avait explosé. Nous sommes ici face à une illustration des différentes théories techno-sceptiques voire technophobes qui cherchent à mettre en lumière le danger potentiel que représente la technique et qui ne peut pas être perpétuellement sous le contrôle total de l'Homme. Il semblerait finalement que le progrès technique fasse face à une érosion de sa perception positive, visant à le considérer dans son entièreté et non comme un ensemble. Selon Yves Bréchet dans *La perception du progrès scientifique et technique : l'énergie nucléaire comme révélateur*, « Notre époque voit une amplification du rejet du progrès technique, avec une crise structurelle qui succède aux Trente Glorieuses et conduit à un rejet de la société de consommation ». Selon lui, l'énergie nucléaire cristallise la méfiance à l'égard du progrès technique en l'érigant au statut de rejet. Ce rejet lui vaut une place spécifique dans le spectre des débats sur les énergies, dans lequel les énergies fossiles sont

vues exclusivement en termes de pollution, les renouvelables exclusivement en termes d'opportunités, et le nucléaire en termes de risques. Les peurs vis-à-vis de la modernité et du progrès technique sont généralement des peurs collectives. Pour Marie-Hélène Labbé, « les peurs collectives sont l'addition d'émotions-chocs personnelles aggravées par les comportements de foule qui exagèrent les démesures individuelles ». Sans abus de langage, les peurs collectives peuvent être rapprochées de la construction psychologique des foules telle qu'elle a été théorisée par Gustave Le Bon<sup>11</sup>. Selon lui, les foules seraient caractérisées par leur passion et leur irrationalité, préférant l'action à la réflexion : « l'imagination représentative des foules est très puissante, très active, et susceptible d'être vivement impressionnée. Les images évoquées dans leur esprit par un personnage, un événement, un accident, ont presque la vivacité des choses réelles. Les foules sont un peu dans le cas du dormeur dont la raison, momentanément suspendue, laisse surgir dans l'esprit des images d'une intensité extrême, mais qui se dissiperaient vite si elles pouvaient être soumises à la réflexion. Les foules, n'étant capables ni de réflexion ni de raisonnement, ne connaissent pas l'in vraisemblable : or, ce sont les choses les plus invraisemblables qui sont généralement les plus frappantes. ». L'idée ici n'est pas de dire que les peurs collectives sont irrationnelles, mais plutôt qu'elles sont amplifiées et généralisées par l'effet collectif, qui leur confère un impact plus important. Dans notre sujet, nous insisterons, à la manière de Gabriel Tarde, sur la nécessité de différencier foule et public. Plus rationnel et homogène, le public est ici défini comme une collectivité dont la cohésion est toute mentale.

Le rejet du nucléaire en tant que progrès technique s'explique avant tout par la notion de risque, qui repose sur des facteurs précis.

#### b) Les déterminants du risque nucléaire : du risque perçu au risque réel

L'âge d'or du nucléaire, promesse à ses débuts d'une source d'énergie inépuisable et à moindre coût, a peu à peu été ébranlé par les divers accidents qui ont marqué l'histoire du nucléaire civil. Les accidents nucléaires sont les bases fondatrices de la peur de l'atome. Parmi eux, l'accident nucléaire de Tchernobyl qui est, à ce jour, celui qui est marqué le plus les esprits, suivi par celui de Fukushima en 2011. Selon Marie-Hélène Labbé, les accidents nucléaires sont des traumatismes fondateurs de la grande peur du nucléaire. Tchernobyl, « en symbolisant la faillite des « nouveaux alchimistes », s'est inscrit dans la tradition des grandes peurs de l'Occident »<sup>12</sup>. Lors de l'accident d'une centrale nucléaire, le risque principal est la prolifération d'éléments radioactifs qui peuvent

---

<sup>11</sup> LE BON Gustave, *Psychologie des foules*, PUF, 1895, 130 p.

<sup>12</sup> LABBÉ Marie-Hélène, *La grande peur du nucléaire*, Presses de Sciences-Po, 2000, 133 p.



provoquer une contamination dans l'air et une irradiation externe. Aux craintes d'accidents nucléaires s'ajoutent également les craintes sanitaires liées à la radioactivité (leucémie de Marie Curie, effets de dermites chez les radiologues...), les incidents techniques (Tricastin en 2008<sup>13</sup>) ou encore le terrorisme nucléaire. Par ailleurs, il est important de rappeler que les risques du nucléaire étaient au départ davantage discutés du côté des scientifiques. Les divers accidents et incidents dont nous faisons mention, ont participé à en faire un véritable débat public, dont les anti-nucléaires se sont emparés puisqu'il existait désormais des preuves tangibles permettant d'appuyer leurs arguments. Dans un ouvrage publié en 1973, *L'angoisse atomique et les centrales nucléaires*, Dr Colette Guedeney et Gérard Mendel s'attachent à expliquer les mécanismes autour de la peur du nucléaire. Les auteurs parlent de « disproportion entre l'angoisse qui se manifeste et les dangers réels » puisque selon eux, habiter proche d'une centrale nucléaire serait moins dangereux que de conduire une voiture au quotidien ou de fumer. En mentionnant toutefois que cet ouvrage a été publié avant les accidents nucléaires précédemment évoqués. De leur point de vue, la peur du nucléaire tiendrait surtout en la peur de l'atome et de la bombe nucléaire : « l'atome renvoie au sentiment d'impuissance, aux désirs de toute puissance. Une première association se fait généralement avec la bombe, produit du génie destructeur de l'Homme ». Cette théorie est à envisager en parallèle de l'historique du nucléaire : effectivement, le premier usage du nucléaire était globalement militaire, on parlait d'arme nucléaire. Une arme dont s'empareraient les pays et qui serait assez puissante pour détruire les ennemis de la Nation. L'Histoire en est une illustration, puisque lorsque les États-Unis ont usé de l'arme nucléaire pour bombarder Hiroshima et Nagasaki durant la Seconde Guerre Mondiale, s'en est suivie la mort de 300 000 personnes. La puissance destructrice du nucléaire est telle qu'elle ne laisserait peu, voire aucune chance de survie, aux zones bombardées, justifiant ainsi son nécessaire contrôle à l'échelle internationale. Paul Slovic, un des représentants des chercheurs de l'Université d'Oregon aux États-Unis a effectué une série de travaux en psychologie cognitive et sociale afin de théoriser la perception du risque. C'est de ses recherches qu'émerge le « paradigme psychométrique », qui repose sur deux dimensions principales. La première « perceived dread » relève du degré de terreur attribué au risque et repose principalement sur le caractère incontrôlable, catastrophique, dramatique des risques. La seconde « unknown hazard » relève de la connaissance du risque, c'est à dire si un risque est nouveau, un risque quotidien, et repose sur la familiarité, l'observabilité et la nouveauté des risques. Ces deux dimensions ont permis de créer une « carte cognitive » permettant d'expliquer les différences de perception des risques chez les individus, et pourquoi certains risques apparaissent mineurs et

---

<sup>13</sup> « Le 7 juillet 2008 vers 23 heures, le débordement d'une cuve d'entreposage de la station de traitement des effluents uranifères de l'usine Socatri du Tricastin a entraîné la fuite d'une solution contenant de l'uranium », IRSN



d'autres, au contraire, effrayants. Ce que révèle également cette carte cognitive, est qu'il existe une contradiction entre la perception du risque chez les individus.es et les opinions des experts.es. L'énergie nucléaire n'échappe pas à cette contradiction. Effectivement, si l'on se réfère aux statistiques, nous avons plus de probabilité de mourir d'un cancer lié à la consommation régulière d'alcool ou de cigarettes, que d'un accident nucléaire. Pourtant, le dernier suscite largement plus d'angoisse que les premiers. C'est une observation que nous pouvons également appliquer à l'avion. Nombreuses sont les personnes qui sont effrayées à l'idée de prendre l'avion, et qui, au contraire, n'ont aucune crainte lorsqu'elles se déplacent en voiture. Pourtant, la probabilité d'avoir un accident de voiture est plus élevée que celle de voir l'avion s'écraser en plein vol. Néanmoins, la crainte associée au déplacement aérien repose davantage sur les possibilités de s'en sortir vivant.e, mais également la capacité de contrôle de la situation. En voiture, je me déplace sur la terre ferme, à une allure modérée, avec une ceinture de sécurité et divers équipements censés me protéger en cas d'accident. En avion, le déplacement échappe entièrement à mon contrôle, je suis contraint.e de faire confiance à la compagnie aérienne pour assurer la sécurité du déplacement, je me déplace dans un espace plan qui m'est relativement inconnu (le ciel) et ma domination visuelle est limitée à un hublot. Ces paramètres créent à la fois de l'incertitude liée au manque objectif de contrôle sur la situation, mais aussi de l'effroi lié au caractère catastrophique des accidents d'avion, dans lesquels il y a souvent beaucoup moins de probabilité de survie que dans un accident de la route. Cependant, l'ambiguïté entre risque perçu et risque réel, se situe dans la probabilité qu'a un risque de se produire. Cette probabilité est plus élevée dans un déplacement routier que dans un déplacement aérien, aussi car il y a davantage d'opportunités d'accidents : on peut imaginer que la plupart des français.es se déplacent plus fréquemment en voiture qu'en avion.

Olivier Borraz<sup>14</sup> définit le risque comme : « Le risque n'est pas une propriété intrinsèque, mais la qualité par une activité au terme d'un processus par lequel elle se voit attribuer des incertitudes et associer à d'autres risques qui ont déjà émergé. ». Selon lui, le risque est donc avant tout une construction sociale qui, longtemps, a été à la main des scientifiques et d'experts.es qui objectivaient un risque à travers un calcul de probabilité. S'ajoute à cela le fait que le risque nucléaire est finalement difficilement quantifiable. En effet, celui-ci est très peu visible, puisque la radioactivité est, à court terme, tant inodore, indolore, qu'incolore. À la différence du feu par exemple, où, si une personne est exposée au feu de manière dangereuse, cela va être visible par des signes tels que la peau brûlée ou encore les cheveux noircis. Cela renvoie au paramètre de la connaissance du risque énoncé par Paul Slovic. Si l'on met notre bras dans une cheminée, nous

---

<sup>14</sup> Sociologue et directeur de recherche au CNRS

savons très précisément ce qu'il va s'en suivre : nous allons ressentir une forte chaleur, nos vêtements et notre peau vont être brûlés. Par contre, il existe une croyance collective selon laquelle les risques des centrales nucléaires seraient dissimulés et, en ce sens, très peu connus de la population. Un sondage BVA datant de 2006<sup>15</sup> permet de mettre en lumière ce phénomène : 78% des interrogés.es considèrent qu'on ne leur dit pas la vérité sur les dangers que les retombées radioactives de l'accident Tchernobyl représentent pour la population française. 58% considèrent qu'on ne leur dit pas la vérité sur les dangers des centrales nucléaires. Seuls 20% d'entre eux.elles considèrent qu'on ne leur dit pas la vérité sur les dangers de l'alcoolisme. En d'autres termes, les centrales nucléaires ne sont pas nécessairement objectivement plus risquées que la consommation d'alcool, mais il existe un sentiment d'opacité quant à leurs risques réels, qui, au final, n'en fait qu'augmenter le degré de risque qui y est associé. Ainsi, pour des raisons que nous avons vues précédemment, les centrales nucléaires sont jugées plus effrayantes que la consommation d'alcool ou de tabac, ce qui tend à les rendre subjectivement plus risquées.

Cela est à remettre dans un contexte sociétal qui est que, au quotidien, les français.es se préoccupent assez peu des risques nucléaires. Selon le baromètre 2021 de l'IRSN « La perception des risques et de la sécurité par les français »<sup>16</sup>, les préoccupations actuelles de la population française sont plus de nature sanitaire (s'expliquant par la crise du Coronavirus), terroriste et climatique. Seuls.es 1% des répondants.tes considéraient les risques nucléaires comme des préoccupations actuelles. Néanmoins, les centrales nucléaires représentent toujours la première cause d'accident catastrophique pour les français.es et les catastrophes nucléaires restent les événements perçus comme les plus effrayants.

L'acceptabilité du nucléaire et les risques associés tient surtout en sa perception, qui est le fruit d'imaginaires communs. Selon Marie-Hélène Labbé, l'imagination collective a participé à amplifier des faits réels relatifs au nucléaire, les érigeant au statut de mythe.

## **II. Les imaginaires du nucléaire : un champ sémio-discursif au service des représentations**

---

<sup>15</sup> Sondage réalisé par l'institut BVA pour l'IRSN (Institut de Radioprotection et de Sûreté Nucléaire) sur la perception des risques. Sondage administré auprès d'un échantillon représentatif de 1000 personnes sélectionnées selon la méthode des quotas.

<sup>16</sup> Sondage réalisé par les instituts Harris Interactive et CDA pour l'IRSN (Institut de Radioprotection et de Sûreté Nucléaire) sous forme d'enquête Internet auprès d'un échantillon représentatif de 2011 personnes et d'une enquête en face-à-face auprès d'un échantillon représentatif de 1048 personnes.

L'imaginaire peut être défini comme « un ensemble de productions, mentales ou matérialisées dans des œuvres, à base d'images visuelles et langagières, formant des ensembles cohérents et dynamiques, qui relèvent d'une fonction symbolique au sens d'un emboîtement de sens propres et figurés. » (J.-J. Wunenburger, 2003).

Cet imaginaire a une fonction performative puisqu'il construit un ensemble de signes (au sens saussurien) et agit sur la représentation que l'on se fait des objets, ici du nucléaire. On parlera ici d'imaginaire du nucléaire, non pas pour l'opposer à la notion de réel, mais bien pour illustrer le système de signes dans lequel il s'inscrit. Cet assemblage mental est fondé sur la stratification de symboles, de récits et de métaphores autour de l'atome civil et militaire.

a) La sémantique du nucléaire : technicité et destruction au service de l'opacité du discours

Le nucléaire à ses débuts, s'accompagne d'un discours politique vantant abondamment les bénéfices de l'atome. Pierre Messmer, Premier Ministre français, lors de son discours au journal de 20 heures le 6 mars 1974 annonçant le Plan Messmer, vaste plan énergétique visant à développer le parc nucléaire français, illustre la fierté que représente cette prouesse technique, promesse d'indépendance énergétique et de souveraineté. Il parle de « puissance » ou encore de « grande oeuvre » pour décrire cette fierté technique qu'est le nucléaire. Aujourd'hui, sous la présidence d'Emmanuel Macron, les mots sont plus timides mais l'intention reste sensiblement la même : dans un discours en Polynésie française le 27 juillet 2021, il parle de « choix important, visionnaire et courageux » pour évoquer la décision du Général de Gaulle de lancer des essais nucléaires. Il parle également de « chance » qu'a la France de bénéficier de cette puissance nucléaire. Jusqu'aux années 70, l'éloge du nucléaire se construit surtout autour du mythe de l'énergie inépuisable. Les incidents et accidents qui ont ensuite ébranlé l'image du nucléaire, de Hiroshima et Nagasaki à Fukushima, en passant par Three Miles Island et Tchernobyl, s'accompagne du développement du sentiment de peur et de la naissance d'un discours anti-nucléaire (qui se développe à l'intérieur du mouvement écologiste issu de mai 68). Si il y avait auparavant une distinction claire entre nucléaire civil et nucléaire militaire, la crainte se situe désormais au niveau de l'atome, qu'il soit civil ou militaire. À travers le rejet du nucléaire, le discours anti-nucléaire rejette surtout le capitalisme et l'opacité de la science. Effectivement, on peut considérer que le vocabulaire scientifique du nucléaire participe à créer un vaste sentiment d'opacité et de culture du secret, dans laquelle la population française profane ne serait que spectatrice d'une technique aux mains d'une niche de scientifiques et politiques. Si l'on s'intéresse au champ lexical de l'atome, largement emprunt de vocabulaire physique, on retrouve des mots comme « uranium », « neutron », « proton », « cadmium », « corium », « irradiation », « radium », « radioactivité »... Globalement, ce sont des termes issues

de la physique nucléaire mais qui peuvent toutefois présenter une difficulté de compréhension pour la plupart des français.es non issus.es de l'ingénierie nucléaire.



Source : Plantu pour Le Monde

Cette sémantique de la physique nucléaire est montrée d'une certaine technicité qui peut par exemple expliquer que le nucléaire apparaisse si loin des préoccupations quotidiennes des français.es. Cela crée une difficulté de mise en récit du réel, puisque l'ensemble sémantique à la disposition des récepteurs et réceptrices est freiné par le processus de décodage<sup>17</sup>. S'ajoute à cela le fait que le nucléaire, et plus précisément la radioactivité, sont difficilement figurables. En effet, l'atome nucléaire est abstrait et surtout invisible, et en cela, difficile à se représenter. Cette relative opacité et technicité du discours, laisse la part belle aux représentations, portées par les discours catastrophistes des médias. La culture du secret, donc nous avons fait mention précédemment, est surtout née à la suite de l'accident de Tchernobyl et a ensuite été renforcée par l'accident de Fukushima. Dans la continuité de l'aspect difficilement figurable de l'atome nucléaire, s'inscrit la contagion incarnée par le nuage de Tchernobyl, devenu un véritable mythe, qui s'articule en un métalangage qui lui est propre. Il est nécessaire de rappeler le contexte d'existence de ce nuage : le jour de l'accident le 26 avril 1986, la première réaction de l'URSS est de le cacher au reste du monde. Ce n'est que deux jours plus tard que la Suède, détectant un niveau de radioactivité extérieure largement supérieur à la moyenne, donne l'alerte. La Russie finit par confirmer qu'un accident nucléaire a eu lieu en Ukraine, mais en minimise fortement les conséquences. En parallèle, les pouvoirs publics, désemparés devant l'ampleur d'un phénomène qu'ils ont difficulté à expliquer, se terrent dans le silence. Ce déficit de communication laisse la part belle aux rumeurs. C'est dans ce contexte que le nuage, par sa mouvance et son impossible contrôle cristallise toute l'angoisse

---

<sup>17</sup> Comprendre ainsi le décodage du message émis par l'émetteur, comme il a été théorisé dans le schéma de la communication du philosophe Shannon et du mathématicien Weaver en 1949, dans le cadre d'une modélisation de la communication entre machines

nucléaire et devient le symbole du « mensonge nucléaire ». À l'image d'une force maléfique, le nuage se déplace au-dessus des têtes, et rien ne peut l'arrêter. Véritable concentration de radioactivité, le nuage se déplace en suivant la météo et le manque d'informations officielles de la part du gouvernement français face à une population qui s'inquiète des conséquences de ce nuage radioactif, inquiète et suscite la méfiance. Un sentiment d'opacité et de mensonge qui perdure encore aujourd'hui, puisqu'en 2020, 70% des français considèrent qu'on leur cache la vérité sur les conséquences de Tchernobyl<sup>18</sup>. Il y a dans l'accident de Tchernobyl, une vision apocalyptique du nucléaire qui se développe. La ville de Pripiat en est un symbole : on parle aujourd'hui de « ville fantôme », « ville morte », « ville dévastée par le nucléaire ». Pripiat est parfois comparée à Pompei en cela qu'elle est une ville en ruines, une cité perdue enfermée dans les vestiges de l'effondrement, dans laquelle le temps se serait arrêté depuis l'accident nucléaire. Le sarcophage par la suite érigé pour contenir le reste du réacteur ayant provoqué l'accident et isoler la matière radioactive, confère à l'accident une véritable dimension sacrée. Rappelons qu'un sarcophage est un cercueil de pierre surtout utilisé à l'Antiquité et au Moyen-Âge. Il y a dans le sarcophage de Tchernobyl, l'idée de renfermer le monstre sacré, de le rendre invisible pour l'empêcher de nuire, à l'image d'un tombeau qui renfermerait un secret.

Enfin, l'imaginaire du nucléaire s'incarne aussi par le symbole de la radioactivité. Référons nous aux notions de dénotation/connotation telles qu'elles ont été théorisées par Roland Barthes. La dénotation du symbole de la radioactivité serait son sens premier c'est à dire un triangle, un fond jaune électrique et un trèfle à 3 feuilles noir. Mis à bout à bout, cela confère au symbole le sens de radioactivité. La connotation fait référence au sens implicite. Ici, la connotation du symbole de la radioactivité serait celle du danger, de la peur. Effectivement, à moins d'être dans une centrale nucléaire ou un lieu ouvertement sujet à la radioactivité, le fait de se promener dans la rue et de tomber sur un symbole radioactif n'est souvent pas rassurant, du fait de toutes les menaces potentielles qu'il sous tend.

Tous ces éléments sémantiques participent à alimenter la peur du nucléaire à travers d'une part, une technicité de la science qui peut générer une difficulté de compréhension, et d'autre part à travers des éléments discursifs au service d'une angoisse collective. C'est pourquoi le choix des mots a son importance pour les acteurs du nucléaire. Par exemple, lors de l'incident à l'EPR de Taishan (Chine) le 14 juin dernier, EDF s'est exprimé sur le sujet rapidement afin de désamorcer les éventuelles rumeurs. Effectivement, l'enjeu était d'employer rapidement le terme « incident » afin d'en

---

<sup>18</sup> Selon le baromètre 2021 de l'IRSN « La perception des risques et de la sécurité par les français »

relativiser les conséquences réelles et ne pas alerter inutilement les populations, car certains comptes Twitter avaient commencé à parler d' « accident », qui a une connotation beaucoup plus grave.

Par ailleurs, la culture populaire s'est largement appropriée le thème de l'accident nucléaire, qui a fait l'objet de nombre de productions culturelles, et ont participé à la formation d'un imaginaire collectif et, en un sens, d'une certaine fascination.

b) La représentation de l'accident nucléaire dans la culture populaire : de la tragédie à la fascination  
Le thème du nucléaire a souvent inspiré les productions culturelles. Le nucléaire comme source de pouvoir aux propriétés surhumaines occupe le paysage cinématographique à travers des oeuvres comme dans *Spider Man* où le jeune Peter Parker devient un super héros tout puissant après avoir été piqué par une araignée radioactive. Également le docteur Manhattan, chercheur en physique nucléaire, qui devient un surhomme immortel. Très tôt, des longs métrages s'emparent de la thématique de la catastrophe nucléaire : *Le syndrome chinois* en 1979, dépeint une catastrophe nucléaire fictive survenue à la centrale nucléaire « Ventana » à Los Angeles. Plus tard, des films relatent les accidents nucléaires historiques comme celui de Fukushima à travers *The Land of Hope* ou encore *Fukushima 50*. Ces deux films représentent différemment Fukushima mais la toile de fond est la même : l'aspect tragique de l'accident nucléaire. Dans *The Land of Hope*, on suit le quotidien d'une communauté rurale à la suite de l'explosion nucléaire de Fukushima, qui se retrouve séparée après qu'une frontière ait été tracée entre les territoires exposés à la radioactivité et ceux qui seraient à priori en sécurité. Finalement, cette communauté rurale, qu'elle soit d'un côté ou de l'autre de la frontière, fait face à la peur latente de la radioactivité : celle d'une « guerre invisible, où des missiles invisibles pleuvent tout autour d'eux » et contre lequel ils ne peuvent rien faire d'autre que fuir. *Fukushima 50* est au coeur même de l'action de l'explosion de la centrale nucléaire : on y voit l'arrivée du tsunami, et le combat « de l'intérieur » des travailleurs de la centrale pour tenter d'empêcher l'explosion. Les scénarios sont différents, mais le ton tend vers l'apocalyptique dans les deux cas : l'idée que l'accident nucléaire serait d'une telle force qu'il ne laisserait aucune possibilité de défense à l'espèce humaine. Plus récemment, en 2019, HBO a diffusé une mini-série retraçant l'explosion nucléaire de Tchernobyl, *Chernobyl*. Cette série a obtenu un franc succès, notamment auprès des jeunes générations : « On a toujours entendu parler de la catastrophe nucléaire de Tchernobyl. On sait que c'était affreux et que les conséquences ont été terribles. La série permet de comprendre ce qu'il s'est réellement passé, de rentrer dans le coeur de l'action ».<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Propos recueillis auprès de Christophe, étudiant de 24 ans lors de la visite de la centrale nucléaire de Dampierre-en-Burly

Effectivement, la série a de pédagogique qu'elle permet à n'importe quelle personne qui n'est pas familière au domaine du nucléaire et, plus largement, de la science, de comprendre la catastrophe nucléaire de Tchernobyl. Selon Christine Fassert, chercheuse en sociologie au laboratoire des sciences humaines et sociales de l'Institut de radioprotection et de sûreté nucléaire (IRSN) et à l'université de Paris 1, la série a de fascinant et de tragique à la fois, le fait qu'elle incarne véritablement la peur du nucléaire. Comme si, la peur du nucléaire était quelque chose d'assez abstrait, qui prenait vie à travers les représentations cinématographiques à l'image de la série *Chernobyl*. Certaines critiques de la série lui reprochent de tendre vers un scénario trop hollywoodien et volontairement catastrophe. Selon Christine Fassert, « le spectacle de ces radiations aigües et de ces corps suppliciés est hélas vrai. Ce n'est pas pire que ça ne l'a vraiment été. ». En effet, l'accident nucléaire est par essence impressionnant : une centrale nucléaire est une installation imposante, une explosion est toujours impressionnante donc finalement, la réalité est telle qu'elle nourrit facilement la fascination autour de l'accident nucléaire, et, plus largement, de la peur du nucléaire. On peut néanmoins formuler l'hypothèse que c'est plutôt l'engouement médiatique autour de ce type de productions culturelles qui tend à dramatiser davantage l'accident nucléaire.

Pour illustrer cela, nous avons relevé des verbatims décrivant la série provenant d'articles issus de journaux : « Difficile d'échapper à la vague de passion, de curiosité mêlée de **sueurs froides** déclenchée par *Chernobyl* »<sup>20</sup>, « une série extraordinairement **glaçante** »<sup>21</sup>, « « Chernobyl », la série **catastrophe** qui va vous irradier »<sup>22</sup>, « magistral et **terrifiant** »<sup>23</sup>, « mise en scène brillante, alternant dans son premier acte entre **panique** et **chaos**, body **horror** et danse onirique »<sup>24</sup>. Quand il s'agit d'accident nucléaire, et même de nucléaire de manière générale, on en appelle facilement à l'angoisse et au sensationnel, sachant la fascination du public pour les catastrophes et les objets de peur. D'autres médias se sont emparés des accidents nucléaires pour en faire des oeuvres fictives. C'est le cas de l'ouvrage *La Centrale* d'Elisabeth Filhol qui relate un incident fictif survenu à la centrale nucléaire de Chinon. Plus que l'incident nucléaire en lui-même, ce récit se fait observatoire

---

<sup>20</sup> Télérama, *Chernobyl*, la grande série qui fait l'effet d'une bombe, 27 juin 2019, (consulté le 3 octobre 2021)

<sup>21</sup> Le Figaro, *Chernobyl débarque sur M6: une série extraordinairement glaçante*, 27 mai 2021, (consulté le 3 octobre 2021)

<sup>22</sup> Le Point, *Chernobyl », la série catastrophe qui va vous irradier*, 13 mai 2019, (consulté le 3 octobre 2021)

<sup>23</sup> Ouest France, *La série Chernobyl, sur l'accident nucléaire, commence ce soir sur M6*, 27 mai 2021, (consulté le 3 octobre 2021)

<sup>24</sup> Vanity Fair, *Série : « Chernobyl » est une magistrale et terrifiante leçon d'Histoire*, 27 mai 2021, (consulté le 3 octobre 2021)



des travailleurs de l'ombre qui oeuvrent quotidiennement au service de la figure de la centrale. Marianne Hubac, agrégée de lettres modernes, à propos de cet ouvrage, parle de « récit **terrifiant** dans un univers **froid** et **fascinant** ». Le podcast s'est récemment essayé à la fiction d'accident nucléaire à travers *Le Nuage* produit par Nouvelles Écoutes qui raconte, de manière fictive, un accident à la centrale de Douvey. Là encore, l'accident nucléaire en soit est une toile de fond, le sujet se trouve plutôt dans les réactions notamment parmi les élus locaux face à l'annonce de cet accident, qui vont tenter à tout prix de le minimiser aux yeux des riverains. Le format podcast permet de se plonger véritablement au coeur de l'accident nucléaire et de l'explosion d'un des réacteurs de la centrale, où la force du récit se fait uniquement de façon auditive. Télérama parle de « fiction **cauchemardesque** qui imagine un Tchernobyl à la française ».

L'hypermédiatisation des accidents nucléaires en a fait un vecteur privilégié de l'imaginaire collectif. Qu'elles se fassent récits de faits historiques ou pure fiction, les oeuvres culturelles qui traitent de la thématique du nucléaire et plus précisément de l'accident, ont généralement des allures de catastrophe voire apocalypses. Cela nourrit l'angoisse nucléaire tout en générant une certaine fascination pour la démesure. Ces représentations nourrissent l'imaginaire collectif mais font également objet de biais de confirmation<sup>25</sup> pour ceux et celles qui sont déjà sujets.ttes à la peur du nucléaire. S'ajoute à cela le fait que le nucléaire fait l'objet de très peu de communication grand public, et EDF n'y déroge pas. En effet, les prises de parole à destination du grand public sur le nucléaire sont assez timides.

Les imaginaires collectifs autour des accidents nucléaires en nourrissent l'aspect catastrophiste d'une science qui échappe au contrôle de l'espèce humaine. Se mettent alors en place des mécanismes de dédramatisation par les acteurs du nucléaire comme EDF, ce qui passe par la production d'acceptabilité.

### III. L'acceptabilité nucléaire

Le Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales définit l'acceptabilité comme l'ensemble des conditions qui rendent quelque chose acceptable. Dans notre sujet, on parlera plutôt d'acceptabilité sociale, qui est un peu plus difficile à définir. Corinne Gendron, universitaire et chercheuse franco-québécoise en propose la définition suivante : Assentiment de la population à un projet ou à une décision résultant du jugement collectif que ce projet ou cette décision est supérieur aux alternatives connues, y compris le statu quo. Julie Caron-Malenfant et Thierry Conraud, dans leur ouvrage *Guide pratique de l'acceptabilité sociale : pistes de réflexion et d'action* établissent

---

<sup>25</sup> Le biais de confirmation est notre tendance à sélectionner uniquement les informations qui confirment des croyances ou des idées préexistantes.



cette définition : « L'acceptabilité sociale est le résultat d'un processus par lequel les parties concernées conviennent ensemble des conditions minimales à mettre en place pour qu'un projet s'intègre harmonieusement dans son milieu d'accueil ».

La notion d'acceptabilité est à dissocier de celle d'acceptation, laquelle relève davantage du court terme, est plutôt unidirectionnelle et vise à faire accepter une décision rapidement à une population réfractaire. L'acceptabilité, quant à elle, est un processus de long court qui vise une approche collective au service d'un consensus social.

#### a) L'acceptabilité sociale, dépasser le phénomène NIMBY

L'acceptabilité sociale a beaucoup été théorisée à travers le phénomène NIMBY (Not In My Backyard)<sup>26</sup>. Le syndrome NIMBY désignerait les personnes qui s'opposeraient à un projet motivées par des raisons purement égoïstes, sans prendre en compte l'intérêt collectif. Michel Ogrizek, auteur de l'ouvrage *Environnement et Communication*, définit le syndrome NIMBY comme « le résultat de l'effet de proximité sur la perception publique des non-lieux à risque ». Le syndrome NIMBY ne concerne pas uniquement les installations à risque, néanmoins ce qui prédomine dans cette proposition est la notion de proximité. L'acceptabilité est effectivement étroitement liée à la notion de proximité, puisque ce sont les acteurs locaux et les riverains.aines qui sont les plus concernés.ées, et donc les plus légitimes à exprimer leur désaccord. Il est important de préciser que dans le phénomène NIMBY, les citoyens et citoyennes n'agissent que dans leur propre intérêt et dans un souci de protection de leur bien-être. Effectivement, ils.elles ne sont pas nécessairement contre le projet, ils.elles reconnaissent même parfois leur utilité publique et leur intérêt pour le collectif mais ne souhaitent simplement pas que ce projet soit mis en place à côté de leur lieu de vie. C'est par exemple le cas lors de projets de construction de parcs éoliens. Les riverains et riveraines qui s'opposent à ce type de projet, tel que celui de Dorengt<sup>27</sup> en 2020, ne sont pas contre l'idée fondamentale de créer un parc éolien mais refusent d'avoir des éoliennes dans leur périmètre d'habitation pour raison esthétique ou encore sonore. C'est dans ce contexte que nombre de projets de constructions de centrales nucléaires ont été abandonnés, tels que les projets de

---

<sup>26</sup> De l'anglais, littéralement « Pas dans mon jardin »

<sup>27</sup> Projet d'Enertrag visant à installer deux lignes de trois éoliennes sur les communes de Dorengt, dans le département de l'Aisne. Après que les populations riveraines et les élus.es locaux.ales aient largement prononcé leur refus, le projet a été annulé.

Plogoff<sup>28</sup> ou encore de Carnet<sup>29</sup>. Selon Marie-Ève Maillé, spécialiste dans l'évaluation des impacts sociaux des grands projets au Québec, les projets de développement industriels ont tendance à être vus par les élus.es politiques comme des vecteurs évidents de progrès, qui apportent dynamisme et performance économique sur le territoire sur lequel ils s'installent. Néanmoins, lors de l'installation d'un projet industriel sur un territoire donné, les riverains et les riveraines vont davantage l'analyser en fonction de la menace potentielle qu'il représente sur leur qualité de vie plutôt que sur les bénéfices en termes de performance économique et de dynamique territoriale. Edward T. Hall, anthropologue américain, publia en 1966 son ouvrage *La dimension cachée*, dans lequel il théorise la proxémique, science de l'appropriation de l'espace. En analysant la psychologie sociale des distances interpersonnelles humaines, Edward T.Hall réalisa que les espaces étaient répartis sous forme de « bulles », qui seraient des zones de protection pour les humains, où l'intrusion étrangère serait interdite sous peine d'en mettre à mal l'organisation interne. C'est finalement ce que met en lumière le phénomène NIMBY : des projets qui mettent potentiellement à mal l'organisation interne de la « bulle » dans laquelle se trouvent les riverains et riveraines. Selon Thierry Libaert, « à moins que le riverain n'en profite de par son métier (restaurateur, fournisseur...) ou qu'un membre de sa famille voire lui-même n'y travaille, tout site industriel apporte généralement des impacts potentiellement ressentis comme négatifs<sup>30</sup>. ».

Le syndrome NIMBY est toutefois à nuancer. En effet, il suppose que le discours d'opposition à un projet d'installation notamment industrielle comme une centrale nucléaire ne s'articule qu'autour de revendications égoïstes, et, en cela, est trop réducteur. Il ne prend pas en compte les personnes qui s'opposent à l'installation du projet en raison de ses caractéristiques intrinsèques : par exemple, une personne qui refuserait l'installation d'une centrale nucléaire car elle serait idéologiquement opposée à cette forme d'énergie mais accepterait toutefois l'installation d'un parc éolien. La notion de proximité ne serait finalement que secondaire ici. Effectivement, les mouvements d'opposition à des projets se construiraient autour de revendications environnementales, économiques ou encore sanitaires : ils disposeraient donc des moyens intellectuels pour formuler des arguments d'opposition sans que ceux-ci se réduisent uniquement à la considération purement individuelle et égoïste. Selon Corinne Gendron, cette organisation des mouvements d'opposition s'est construite autour d'une évolution du traitement du risque : « Il était autrefois entre les mains de l'expert,

---

<sup>28</sup> Projet d'installation par EDF d'une centrale nucléaire sur la commune de Plogoff dans le Finistère. La mobilisation populaire déclenchée contre ce projet entre 1978 et 1981 a conduit à son abandon.

<sup>29</sup> Projet d'installation par EDF d'une centrale nucléaire sur la rive gauche de l'estuaire de la Loire. Lancé à partir de 1974, la forte opposition qu'il a généré conduit à son abandon définitif en 1997.

<sup>30</sup> LIBAERT Thierry, *La communication de proximité*, Éditions Liaisons, 1996, 296 p.

appelé à le calculer et à préconiser des mesures visant à le réduire. [...] Or, on a peu à peu reconnu au fil des ans que le citoyen dispose lui aussi d'une compétence pour évaluer les risques dans leur contexte territorial »<sup>31</sup>. De plus, l'acceptabilité sociale est à envisager dans sa globalité : c'est à dire ne pas tenir compte uniquement des mouvements d'opposition. Marie-Ève Maillé parle de la « majorité silencieuse », c'est à dire des personnes qui ne manifestent pas leur opinion : soit parce qu'elles ne parviennent pas à se positionner, soit parce qu'elles ne se sentent pas concernées ou encore parce qu'elles ne ressentent pas le besoin ou l'envie d'exprimer leur opinion.

Au final, l'acceptabilité sociale ne peut pas se limiter au simple syndrome NIMBY et est à considérer dans son entièreté. Pour comprendre l'acceptabilité sociale et notamment l'acceptabilité autour des centrales nucléaires, il est nécessaire de la lier à la notion de confiance.

#### b) La confiance comme socle fondamental de l'acceptabilité

Un des déterminants de l'acceptabilité d'un projet dépend également de la confiance qu'en ont les riverains et riveraines. Si ils.elles ont confiance en le projet, alors ils.elles seront plus enclins et enclines à l'accepter. Dans *Trust in Modern Societies*, Barbara Misztal décrit les sociétés modernes comme « de plus en plus complexes et globalisées, soumises à une multiplicité de facteurs caractérisés par l'incertitude »<sup>32</sup>. Si l'on se réfère à la définition de la confiance (du latin *confidentia*, signifiant la foi), celle-ci se définit comme telle : « Sentiment de quelqu'un qui se fie entièrement à quelqu'un d'autre, à quelque chose »<sup>33</sup>. Selon Barbara Misztal, la confiance renvoie davantage à un mécanisme social qui s'explique par les croyances et les motivations. Dans le cadre de l'acceptabilité sociale d'un projet territorial, il y a une dimension de dialogue sous jacente, par exemple entre les différentes parties prenantes impliquées dans le processus de décision du projet.

La notion d'acceptabilité sociale renvoie au collectif, et en ce sens, nécessite une forme de confiance pour permettre le consensus social vis à vis d'un projet. La notion de communication est donc étroitement liée à celle de confiance puisque cette dernière fournit un cadre de réalisation à l'échange interpersonnel. C'est d'ailleurs la mise en place d'une relation de confiance entre les différentes parties prenantes qui peut permettre, in fine, l'acceptabilité sociale. Il y a effectivement peu de probabilité qu'une relation de méfiance mène à une acceptabilité sociale. La confiance

---

<sup>31</sup> GENDRON Corinne, « Penser l'acceptabilité sociale : au-delà de l'intérêt, les valeurs », *Communiquer* 11, 2014, pp. 117-129

<sup>32</sup> MISZTAL Barbara, *Trust in Modern Societies: The Search for the Bases of Social Order*, 1996, 300 p.

<sup>33</sup> Selon le dictionnaire Larousse

permet la coopération et le maintien d'un ordre social. Georg Simmel décrit la confiance comme « l'une des forces de synthèse les plus importantes au sein de la société »<sup>34</sup>. L'acceptabilité sociale serait finalement le fruit d'un calcul rationnel qui opposerait la confiance que l'on a en le projet et le risque potentiel que celui-ci représente. Si l'acceptabilité sociale n'est pas à réduire au syndrome NIMBY, il n'empêche qu'elle est toutefois le produit d'un calcul coûts/avantages en termes d'intérêts personnels. C'est dans ce contexte que s'inscrivent les écrits de Diego Gambetta et Russel Hardin<sup>35</sup> qui considèrent qu'un individu ne fait confiance à quelqu'un ou quelque chose uniquement lorsque l'on sait que cette confiance donnera lieu à une action positive pour ses intérêts personnels. Dans le cas de l'acceptabilité sociale, la notion de confiance est néanmoins différente car elle ne prend pas en compte les seuls intérêts personnels mais bien les intérêts collectifs, puisque c'est le collectif qui donne du sens même à l'acceptabilité sociale. La confiance s'incarne par le discours des différents acteurs d'un projet. Dans le cadre du nucléaire, nous disions précédemment que l'imaginaire associé au nucléaire, les différents accidents nucléaires et l'impression d'opacité ont consolidé une certaine peur associée à cette énergie. La notion de sûreté nucléaire induit celle de confiance puisqu'elle est permet d'assurer la sécurité (ici des installations nucléaires) et donc de gommer le sentiment de peur. L'adhésion ou non au nucléaire semble régie pas des mécanismes de confiance. Selon le Baromètre de l'image des énergies réalisés par CSA pour EDF<sup>36</sup>, la confiance est au coeur des arguments « pour » et « contre » le nucléaire. Effectivement, les 2 arguments principaux en faveur du nucléaire sont : « Avec l'énergie nucléaire, on est sûr d'avoir de l'électricité en permanence » (48% considèrent que c'est l'argument le plus convaincant en faveur du nucléaire), et « L'énergie nucléaire garantit la sécurité d'approvisionnement énergétique de la France (46% considèrent que c'est l'argument le plus convaincant en faveur du nucléaire). Si l'on observe la construction sémantique des deux propositions, « surs » et « sécurité » traduisent cette notion de confiance inhérente à l'adhésion en faveur du nucléaire. Au contraire, les deux arguments principaux contre le nucléaire sont : « On ne sait pas quoi faire des déchets nucléaires » (73% considèrent que c'est l'argument le plus convaincant contre le nucléaire) et « Les centrales nucléaires représentent un grave danger » (49% considèrent que c'est l'argument le plus convaincant contre le nucléaire). Dans la première proposition, il y a la prédominance de l'incertitude (« on ne sait pas quoi faire ») et dans l'autre la prédominance du risque (« grave danger »), qui traduisent justement un manque de confiance envers le nucléaire. D'un côté, le sujet

---

<sup>34</sup> SIMMEL Georg, *Sociologie. Etude sur les formes de la socialisation*, PUF, 1999, 756 p.

<sup>35</sup> GAMBETTA Diego, *Trust. The Making and Breaking of Cooperative Relations*, Oxford, Blackwell, 1988 ;  
Russel Hardin, *Trust and Trustworthiness*, New York, Russel Sage, 2002.

<sup>36</sup> Enquête réalisée par CSA en face-à-face au domicile des répondants. Méthode des quotas. Échantillon national de 2000 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

des déchets nucléaires qui génèrent de l'incertitude et ne permet donc pas de produire de la confiance envers cette énergie. De l'autre côté, le danger potentiel que représentent les centrales nucléaires génère de la peur, et, là aussi, ne permet pas d'être vecteur de confiance.

Il y a donc un véritable enjeu de la part de l'industrie nucléaire de fournir un cadre de confiance pour, permettre l'acceptabilité sociale d'une énergie qui demeure aussi complexe que clivante, allant bien au-delà de la simple dichotomie « pour/contre ». Des institutions ont été créées comme par exemple l'Autorité de Sureté Nucléaire (ASN), considérée comme le gendarme du nucléaire qui assure les missions de contrôle de la sécurité nucléaire française. Parmi d'autres missions, l'ASN contrôle régulièrement la sécurité des centrales nucléaires françaises. L'Institut de Radioactivité et de Sureté Nucléaire (IRSN) est lui chargé d'effectuer des recherches et des expertises sur les risques liés à la radioactivité. De nouveaux acteurs dans le champ du nucléaire chargés de limiter les risques et d'oeuvrer en faveur de la sureté nucléaire, et donc, indirectement de produire de la confiance à l'égard des installations nucléaires.

### **Conclusion partielle**

Les prouesses techniques notamment issues de la Révolution Industrielle se sont rapidement accompagnées d'un discours au mieux, en proie au doute, au pire, technophobe. Cette remise en question de la technique et de son contrôle par les humains est à comprendre en toile de fond du développement des inquiétudes quant à l'énergie nucléaire. L'effondrement du mythe du progrès technique, les différents accidents nucléaires et l'imaginaire associé à l'énergie nucléaire ont ébranlé la confiance des français et des françaises à l'égard du nucléaire, qui est aujourd'hui l'un des sujets générant le plus de controverses, notamment politiques. Le nucléaire est un sujet complexe, un sujet d'expertise, dont il est parfois difficile d'en saisir tous les tenants et aboutissants, ce qui peut créer un sentiment d'opacité. Face à un secteur qui fait peur et qui inquiète, la notion d'acceptabilité est prédominante. Celle-ci invite à dépasser le syndrome NIMBY, au profit d'une communication axée sur la confiance et la transparence. Nos différentes observations développées dans le cadre de cette partie nous permettent de confirmer notre première hypothèse selon laquelle les centrales nucléaires, de par le risque objectif qu'elles représentent et les imaginaires qui y sont associés, nécessitent de produire de l'acceptabilité pour être pleinement insérées sur le territoire dans lequel elles s'intègrent.

C'est pourquoi, EDF met un point d'honneur à faire preuve de transparence quant à ses installations nucléaires sur le territoire. En tant que propriétaire des 19 centrales nucléaires présentes sur le territoire français, l'entreprise a une responsabilité de garante de la sureté nucléaire qui s'inscrit dans le respect d'un cadre réglementaire et législatif défini.

Cette ambition de transparence s'illustre dans les visites de centrales nucléaires proposées par EDF.

## **Partie 2 : Créer du lien avec son territoire pour mieux s'y intégrer**

Selon Jean-Pierre Chaussade<sup>37</sup>, un des moyens de consolider la confiance du public dans l'énergie nucléaire est de mieux informer celui-ci. Cela permet d'une part de palier l'opacité ressentie vis-à-vis de l'énergie nucléaire et d'autre part de lui donner les clés pour développer son opinion au regard d'informations factuelles. Cette nécessité d'information du public s'inscrit dans une stratégie de communication définie, dans laquelle les visites de centrales nucléaires tiennent une place privilégiée.

### **I. Les mécanismes communicationnels en jeu dans les visites de centrales nucléaires**

Les visites de centrales nucléaires ne sont pas une simple ouverture de sites. Elles s'ancrent dans une stratégie de communication définie par les équipes des centrales et répondent à des objectifs de communication. En témoigne d'ailleurs le fait que le pôle patrimoine d'EDF qui est à la main des visites de sites industriels soit pleinement intégré à la Direction Communication Groupe. Cette stratégie de communication fait des visites de centrales des outils de communication à part entière et valorise la communication dite de proximité.

#### a) Faire des visites un accès privilégié au lieu de production nucléaire

Il y a dans les visites de centrales nucléaires l'idée de donner à voir l'invisible, d'ouvrir les coulisses de la production, habituellement fermées au grand public. Sur son site internet, EDF présente la visite de ses centrales comme tel: « Découvrez les **coulisses** de la production d'électricité d'origine nucléaire en visitant l'une de nos centrales ». Si l'on se réfère à la définition du mot coulisses selon le dictionnaire Larousse, celle-ci renvoie à « Partie d'un théâtre située de chaque côté et en arrière de la scène, entre le décor et les murs de la cage de scène. » mais également à « ce qui se passe dans l'isolement, loin du public et à son insu ; côté secret, dessous des cartes ». Le mot secret est intéressant dans le cas des visites de centrales nucléaires. Lorsque l'on connaît l'imaginaire collectif associé aux centrales nucléaires et le prétendu culte du secret, il y a un véritable enjeu communicationnel à ouvrir les portes des centrales, et ainsi lutter contre l'opacité associée à celles-ci. La définition théâtrale est également importante à souligner dans notre sujet. En effet, il y a ici l'idée qu'un visiteur ou une visiteuse, en franchissant l'entrée d'une centrale

---

<sup>37</sup> Ingénieur, ancien cadre-dirigeant chez EDF, auteur de « Comment consolider la confiance du public dans l'énergie nucléaire? », Agence Internationale de l'Énergie Atomique

nucléaire assisterait à une véritable pièce de théâtre en action, à laquelle il.elle observerait depuis les coulisses. Le mot coulisse est particulièrement intéressant puisqu'en observant quelque chose qui se passe dans l'isolement, d'être observateur.observatrice d'une action. C'est finalement le cas du visiteur.visiteuse de centrale, qui observe le fonctionnement de celle-ci et le travail de ses salariés.ées qui se poursuit malgré sa présence et se déroule sous ses yeux. Le terme de coulisses est souvent utilisé par les entreprises lors de l'ouverture de leurs portes. Par exemple, le groupe LVMH avait organisé les « Journées particulières » en 2012, qui visaient à ouvrir les usines de production du groupe au grand public le temps d'un week-end. Cette opération s'était accompagnée d'une campagne de communication « Dans les coulisses du rêve ». Les affiches représentaient les devantures des grandes maisons du groupe LVMH (Louis Vuitton, Dior, Hennessy...) dans lesquelles on avait comme creusé un trou laissant apercevoir l'intérieur des maisons permettant d'observer la production : les coulisses. Derrière le fait d'ouvrir les portes de l'entreprise, il y a une véritable mise en récit de la marque s'articulant autour de la notion de privilège (ici d'autant plus vrai pour un groupe de luxe : « journées particulières ») et d'intégration du public au coeur des coulisses.

Les visites de centrales nucléaires sont organisées en groupes restreints de 8 à 10 personnes maximum, renforçant ainsi cette dimension de « coulisses » de lieu d'observation privilégié. Ceci étant dit, ce qui va être présenté au public lors de visites de centrales fait l'objet d'un contrôle, le but étant bien entendu de ne pas montrer n'importe quoi au public, notamment dans un souci de confidentialité. De fait, l'existence même des visites de centrales nucléaires s'inscrit dans un cadre communicationnel. Effectivement, dans toutes les centrales nucléaires de France, il existe un pôle communication. Celui-ci est souvent composé d'un ou une responsable communication et quelques alternants.es ou stagiaires. Ce pôle communication s'articule autour de 3 missions principales : la communication interne, la communication externe dite de proximité et la communication de crise. Celle qui nous concerne dans le cadre de notre objet d'étude est la communication externe. La visite des centrales nucléaires fait donc partie intégrante d'une stratégie et d'un plan de communication établis à partir d'objectifs de visites. Ces objectifs de visites sont souvent inspirés des résultats d'études d'opinion provenant de la Direction des Études d'EDF. L'idée pour les équipes communication travaillant en centrale est de comprendre les enjeux communicationnels soulevés par les études d'opinion afin d'en dégager des objectifs de communication desquels vont découler les objectifs de visite. Si une étude d'opinion met en lumière un sujet particulièrement clivant à un temps donné, par exemple celui des déchets ou encore du terrorisme nucléaire, alors les parcours de visite peuvent décider d'appuyer particulièrement sur ces points. Par ailleurs, les centrales nucléaires disposent toutes d'un compte Twitter, à la main des équipes de communication, leur



permettant d'une part d'informer sur le quotidien de la centrale, d'informer sur la possibilité de visite de celle-ci mais également d'interagir avec son public et de répondre aux questions. Les temps forts de visites de centrales nucléaires sont les Journées du Patrimoine, la Fête de la Science, les vacances estivales et la Fête de l'Industrie. À cette occasion, les centrales nucléaires font la promotion des visites sur leurs comptes Twitter, invitant ainsi les futurs.es visiteurs.teuses à visiter les sites nucléaires : « La centrale de #Paluel participera à la Fête de la Science. Il reste 8 places le 7 octobre et autant le 8 octobre. Inscrivez-vous vite au 02 35 57 69 99. Au programme : conférence sur le fonctionnement d'une centrale nucléaire et visite d'une salle des machines ». Le message est purement informatif voire promotionnel (« il reste 8 places », « inscrivez-vous vite »).

Dans la stratégie de communication globale de la centrale nucléaire, se joue une communication de proximité, à l'oeuvre tout au long des processus communicationnels de la centrale nucléaire.

#### b) S'ancrer dans le quotidien du territoire : la communication de proximité

Le Baromètre Actuel d'EDF en 2020<sup>38</sup> dresse le profil suivant : le visiteur « typique » de site EDF est un homme, rural, âgé de 50 ans et plus, issu d'un milieu social aisé. Les centrales nucléaires étant construites dans des zones rurales, on peut donc imaginer que le visiteur « rural » et en fait un visiteur de proximité. Selon Julia Dumont, chargée de communication de territoire à la centrale nucléaire de Paluel « Nos visiteurs sont principalement des riverains, curieux et intéressés de découvrir la centrale nucléaire implantée sur leur territoire. Celle-ci fait partie intégrante du paysage territorial, c'est assez naturel pour eux d'aller la visiter. »<sup>39</sup> Effectivement, la centrale s'intègre dans un territoire donné et devient souvent un lieu d'attraction pour les populations avoisinantes. La centrale représente une forte activité économique pour le territoire et en ce sens est souvent liée d'une manière ou d'une autre aux riverains et riveraines. Selon Sandra Bernon, responsable communication à la centrale de Saint-Alban « L'entourage des riverains ou les riverains eux-mêmes sont toujours liés à la centrale : soit ils y travaillent, y ont travaillé, ou ils connaissent un proche qui y travaille. »<sup>40</sup> Ainsi, la proximité des riverains et riveraines de la centrale vis-à-vis de celle-ci en font des cibles privilégiées des visites. C'est ce que souligne Patrice de la Broise dans *Accueillir du public dans l'entreprise en activité* : « on y vient très souvent par proximité, pour essayer de mieux connaître [...] cette industrie qui participe de la vie familiale, qui participe d'une communauté

---

<sup>38</sup>Enquête qualitative IPSOS septembre 2020 - Enquêtes Satisfaction post-visite - Base : répondants ayant visité un site EDF il y a moins de 10 ans

<sup>39</sup> Voir entretien numéro 2 : Julia Dumont, chargée de communication à la centrale nucléaire de Paluel

<sup>40</sup> Voir entretien numéro 1 : Sandra Bernon, responsable communication à la centrale nucléaire de Saint-Alban



restreinte sur le plan local. »<sup>41</sup>. Il est ici primordial de définir le périmètre « riverain » et de noter l'évolution qui a marqué les populations riveraines des centrales nucléaires ces dernières années. Étaient auparavant considérées comme riveraines les populations vivant dans un rayon de 10 km autour de la centrale. En 2016, Ségolène Royal, alors Ministre de l'Environnement et de l'Énergie, étend géographiquement le Plan Particulier d'Intervention (PPI)<sup>42</sup> : désormais les riverains et riveraines de centrales nucléaires sont ceux et celle habitant dans un rayon de 20 km autour de la centrale. Cet élargissement s'accompagna d'une prévention de la thyroïde de l'iode radioactif en cas d'incident nucléaire. C'est ainsi que les 2 millions de français et françaises vivant à proximité d'une centrale nucléaire française se sont vus.es recevoir des comprimés d'iode à conserver chez eux.elles et à utiliser en cas d'incident nucléaire.

Selon Fanny Lopez<sup>43</sup>, l'enjeu des visites de centrales est la mise en scène d'une proximité bienveillante, d'une cohabitation réussie entre ces lieux de l'énergie et les habitants des territoires. La communication de proximité rompt avec les promesses de la société de communication telle qu'elle est définie par Erik Neveu<sup>44</sup> dans laquelle la communication envahit tous les domaines, des activités sociales à la politique, créant un véritable mythe communicationnel véhiculés par les médias de masse et le numérique. La communication de proximité, est par définition une communication qui cherche à atteindre une cible proche. À la différence du village global tel qu'il est pensé par MacLuhan, symbole de globalisation qui permettrait une transmission des informations rapidement et à grande échelle, la communication de proximité ne cherche pas à atteindre un maximum de récepteurs et réceptrices du message mais plutôt à bâtir une relation de confiance basée sur l'interaction. La communication de proximité renverse le modèle béhavioriste de la communication dans lequel le récepteur du message serait passif, conditionné et manipulé par les médias à qui on injecterait de l'information sans que celui-ci ne réagisse : à l'image de malades qui recevraient des substances chimiques par le moyen d'une seringue hypodermique<sup>45</sup>. Thierry Libaert, définit la communication de proximité en ces termes : « La communication de proximité

---

<sup>41</sup> DE LA BROISE Patrice, « Accueillir du public dans l'entreprise en activité », *Études de communication*, 21, 1998, pp. 123-136

<sup>42</sup> Le plan particulier d'intervention est un dispositif local défini en France pour protéger les populations, les biens et l'environnement, pour faire face aux risques particuliers liés à l'existence d'une ou de plusieurs installations industrielles.

<sup>43</sup> LOPEZ Fanny, « Les touristes du nucléaire : l'enjeu de l'accessibilité des sites de production EDF, 1974-1991 », Victoires éditions, *Annales historiques de l'électricité* n°12, 2014, pp. 65-75

<sup>44</sup> NEVEU Erik, *Une société de communication ?*, Clefs Politique, 2001, 160 p.

<sup>45</sup> Renvoie au concept de la seringue hypodermique par Harold Lasswell développé dans *Propaganda Technique in the World War* en 1927, s'inscrivant dans le mouvement béhavioriste.

réfute l'approche unidirectionnelle. Elle recherche un dialogue sincère et ouvert avec autrui sur la base d'une reconnaissance de ses intérêts et de ses attentes. Elle s'efforce d'apporter des solutions sans les imposer, c'est-à-dire sur la base d'une réelle écoute et de l'acceptation initiale de solutions alternatives. ». La communication de proximité s'articule à deux niveaux : une communication locale (riverains, élus.es locaux.ales, associations locales) et une communication de communauté, qui est élargie par rapport à la communication locale (les écoles, les milieux scientifiques, les entreprises de proximité etc). Concernant les centrales nucléaires, la communication de proximité s'illustre de différentes façons. La communication de proximité peut se déployer via des canaux locaux tels que des journaux locaux, de campagnes d'affichage dans les rues, de documents d'information dans les offices de tourisme. Par exemple, la centrale nucléaire de Paluel a lancé en 2018 l'opération « Chic il pleut ! » Qui mettait en scène le personnage d'Adélaïde, une petite fille qui invitait les enfants à se rendre à la centrale nucléaire en jour de pluie. Cette opération s'était accompagnée d'une campagne d'affichage dans les offices de tourisme de la région afin de cibler les familles riveraines de la centrale. On y retrouve des codes sémio-discursifs enfantins révélateurs de la cible à qui s'adresse cette campagne.



*Source : Campagne Chic Il pleut - Centrale Nucléaire de Paluel*

La communication de proximité s'illustre également à travers les Commissions Locales d'Information (CLI) qui ont été créées suite à la loi relative à la Transparence et à la Sécurité Nucléaire de 2006. Ces commissions sont composées d'élus.es locaux.ales, délégués.ées syndicaux.ales et d'associations locales. Selon le site internet du département de la Drôme, « Instance de débat et de vigilance, les CLI assurent une mission générale de suivi, d'information et de concertation en matière de sûreté nucléaire, de radioprotection et d'impact des activités du site nucléaire sur les personnes et l'environnement ». Les CLI sont des espaces d'échanges qui rassemblent des acteurs locaux aux opinions hétérogènes et visent à favoriser l'information et la concertation avec ceux-ci, notamment sur les questions de sécurité et de sûreté.

Pour Thierry Libaert, la communication de proximité est finalement une communication d'acceptabilité. La visite de centrales nucléaires s'ancre amplement dans cette communication de proximité et d'acceptabilité car elle est un moyen d'ouvrir les portes du site aux riverains et riveraines, de créer un lieu d'échange et d'interaction pour répondre à toutes leurs questions. En leur donnant les clés pour appréhender le fonctionnement d'une centrale nucléaire, EDF permet ainsi de les informer et de dissiper les craintes. Paul-Emmanuel Schoeller explique « En local, nous pouvons développer une vraie relation de confiance avec les riverains. Visuellement, ils savent que la centrale est là, on croise les riverains au quotidien. Lorsque j'étais directeur de la communication de la centrale de Chinon, je voyais très clairement cette relation de proximité à l'oeuvre. Quand j'allais au supermarché du coin, les riverains me reconnaissaient, ils me posaient des questions et j'y répondais. ».

Ce processus d'information à travers les visites de centrales nucléaires s'articule autour de deux notions : la pédagogie et la transparence.

## **II. Favoriser l'accès à l'information : des clés de lecture pour appréhender un domaine complexe**

Selon le dictionnaire Larousse, informer peut être défini comme le fait de faire savoir quelque chose à quelqu'un, le porter à sa connaissance, le lui apprendre. La notion d'information est primordiale lorsque l'on parle des centrales nucléaires, compte tenu du sentiment d'opacité qu'elles peuvent véhiculer. Rappelons que les centrales nucléaires demeurent les installations perçues comme les plus probables de provoquer un accident grave ou une catastrophe<sup>46</sup>. Dans un souci d'information autour de la sûreté des centrales nucléaires, il est important pour l'entreprise d'une part, d'ouvrir les portes de ses installations, et d'autre part d'informer de façon pédagogique et transparente, sous le format de l'échange, avec les visiteurs et les visiteuses. En amont des visites de centrales nucléaires, EDF développe tout un dispositif pour faire comprendre le fonctionnement de ses installations. Il existe une page dédiée sur le site internet permettant de comprendre le fonctionnement d'une centrale à travers un texte d'explication détaillant les trois circuits propres au fonctionnement d'une centrale : le circuit primaire, le circuit secondaire et le circuit de refroidissement. Le texte est illustré ensuite par une vidéo d'environ trois minutes qui rend compte de l'intérieur d'une centrale. En bas de la page, un petit quizz d'une dizaine de questions donne ensuite l'occasion à l'utilisateur et à l'utilisatrice de tester ses connaissances suite aux informations

---

<sup>46</sup> Selon le Baromètre IRSN 2021 : La perception des risques et de la sécurité par les Français

venant de lui être transmises. Cette rubrique sur le site internet d'EDF est complétée par d'autres supports d'informations tels que par exemple les épisodes du podcast Watt? Qui permettent, via l'intervention d'experts et d'expertes, d'expliquer différents aspects de l'énergie nucléaire (fonctionnement d'une centrale, gestion des déchets radioactifs...), ou encore des vidéos comme celles « Cimer Albert » dont l'objectif est, en moins d'une minute, de rompre avec une idée reçue sur le nucléaire. L'idée est de faire de la pédagogie avec humour à travers ce personnage d'Albert, pour mieux comprendre l'énergie nucléaire.

#### a) La pédagogie : renforcer l'accessibilité d'un sujet d'expertise scientifique

Comme nous l'avons vu précédemment, le nucléaire est un sujet complexe, clivant et d'expertise. Les riverains et riveraines d'une centrale nucléaire peuvent habiter depuis des années à côté de la centrale, savoir qu'elle existe voire même passer à côté de manière régulière, sans toutefois connaître son fonctionnement et l'intérieur de celle-ci. De fait, il y a un véritable enjeu de pédagogie dans le cadre des visites de centrales nucléaires. La pédagogie fait référence à l'art d'enseigner<sup>47</sup> et est souvent relié à l'éducation des enfants (le mot « pédagogie » vient du grec παιδαγωγία signifiant éducation des enfants). Il y a donc dans la pédagogie l'idée de rendre quelque chose accessible, facilement compréhensible, à travers l'enseignement. Concernant le nucléaire, il y a un enjeu de vulgarisation particulièrement important au regard de la technicité que celui-ci représente. Selon le baromètre Actu mené par EDF en juillet 2020, les motivations principales des visiteurs et visiteuses de sites EDF sont la curiosité, l'attrait pour le spectaculaire et la pédagogie. On peut considérer que la plupart des visiteurs et visiteuses des centrales nucléaires ne sont pas des spécialistes du domaine du nucléaire. C'est pourquoi, EDF met un point d'honneur à rendre les visites pédagogiques et accessibles à un public profane. Tout d'abord, les visites sont effectuées par des guides de conférence, qui suivent un parcours de visite préalablement établi. Ces guides proviennent de sociétés prestataires externes mais sont évidemment informés.es sur le fonctionnement d'une centrale. Le fait que les visites soient effectuées par une société prestataire externe permet indirectement d'éviter l'usage d'un vocabulaire trop technique pouvant émaner des techniciens et techniciennes de la centrale, au risque de générer une incompréhension de la part des visiteurs.ses et renforcer le sentiment d'opacité. Les entreprises industrielles qui décident d'ouvrir leurs portes au public ont conscience que celui-ci ne sera généralement pas familier au fonctionnement d'une centrale. Il y a donc dans le fait d'ouvrir la centrale au public, une volonté de

---

<sup>47</sup> Selon le dictionnaire Larousse

vulgariser afin de simplifier la compréhension du public visiteur. Yves Jeanneret<sup>48</sup>, dans son article *Le choc des mots : pensée métaphorique et vulgarisation scientifique*, parle de « récit et explication scientifique » au service de la vulgarisation. Le mot « récit » est intéressant ici car il illustre à quel point le choix des mots est important. La personne en charge de l'explication (ici le ou la guide de conférence) devient un narrateur qui produit un récit au service de la vulgarisation scientifique. Pour Yves Jeanneret, cette vulgarisation scientifique s'articule autour de métaphores en tant qu'effets de style. La métaphore est très souvent utilisée dans l'enseignement afin d'expliquer quelque chose de complexe, en prenant appui sur des éléments connus de tous et toutes et accessibles, provenant notamment de la vie quotidienne. Les visites de centrales nucléaires n'y dérogent pas puisqu'il n'est pas rare pour les guides d'avoir recours aux métaphores dans le cadre de leur explication. Par exemple, lors de l'explication du schéma de production d'électricité d'origine nucléaire, le bâtiment réacteur peut être comparé à une cocotte-minute. L'emploi de cette métaphore s'explique par le fait que lorsque la réaction nucléaire se produit dans le bâtiment réacteur, l'eau y est chauffée pour générer de la vapeur et la conserver en la faisant monter en pression, à la manière d'une cocotte minute. Ici, la comparaison à la cocotte minute permet de faire appel à une référence du quotidien pour expliquer un phénomène à première vue complexe.

Le parcours de visite est organisé de façon à pouvoir apporter le maximum d'éléments, de la manière la plus claire et compréhensible possible, structurée en entonnoir. À l'arrivée du public dans la centrale, leur est présenté le groupe EDF dans son ensemble, ses activités, le secteur de l'énergie puis un zoom est effectué sur le nucléaire, et enfin sur les centrales. Nous pouvons considérer cette présentation comme une introduction à la visite, permettant aux visiteurs et visiteuses de se plonger dans l'environnement qui va être le leur durant une demi journée. Ensuite est détaillé le processus de production d'électricité d'origine nucléaire et le fonctionnement « simplifié » d'une centrale. Cette partie de la visite permet d'une part de rentrer dans le vif du sujet et d'autre part de détailler les éléments qui seront ensuite vus dans le parcours de visite, notamment en salle des machines<sup>49</sup>. La salle des machines est dans un sens, le point culminant de la visite car c'est souvent la partie qui impressionne le plus le public. Si l'on reprend notre figure de l'entonnoir, elle en serait le bout. Effectivement, la salle des machines permet de consolider tout ce qui a été expliqué auparavant par le ou la guide et d'illustrer concrètement ce qui a été dit. Les visiteurs et

---

<sup>48</sup> JEANNERET Yves, « Le choc des mots : pensée métaphorique et vulgarisation scientifique. » *Communication et langages*, n°93, 3<sup>ème</sup> trimestre 1992. pp. 99-113

<sup>49</sup> « La salle des machines abrite la turbine à vapeur et l'alternateur, le condenseur, suivi de turbopompes alimentaires et les locaux périphériques d'exploitation. », SFEN

visiteuses peuvent observer le pilotage de la machine et ainsi, la façon dont est produite l'électricité d'origine nucléaire.

Enfin, la pédagogie se retrouve également dans l'organisation même d'une visite. Celles-ci ont lieu en groupes restreints qui n'excèdent souvent pas 10 à 15 personnes. Cela permet de créer un échange privilégié avec le public, qui est alors libre de poser toutes les questions souhaitées. La visite en physique favorise la notion de feedback, dans laquelle le public devient actif. Cette notion de feedback fait référence au schéma de la communication tel qu'il a été théorisé par Norbert Wiener. Alors que le schéma de la communication de Shannon et Weaver en 1949, ne considérait la communication que de manière unidirectionnelle : un émetteur envoie un message à un récepteur, l'apport de Norbert Wiener permet l'introduction de la notion de feedback. Avec le feedback, le récepteur peut devenir actif, et être à son tour émetteur. Il y a une dimension d'échange qui n'est pas présente dans le schéma de la communication vu par Shannon et Weaver. C'est exactement l'illustration qui est faite ici. Un public qui regarde une vidéo explicative sur la production d'électricité d'origine nucléaire est passif et a peu de possibilités de transmettre un feedback immédiat. C'est une information que l'on pourrait qualifier de descendante : bien que l'émetteur ait tout de même la possibilité de commenter la vidéo via une rubrique commentaires, il ne peut pas enrichir ou modifier le contenu du message car celui-ci est déjà verrouillé. Tandis que la visite est interactive et lui permet de poser des questions, de manifester (de manière physique ou verbale) son incompréhension, voire éventuellement son désaccord. C'est ici que la pédagogie prend tout son sens dans la visite de centrale nucléaire : laisser la possibilité au public de poser des questions, répondre à ses interrogations et ses craintes et permettre un échange constructif. C'est aussi la raison pour laquelle, bien que le parcours de visite soit globalement standardisé et commun à toutes les centrales nucléaires de France, chaque visite est différente car il y a une partie de celle-ci qui est laissée au « contrôle » des visiteurs et visiteuses qui peuvent décider de détailler un sujet plutôt qu'un autre en posant des questions ou en exposant des remarques. Pour Paul-Emmanuel Schoeller<sup>50</sup>, c'est dans le dialogue que se trouve tout l'enjeu de la pédagogie : « Il n'y a pas de nucléaire sans dialogue. Derrière ça, il y a un enjeu de pédagogie qui revient à dire qui nous sommes et ce que nous faisons. Ce qui est important pour nous c'est de dire au bon moment, au bon endroit et surtout dans la bonne forme. Dire tout le temps ça n'a aucun sens, il faut dire au bon moment. Il faut être en capacité de dialoguer avec les gens quand ils ont des questionnements, faire preuve de pédagogie. ».

---

<sup>50</sup> Voir entretien numéro 4 : Paul-Emmanuel Schoeller, directeur de la communication nucléaire et thermique du groupe EDF

Au-delà de la pédagogie, notion primordial de la vulgarisation scientifique et des ouvertures de centrales nucléaires au public, l'information des visiteurs et visiteuses se jouent également à travers un phénomène de transparence.

#### b) La transparence : vers la centrale nucléaire comme espace public

La notion de transparence est de plus en plus centrale dans le discours des entreprises. Les consommateurs et consommatrices ont fait place à des consommacteurs.actrices, bien plus avisés.es et informés.es, dont la méfiance vis à vis des discours de marque s'est accrue. Ces nouvelles formes de consommation attendent de la part des entreprises de la transparence et de l'authenticité, et ne veulent plus être la cible d'entreprises hermétiques aux messages mensongers. La transparence est définie ainsi par le dictionnaire Larousse : parfaite accessibilité de l'information dans les domaines qui regardent l'opinion publique. Dans un secteur aussi controversé que celui du nucléaire, il est évident que la notion de transparence fait débat. Thierry Libaert, dans *La transparence en trompe-l'oeil*, écrivait « la transparence oui, mais à condition qu'elle reconnaisse la part irréductible du secret ». Selon lui, il faut combattre l'idée selon laquelle l'opacité serait nécessairement synonyme « d'avoir quelque chose à cacher » et il arrive parfois que le maintien du secret s'impose. Cela est effectivement vrai pour le secteur du nucléaire, qui, à l'image du secteur de la défense, se doit de garder certaines informations secrètes au public, par souci de confidentialité et de protection collective. Communiquer sur des secteurs à risque comme le nucléaire s'avère un exercice complexe dans la mesure où tout cacher au public reviendrait à renforcer le sentiment d'opacité et rompre la relation de confiance avec l'entreprise. Par ailleurs, donner trop de détails sur le risque pourrait avoir les conséquences inverses, mais tout aussi négatives pour l'entreprise : la non compréhension du discours autour du risque, si il est trop complexe, pourrait alors inquiéter le public et entraîner des réactions impulsives (comme par exemple une manifestation pour ordonner la fermeture du site nucléaire). Il y a donc un équilibre à trouver entre le fait de ne pas en dire assez et le fait d'en dire trop. Il y a vraisemblablement des points qui sont moins abordés lors des visites notamment le sujet du terrorisme nucléaire, par souci de confidentialité.

Pour Paul-Emmanuel Schoeller, « la transparence c'est dire à une personne ce qu'elle n'aimerait pas entendre par d'autres que nous. ». L'idée derrière la visite d'une centrale nucléaire n'est pas de faire disparaître l'existence du risque dans l'esprit du public mais bien de lui faire comprendre que celui-ci est maîtrisé. Lors de l'explication du fonctionnement de la centrale nucléaire au public, ce dernier est informé des processus en termes de sûreté et sécurité nucléaire. Sandra Bernon, responsable communication à la centrale de Saint-Alban explique : « Nous avons beaucoup de questions sur Tchernobyl et Fukushima : comment cela a pu arriver ? Qu'est-ce qu'il s'est véritablement passé ?



Notre rôle est d'expliquer le contexte, de retracer les événements avec le public et de montrer dans quelle mesure un accident nucléaire à l'image de Tchernobyl a peu de chance de se produire en France aujourd'hui. Le risque nucléaire existe, nous le savons et le public aussi. Derrière l'explication des processus de sécurité et de sûreté nucléaire, on montre au public que nos centrales nucléaires sont maîtrisées et cela rassure nos visiteurs. ». Avant même que le visiteur ou la visiteuse ne pénètre dans la centrale nucléaire, un ensemble de signes permet de le/la rassurer sur la notion de sécurité. Effectivement, l'accès à une centrale nucléaire est réglementé. Chaque personne extérieure est alors soumise à une enquête en amont, qui doit être effectuée dans le mois précédant la visite de centrale. Une fois les éléments d'identité du visiteur ou de la visiteuse envoyés, la centrale nucléaire fait parvenir une liste des procédures dont il faut avoir connaissance avant de visiter la centrale : l'interdiction d'apporter un téléphone portable ou un sac sur le site, l'obligation de porter un pantalon et des manches longues pour entrer en salle des machines etc. Cela confère un rôle d'acteur au public visiteur, qui devient d'une certaine façon ambassadeur de la sécurité au sein de la centrale. Une fois sur les lieux de la centrale, un peloton de gendarmerie est présent afin d'assurer la sécurité du site. Ces différents éléments sont loin d'être anecdotiques puisqu'indirectement ils permettent de véhiculer le message suivant : l'accès à une centrale nucléaire est fortement réglementé et n'importe qui ne peut pas y rentrer. Ce faisant, cela permet de rassurer le public sur la capacité d'EDF à gérer la sécurité de ses installations. Selon Saskia Cousin dans *Industrie de l'évasion ou entreprise d'encadrement ? Le cas du tourisme industriel*, « produire un message sur le contrôle démocratique possible et assurer ainsi de la sécurité des installations et de la qualité des produits est l'un des ressorts principaux du tourisme industriel »<sup>51</sup>. En réalité, le simple fait d'ouvrir les portes d'une centrale nucléaire est déjà un argument en faveur de la transparence. Cela revient pour EDF à dire « venez voir par vous-mêmes, nous n'avons rien à cacher ». Effectivement, c'est ce que souligne Saskia Cousin : « Le fait de se déclarer ouvert – à tous – permet en effet de sous-entendre que l'on n'a rien à cacher ». C'est ici que la théorie de Marshall McLuhan « Medium is the message »<sup>52</sup> prend tout son sens : ici le medium est la visite, et c'est donc la visite qui serait le véritable message plus que le contenu de la visite en elle-même. Le public est invité à pénétrer dans la centrale nucléaire, à en découvrir le fonctionnement et en ce sens il devient membre d'un espace, de même que la centrale devient espace public. Fanny Lopez le souligne d'ailleurs la mutation symbolique des centrales nucléaires dans son ouvrage : « La centrale en activité n'est plus une infrastructure close et monofonctionnelle, c'est un outil de régénération urbaine ouvert à un public

---

<sup>51</sup> COUSIN Saskia, « Industrie de l'évasion ou entreprise d'encadrement ? Le cas du tourisme industriel. » *Quaderni*, n°44, Printemps 2001. *Les industries de l'évasion*. p. 62

<sup>52</sup> Le message c'est le médium



qui s'est emparé du débat sur son avenir. ». Le public devient une véritable partie prenante de la centrale nucléaire tout au long du processus de visite : en arrivant sur les lieux il se soumet à des règles de sécurité et y participe, il pose des questions et obtient des informations : en d'autres termes il s'approprie le lieu centrale nucléaire et il en fait partie. La transparence favorise l'acceptabilité puisqu'elle sous entend qu'on offre au public une place dans cet éco-système lui permettant de prendre connaissance des tenants et des aboutissants d'une centrale.

Un autre argument en faveur de la transparence des visites de centrales nucléaires est que celles-ci sont entièrement gratuites. Ce paramètre est important car il signifie plusieurs choses : d'une part que la visite n'est pas soumise à des freins d'ordres économiques : n'importe quelle personne souhaitant visiter une centrale et remplissant les conditions de sécurité préalables, peut le faire. Il y a dans la gratuité de la visite de centrale nucléaire, l'idée que c'est un lieu *accessible* dans lequel le public a une place qui lui est légitime. D'autre part, cela signifie que le groupe EDF ne tire a priori aucun avantage financier direct des visites de centrales nucléaires et donc que l'ouverture de ses sites industriels est à priori motivé par la volonté de transparence et de pédagogie auprès du public.

La pédagogie et la transparence sont les deux moyens d'information plébiscités lors des visites de centrales nucléaires. Cela permet de créer une relation de confiance avec le public, au service de l'acceptabilité. Celle-ci se joue également à travers le parcours de visite, de plus en plus pensé de manière à intégrer les territoires dans la stratégie.

### **III. Un parcours de visite ancré dans le territoire**

La centrale nucléaire est intégrée à un territoire donné et interagit avec les différentes parties prenantes de ce territoire. La centrale fait partie intégrante du territoire sur lequel elle est implantée et cela à plusieurs niveaux : d'une part elle occupe largement le paysage puisque les centrales nucléaires sont des sites industriels imposants, et les riverains et riveraines sont amenés.ées à régulièrement passer devant celles-ci. D'autre part, elles participent à l'attractivité du territoire. Selon Marie-Pierre Mouton, Présidente du Conseil départemental de la Drôme : « Ce territoire a grandi avec le nucléaire, la centrale y est implantée depuis des années, on a tous une personne dans nos proches qui est liée à la centrale ». Les principales parties prenantes de la centrale sont avant tout territoriales. D'où la nécessité de les prendre en considération dans le parcours de visite afin de produire un contenu adapté à leurs attentes.

a) Des parties prenantes territoriales, des cibles différentes qui nécessitent d'adapter le discours

Les principaux publics des centrales nucléaires sont des publics scolaires. Effectivement, il est fréquent que les écoles des environs de la centrale viennent la visiter. Selon Julia Dumont, chargée de communication à la centrale nucléaire de Paluel, cela en fait des cibles particulièrement stratégiques : « Les jeunes grandissent avec les clichés sur le nucléaire, hérités majoritairement de la culture populaire. Leur ouvrir les portes de nos centrales nous permet de créer un moment d'échange avec eux et la possibilité de leur faire voir le nucléaire sous un jour nouveau. ». Sous la cible « écoles » nous pouvons en différencier 2 : les collèges/lycées et les écoles supérieures. La plupart du temps, les centrales nucléaires ont des contacts privilégiés avec les enseignants et enseignantes des écoles environnantes, qui renouvellent la visite de centrale nucléaire avec leurs classes chaque année. Selon la cible, le parcours de visite sera différent afin de s'adapter au mieux aux besoins et attentes de celle-ci. Pour les collèges et les lycées, les élèves seront une cible que l'on peut considérer presque « ignorante » sur le sujet. Effectivement, le nucléaire n'est pas une préoccupation quotidienne et la plupart vivent encore au domicile familial donc ne sont pas concernés par les problématiques de consommation d'électricité. De plus, la visite de centrale nucléaire s'inscrit souvent dans le programme scolaire donc ce n'est pas une visite à priori « choisie » par les élèves mais qui relève plutôt de la décision de l'enseignant ou l'enseignante. Il est donc important de redoubler de pédagogie et de moyens ludiques pour conserver leur attention. En dehors des visites scolaires, d'autres visites sont pensées dans le but de correspondre aux enfants tels que des « escape game<sup>53</sup> », des animations à l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine ou encore de la Fête de la Science. La centrale nucléaire de Paluel organise par exemple des ateliers destinés aux enfants sur différents thèmes : faire des consommations d'énergie, se glisser dans la peau d'un travailleur du nucléaire, comprendre les énergies bas carbone...un programme varié qui s'articule autour de 3 notions clés : comprendre, manipuler et jouer, pour faciliter la compréhension des enfants. Par ailleurs, les écoles supérieures sont souvent des écoles en lien avec les métiers de l'industrie, principalement des écoles d'ingénieurs. Ici, la cible est beaucoup plus informée et avertie que ne l'est la cible collèges/lycées car les étudiants et étudiantes sont familiers.ères au vocabulaire technique et scientifique, parfois même familiers.ères à la production d'électricité nucléaire. Ici, le parcours de visite sera différent et davantage orienté sur la technicité des installations mais également sur les enjeux de marque employeur puisque ces écoles abritent les futurs et futures travailleurs.es du nucléaire. Par exemple, la visite va davantage faire intervenir les employés et employées de la centrale qui vont pouvoir partager leur métier aux étudiants.es.

---

<sup>53</sup> En français : jeu d'évasion

Par ailleurs, comme nous le disions précédemment, les populations riveraines sont une cible particulièrement stratégique pour EDF. On différencie deux types de populations riveraines : celles de proximité, c'est à dire celles habitant dans un rayon de 15km de la centrale et celles de périphérie qui vivent dans un rayon de 20km de la centrale. Chaque année, EDF publie le Baromètre Riverains<sup>54</sup>, une étude d'opinion visant à analyser l'opinion des riverains et riveraines vivant à proximité des sites nucléaires (entre 0 et 20km). Ces résultats permettent de faire émerger des axes stratégiques concernant les parcours de visites des centrales nucléaires. Julia Dumont, chargée de communication à la centrale de Paluel explique : « Notre stratégie de visite annuelle se base sur les résultats du Baromètre Riverains. Ces résultats nous permettent de comprendre les sujets qui posent problème aux riverains et nous orientons la stratégie de visite en ce sens. Une année, nous avons vu que la question de la gestion des déchets générait beaucoup d'inquiétudes et d'interrogations : pour cela nous avons créé une visite spécialement conçue sur la question des déchets. ». Le Baromètre Riverains permet ainsi d'adapter au mieux le parcours de visite aux attentes des cibles. Il est important de différencier ici les populations riveraines de proximité et les populations riveraines de périphérie. Effectivement, ces dernières n'ont été considérées comme partie prenante de la centrale qu'au moment de l'extension du PPI. C'est pourquoi, elles sont globalement moins informées sur la centrale que celles de proximité : seuls 60% d'entre elles savent qu'il est possible de visiter la centrale (contre 80% des riverains et riveraines de proximité), 22% n'ont pas eu connaissance de la campagne de distribution de comprimés d'iode (contre 16% des riverains et riveraines de proximité), 35% ne connaissent pas les réflexes à adopter en cas d'alerte donnée (contre 27% des riverains et riveraines de proximité). C'est ce que souligne Bertrand Ringot, maire de Gravelines : « À Gravelines tout le monde est convaincu de la pertinence et de l'intérêt de l'installation. Néanmoins plus on s'éloigne plus il faut argumenter et faire preuve de pédagogie. ». Selon Sandra Bernon, « Les riverains vivant entre 10 et 20 km de la centrale sont un véritable enjeu. Certains ne savent parfois même pas qu'ils vivent à proximité d'une centrale nucléaire. Il y a un véritable travail de pédagogie à effectuer pour les informer et également les rassurer. ».

Effectivement, plus on s'éloigne de la centrale nucléaire, moins les populations riveraines se sentent concernées par celle-ci. Yvonne Cougnard, riveraine de la centrale de Dampierre en Burly et résidant à Lorris explique : « Je sais que la centrale existe mais je ne savais pas que l'on pouvait la visiter. Je ne me sens pas vraiment concernée car je ne la vois pas au quotidien : je ne suis pas amenée à passer devant et je ne connais personne qui y travaille. Nous avons reçu par la poste une information nous indiquant la procédure pour les comprimés d'iode mais à vrai dire, je ne m'y suis

---

<sup>54</sup> Enquête réalisée par l'institut BVA auprès d'un échantillon représentatif de la population résidant à proximité des 21 sites nucléaires français (en activité ou en déconstruction) par téléphone

pas vraiment intéressée<sup>55</sup>. ». La connaissance du périmètre d'intervention est souvent peu connue chez les populations riveraines de périphérie : seuls 60% d'entre elles ont conscience de vivre dans un rayon de 20km de la centrale nucléaire et donc d'être considérées comme des riveraines de celle-ci<sup>56</sup>. Ce faisant, elles considèrent moins l'ancrage territorial de la centrale que les riverains et riveraines de proximité. Par exemple, 85% des populations riveraines de proximité considèrent que le site nucléaire a un impact positif sur l'emploi du territoire contre 78% de celles de périphérie. En d'autres termes, il y a un véritable enjeu de « faire venir » ces populations et d'effectuer de la pédagogie en faveur de l'acceptabilité de ce qu'elles considèrent comme une nouvelle partie prenante de leur territoire. La proximité avec la centrale doit se jouer d'une façon différente car la centrale n'est pas partie inhérente du territoire des riverains.es de périphérie au même titre que les riveraines.es de proximité. En effet, il est important de créer une opportunité de dialogue avec eux et elles, et les impliquer sur le territoire au-delà de la simple distribution de pastilles d'iode. Selon Paul-Emmanuel Schoeller : « Bien souvent, ces nouveaux riverains n'y connaissent presque rien, ils n'ont pas la même que les riverains de proximité historiques. Il faut repartir de la base. ». D'où la nécessité pour la centrale nucléaire de s'adapter à la cible qui la visite en produisant un discours pertinent et qui fasse sens au regard de leurs profils et de leurs attentes.

Les centrales nucléaires organisent également des visites à destination d'un public dit « VIP », à savoir les élus.es locaux.ales, les pouvoirs publics, les associations locales et les entreprises industrielles. Là encore, le message sera différent. Par exemple, pour les élus.es locaux.ales, il s'agira davantage de montrer que la centrale crée une véritable dynamique économique sur le territoire. Pour les associations environnementales, potentiellement réfractaires au nucléaire de par la nature de leur action, il s'agira davantage de traiter la question de l'impact environnemental de l'énergie nucléaire et la question des déchets. Ces publics « VIP » ont accès à des lieux fermés au public comme par exemple les réacteurs. Il y a dans la visite des VIP une dimension politique qui se retrouve moins dans la visite par le grand public, d'où la nécessité d'adapter le message en fonction de la cible.

En s'insérant sur un territoire donné, les centrales nucléaires créent du lien avec celui-ci (riverains et riveraines, écoles, élus.es locaux.ales...) et est vecteur de dynamisme. Selon Patrice de la Broise, « l'entreprise va inscrire factuellement son activité dans une préoccupation communautaire, elle va déclarer et montrer qu'elle s'ancrage localement et qu'elle fait partie du dynamisme et d'une culture locale ou régionale. ».

---

<sup>55</sup> Propos recueillis lors de la visite de la centrale nucléaire de Dampierre-en-Burly

<sup>56</sup> Selon le Baromètre Riverains

b) L'ancrage territorial : intégrer le territoire dans le parcours de visite

La relation entre un site industriel à risque et son territoire peut être parfois complexe, car celui-ci fut être ressenti comme « imposé » aux populations locales. Cela entraîne parfois des rapports de force entre le territoire, qui vit l'installation du site comme une invasion, et le site industriel. Ce rapport de force s'est illustré dans la bande dessinée *Cent Mille Ans : Bure ou le scandale enfoui des déchets nucléaires*<sup>57</sup>, qui fait le récit de 85 000 mètres cubes de déchets radioactifs qui doivent être enfouis dans le village de Bure. La couverture de la bande dessinée illustre ce sentiment d'invasion et d'oppression vécu par les populations : on y voit une excavatrice à godets géante, qui, à la manière d'un rouleau compresseur s'apprête à anéantir le village. Cette représentation du conflit territorial s'illustre notamment dans les stratégies « ZAD »<sup>58</sup>, par exemple déployées dans le cadre du projet de l'aéroport de Notre-Dame-des-Landes. Le cas de l'implantation des centrales nucléaires est toutefois à remettre dans un contexte temporel : la plupart des centrales nucléaires françaises ont été mises en service avant les années 2000 (sauf Chooz B et Civeaux, dont les réacteurs datent respectivement de 2000 et 2002). Cela signifie que la plupart des riverains et riveraines sur le territoire vivent avec la centrale nucléaire depuis plus de 20 ans, donc que le processus d'acceptabilité a déjà bien été amorcé et que les centrales sont aujourd'hui intégrées dans le territoire. Par exemple, la fermeture de la centrale de Fessenheim (Haut-Rhin) en 2020 a été perçue de manière assez négative par les riverains, riveraines et élus.es locaux.ales car se disaient inquiets.ètes de l'avenir du territoire. Claude Brender, maire de Fessenheim depuis 2014 s'était exprimé auprès de la SFEN en ces termes : « Nous nous sommes battus jusqu'au bout pour éviter la fermeture de la centrale nucléaire. Aujourd'hui, l'enjeu est de continuer à faire vivre la commune après la centrale. ». En effet, le principal risque était de l'ordre économique car Fessenheim employait près de 2000 personnes réparties sur le territoire.

Effectivement, l'implantation d'une centrale nucléaire sur un territoire engendre un fort dynamisme économique pour la région. Selon l'INSEE en 2020, 12 000 emplois dépendent de l'activité nucléaire d'EDF en Centre Val de Loire (qui abrite 4 centrales nucléaires : Chinon, Dampierre sur Burly, Belleville et Saint-Laurent). Chacun des sites se positionne parmi les trois plus importants établissements privés employeurs de son département. Selon le Baromètre Riverains d'EDF, les impacts les plus positifs de la centrale implantée sur le territoire selon les riverains seraient : l'emploi (80%), l'activité économique (74%) et le commerce (60%). La centrale de Paluel compte 2110 employés.es qui assurent au quotidien la production d'électricité et est un atout pour la

---

<sup>57</sup> Pierre Bonneau, Gaspard D'Allens et Cécile Guillar, publié le 15 octobre 2020, La Revue Dessinée, Seuil

<sup>58</sup> Zone À Défendre

formation des jeunes en ayant signé des partenariats avec des écoles locales entraînant l'accueil de 80 apprentis.es et 65 stagiaires en 2020 sur le site. Au-delà de l'emploi stricte des salariés et salariées de la centrale nucléaire, cette dernière permet également le rayonnement économique de la région. Cet ancrage territorial fait partie intégrante de la stratégie de visite qui tend à s'étendre davantage sur le territoire. Par exemple, durant l'été 2021, la centrale de Paluel a mis en place le « circuit vert de l'énergie » en partenariat avec l'Office de Tourisme de Fécamp. Cette initiative permettait aux visiteurs et visiteuses de découvrir les enjeux énergétiques de la centrale tout en parcourant le territoire. Le parcours s'organisait comme tel : la visite débutait à l'Office de Tourisme de Fécamp avec des explications historiques sur la centrale nucléaire de Paluel. Puis le public se rendait à la centrale par bus et y découvrait les installations. À la fin de la visite, ils et elles empruntaient la véloroute du littoral en vélo ou trottinette électrique pour rejoindre l'Office de Tourisme de Fécamp. Sur le parcours, différents arrêts étaient proposés pour découvrir les sites environnants : le Cap Fagnet avec explication du fonctionnement du parc éolien terrestre et du futur parc offshore, la commune de Sassetot-le-Mauconduit. La centrale de Dampierre en Burly a mis en place des randonnées autour de la centrale afin de permettre au public de découvrir les espaces naturels et la biodiversité autour de la centrale. Ce type de visite permet d'allier visite de la centrale nucléaire et découverte du territoire dans lequel elle est implantée en mettant ainsi en valeur le patrimoine territorial. La valorisation du territoire passe également par ce que le pôle patrimoine d'EDF nomme « l'appel à projets artistiques ». Ces appels à projets artistiques ont pour volonté de mettre en lumière les talents artistiques du territoire tout en invitant à porter un regard différent sur les centrales. C'est dans ce cadre, qu'un appel à projet a été lancé à la centrale de Cruas-Meysses dans le but de décorer l'une des tours aéroréfrigérantes de la centrale avec une fresque lumineuse. Cette production artistique a donné lieu à un spectacle de sons et lumières mis en scène par l'artiste Gilbert Coudène.



*Source : EDF REA - Xavier Popy*



Dans le même esprit, la centrale nucléaire de Paluel a inauguré fin septembre 2021 « Le Clos des Lumières » spectacle théâtrale mis en scène par Julien Clugery, metteur en scène local originaire de Fécamp. Grâce à un spectacle de sons, lumières et représentation théâtrale, « Le Clos des Lumières » a permis d'apporter art et originalité à la visite de la centrale, tout en sensibilisant aux différents enjeux du mix énergétique.

Selon Thierry Libaert, l'ancrage territorial des sites industriels s'illustre également à travers le sponsoring ou le mécénat. Effectivement, le dynamisme territorial d'une centrale nucléaire est représenté à travers le soutien financier d'associations, initiatives et projets locaux. La centrale nucléaire de Dampierre en Burly est par exemple partenaire du Festival Musical de Sully en ville de Sully sur Loire. La centrale de Chinon a organisé un concours en partenariat avec le Parc Naturel Régional de Loire-Anjou-Touraine afin de récompenser les éleveurs et éleveuses de la région engagés.es pour la biodiversité). Les initiatives de mécénat et de partenariat sont l'occasion pour les centrales nucléaires de favoriser le rayonnement territorial mais également d'entretenir un lien avec le territoire allant au-delà de son activité nucléaire.

### **Conclusion partielle**

Pour favoriser son acceptation sur le territoire dans lequel elle s'intègre, la centrale nucléaire doit établir une relation de confiance avec celui-ci. En donnant accès à ses sites nucléaires, EDF cherche à bâtir une relation privilégiée avec son public, basée sur l'interaction. La visite des centrales nucléaires s'intègre dans une communication de proximité visant à acquérir la confiance de ses différentes parties prenantes. Sur fond de pédagogie et de transparence, le groupe fait ainsi la lumière sur le fonctionnement d'une centrale nucléaire et la production d'électricité d'origine nucléaire, faisant évoluer la centrale nucléaire vers un espace public. Au-delà de démontrer qu'elle est vecteur de dynamisme économique, elle doit également démontrer qu'elle fait sens sur le territoire et qu'elle le prend en compte. La pédagogie et la transparence sont des moyens efficaces de lutter contre la désinformation et les stéréotypes négatifs qui entachent aujourd'hui l'image du nucléaire.

Cette partie nous a permis de confirmer notre deuxième hypothèse, selon laquelle l'acceptabilité s'inscrit dans une communication de proximité voulue par l'entreprise, permettant d'insérer les centrales nucléaires sur le territoire.

Finalement, à travers l'ouverture de ses sites nucléaires au public, EDF renforce l'image du nucléaire mais également l'image du groupe.

### **Partie 3 : Les visites de centrales nucléaires, un enjeu d'image pour EDF**

Thierry Libaert, dans *La communication corporate* dit « Établir une relation entre une entreprise et le public revient à construire un lien, faire ressortir des points d'intérêts communs, des enjeux concordants. Entrer en relation avec ses publics consiste pour une entreprise à dépasser la transaction, l'acte d'achat ou l'usage ponctuel et introduire une continuité, une « épaisseur temporelle ». Il s'agit de maintenir, d'entretenir ce lien, de le réactiver par les différentes opérations de communication. ». À travers les visites de centrales nucléaires, EDF crée du lien avec le public, crée un cadre d'interaction. Le groupe fait montre d'une prise en compte des enjeux et intérêts du public, sortant ainsi de l'approche unidirectionnelle de l'entreprise vis-à-vis de son public.

Les visites de centrales nucléaires représentent un fort enjeu d'image pour EDF. L'entreprise bénéficie d'une excellente image globale qui est consensuelle et continue : 82% des français ont une bonne opinion du groupe<sup>59</sup>, lui permettant d'asseoir son leadership vis-à-vis de ses concurrents principaux Engie et Total qui bénéficient d'une image moins forte et surtout moins consensuelle. En comparaison hors secteur parmi des entreprises françaises dites « emblématiques » comme E.Leclerc, La Poste, Orange ou encore SNCF, EDF bénéficie de la meilleure réputation globale. L'image d'EDF s'appuie sur des piliers historiques que sont la confiance, la qualité de la relation client et le service public. EDF a donc à coeur de maintenir ses piliers d'image élevés, d'une part car ils lui sont identitaires et d'autre part car ils lui permettent de s'assurer d'une image forte qui n'a par exemple pas été impactée par la crise du Coronavirus (ce qui s'explique aussi par la nature de son service où la pénurie d'électricité n'a pas été un facteur d'inquiétude).

Selon Thierry Libaert, l'image d'une entreprise est composée de perceptions, croyances, impressions d'un individu ou d'un groupe à son propos. Il est important de dissocier l'image voulue par l'entreprise, de celle perçue par le public et de celle objective (c'est à dire reposant sur une analyse sémiologique des signes émis par l'entreprise)<sup>60</sup>. Ici, nous allons voir de quelle manière s'articulent l'image voulue et l'image perçue du groupe. À travers les visites de centrales nucléaires, l'entreprise effectue une mise en récit au service de son image.

#### **I. Une mise en récit de l'entreprise**

Roland Barthes, dans son ouvrage *Poétique du récit* a dit : « Il n'y a pas, il n'y a jamais eu

---

<sup>59</sup> Selon le Baromètre Image 2020 EDF par Kantar Public. Échantillon national de 1009 personnes représentatif de l'ensemble de la population âgée de 18 ans et plus. Enquête réalisée en face-à-face au domicile des répondants du 25 au 29 juin 2020.

<sup>60</sup> LEWI Georges, *La marque*, Vuibert, 2004, 190 p.



nul par, aucun peuple sans récit (...) et bien souvent ces récits sont goûtés en commun par des hommes de culture différente, voire opposée<sup>61</sup> ». Le récit est aux fondements des valeurs de toute entreprise, lui permettant de se construire autour d'une identité définie. La marque est avant tout un système de signes qui, en produisant de la signification, fait entrer les consommateurs et consommatrices dans un univers symbolique. La marque se structure autour d'un discours de marque lui permettant de se doter de valeurs, d'une vision du monde, d'un savoir-faire. C'est ce que Benoît Heilbrunn appelle le niveau axiologique de la marque, qui s'incarne par le noyau dur de celle-ci, les éléments fondateurs qui l'ont construite<sup>62</sup>. Sur notre sujet, le niveau axiologique peut s'incarner par le savoir-faire de la production d'électricité, l'expertise nucléaire. Ce savoir-faire est au cœur de la légitimité de la marque mais pour être crédible, il doit être enrichi par une mise en récit, lui permettant de passer d'un niveau abstrait à un niveau concret. Cette mise en récit permet d'ancrer la marque dans une réalité et de donner du sens à son discours. Pour EDF, cette mise en récit s'illustre notamment par la visite de ses centrales nucléaires, à la fois lieu de production symbolique et incarnation du savoir-faire.

#### a) La visite industrielle, ou l'entrée dans un lieu de production symbolique

Il faut penser la mise en récit de l'entreprise comme un lieu de production symbolique, fonctionnant comme un ensemble de signes permettant de construire un récit porteur de sens. Le sens est important dans notre objet d'études puisque c'est ce qui va permettre de consolider un discours cohérent et substantiel. Selon Nicole D'Almeida, « Les récits d'entreprises racontent l'histoire d'une paternité, sorte de mythe mettant en scène l'acte originel et fondateur. Ils s'en distinguent cependant au sens où ils ne sont pas exclusivement tournés vers le passé mais sont au service du présent et de l'avenir. Au-delà de leur énoncé, ces récits proposent des signes de reconnaissance et d'appartenance ». Nicole D'Almeida distingue deux types de récits, les récits de la maisonnée et les récits de l'engagement. Le groupe EDF se situe dans le récit de l'engagement, c'est à dire un récit qui se construit autour de la notion de mission publique et d'intérêt général. Ce récit d'engagement s'incarne par exemple par la raison d'être du groupe : « Construire un avenir énergétique neutre en CO<sub>2</sub>, conciliant préservation de la planète, bien-être et développement, grâce à l'électricité et à des solutions et services innovants », illustrant les valeurs de service public.

---

<sup>61</sup> BARTHES Roland, « Introduction à l'analyse structurale des récits », *La poétique du récit*, Éditions du Seuil, 1977, 192 p.

<sup>62</sup> HEILBRUNN, Benoît. *La marque*. Presses Universitaires de France, 2007, 128 p.

Il y a dans l'entreprise de service public l'idée que son utilité concrète n'est plus à prouver : effectivement l'électricité est un bien de première nécessité donc EDF a naturellement une place privilégiée dans l'imaginaire collectif. Il y a dans le service public la notion de bien commun qui ancre l'entreprise de service public dans un système de représentation nationale. Le service public a pour objectif de délivrer un service (ici un service industriel et commercial en réseaux) qui puisse être accessible à tous et toutes sur le territoire. C'est ce que soulignent Elie Cohen et Claude Henry en disant que les missions de service public en France sont « un facteur d'identité qui contribue au sentiment d'appartenance à une communauté traitant équitablement ses membres ». Le récit des entreprises de service public comme EDF font partie intégrante de l'Histoire et du patrimoine. Pour Michel Hastings, le service public représente une « pièce majeure de notre roman national » et est un « mythe légitimant ». Il y a dans le patrimoine la notion d'héritage commun, de récit collectif partagé par les citoyens et citoyennes d'un même pays. EDF est la figure majeure de l'électricité en France, et ce depuis toujours. Effectivement, ce qui caractérise aussi le service public est la pérennité, et son intégration dans l'Histoire du pays. La construction des centrales nucléaires est certes liée à l'histoire du groupe EDF, mais également à l'Histoire de la France puisque celles-ci s'insèrent sur le territoire, dans un contexte donné, et intègrent des parties prenantes qui ne sont pas uniquement liées à l'entreprise. Elles font partie d'un récit collectif, celui de la production d'électricité. Les centrales nucléaires sont devenues des éléments fondateurs du patrimoine industriel, également de par leur ancienneté sur leur territoire. Dans un épisode du podcast *Les Pieds sur terre*<sup>63</sup> « Vivre à côté d'une centrale : Saint-Laurent-des-Eaux », un riverain et une riveraine témoignent de leur lien à la centrale nucléaire : Gaston, qui a travaillé au service d'entretien des machines tournantes de la centrale dès son ouverture en 1966 et Nicole qui vit à proximité de la centrale depuis 1975. Ces deux protagonistes, à travers le récit de leur histoire vis à vis de la centrale, participe à cette construction d'histoire commune, de récit collectif du patrimoine industriel. « Auparavant, on les appelait avec humour : "les nouvelles cathédrales modernes" ce sont des tours de béton avec de la vapeur d'eau qui s'en échappe. C'est ce qu'on appelle le nuage, il nous indique le sens du vent ! », explique Nicole en parlant des centrales nucléaires. Gaston, lui, en tant que travailleur de la centrale raconte : « En 1969, j'ai vécu le premier incident de la centrale. A aucun moment je n'ai eu peur pour ma santé. A l'époque on parlait de "radioactivité bonne pour la santé ». ». On retrouve ici le vocabulaire du récit historique : « auparavant », « à l'époque », « on les appelait », « vécu ». À travers la mise en récit de leurs expériences personnelles, ces deux protagonistes construisent l'expérience collective. EDF est une entreprise fondatrice du patrimoine industriel et les centrales et autres sites industriels en sont les symboles. C'est ainsi qu'EDF lança le

---

<sup>63</sup> Podcast produit par France Culture

programme « Odyss'Elec » en 2018, définie comme « l'odyssée patrimoniale et industrielle d'EDF ». Ce programme vise à associer industrie, création et innovation à travers une programmation culturelle et artistique au coeur des sites industriels du groupe. Dans le dossier de presse de lancement du programme, on y retrouve une véritable personnalisation des sites industriels EDF qui semblent être à eux seuls porteurs de cette histoire collective : « EDF propose de découvrir les sites emblématiques et atypiques de son patrimoine industriel. Dotés d'une architecture singulière, témoins de grands défis techniques et humains, ils racontent à leur manière la fabuleuse histoire de l'électricité. » On y retrouve là encore le vocabulaire du récit : « histoire », « aventure », « épopée », « racontent ». À travers l'emploi du mot d'odyssée, il y a le renvoi à la notion de voyage, ici voyage sur le territoire français à travers les différents sites industriels implantés sur celui-ci. Cela confirme une nouvelle fois le lien étroit entre l'histoire du groupe et l'histoire du territoire français. Dans la mise en récit du groupe, il y a l'image voulue d'une entreprise doyenne, historique et en ce sens, puissante. En visitant une centrale nucléaire, le public prend part à cette mise en récit du bien commun et de l'histoire collective. Cet ancrage à la fois territorial et historique, confère une place privilégiée à EDF dans sa relation avec le public.

#### b) Une incarnation du savoir-faire : la construction de la légitimité

La visite de site industriel n'est pas une visite culturelle comme une autre. Effectivement, elle ne se fait pas l'exposition de faits dits « passés » puisqu'elle est ancrée dans le présent. Lorsque l'on visite une centrale nucléaire, l'on nous donne à voir des éléments qui se déroulent au moment présent. Un musée et une visite de site industriel font appel à deux temporalités différentes : le musée est permet de rendre compte de faits passés tandis que la visite de site industriel prend tout son sens et son authenticité dans le fait qu'elle est justement ancrée dans l'instant présent.

Derrière la visite de site industriel, on retrouve la notion de savoir-faire. Il y a effectivement l'idée de pénétrer dans les coulisses de production d'une entreprise, au coeur de là où s'exerce son savoir-faire. C'est ce qu'explique Patrice de la Boise dans *Accueillir du public dans l'entreprise en activité* : « Portes, gardiens, règlements, vêtements, postures, horaires...tout souligne que, les barrières franchies, on entre dans un univers privé singulier : celui des hommes au travail. L'enceinte que nous avons franchie et dans laquelle nous déambulons est d'abord un espace dévolu à la production, mais elle se transforme sous nos pas en espace de visite. ». Effectivement c'est l'entrée du visiteur ou de la visiteuse dans l'enceinte de la centrale nucléaire qui en fait un espace public de visite, là où en temps normal, elle est cantonnée à un espace de production clos. En pénétrant dans cet espace, le visiteur se devient hôte dans le processus de production et rompt avec son statut d'utilisateur n'ayant accès qu'au résultat final produit : ici l'électricité, et devient membre hôte d'une

communauté. La communauté est ici les travailleurs et travailleuses de la centrale nucléaire. Cette logique communautaire est notamment illustrée par l'emploi du pronom « Nous », usage performatif permettant de créer une voix unifiée. Nicole D'Almeida explique : « L'usage du nous est un élément spécifique du management qui engage l'entreprise sur la voie de l'unification. (...) L'énonciation du nous engage un système d'inclusion, d'identification qui soude et affirme une parole commune<sup>64</sup>. ». Ce « nous » inclusif s'illustre dans les prises de parole des centrales nucléaires, surtout via leurs comptes Twitter. Le compte Twitter de la centrale est le canal de communication externe le plus utilisé. Chaque centrale nucléaire possède son compte Twitter et l'alimente quotidiennement d'information sur la centrale à destination des riverains et riveraines : par exemple informer des tests des sirènes d'alertes qui entraîneront des nuisances sonores, informer sur les dates de visites, les mobilités internes à la centrale... Les posts plébiscitent l'usage du « nous » pour parler de l'actualité de la centrale et invite également l'utilisateur.ice à voir cette communauté : par exemple à travers des portraits/témoignages de travailleurs et travailleuses de la centrale. Cela permet une véritable incarnation de la centrale et plus largement du domaine du nucléaire, qui s'exprime désormais à travers un pronom unificateur et laisse à voir les visages qui le composent.

Une fois les portes de la centrale franchies, s'opère une mise en scène dans laquelle le public devient membre à part entière de la centrale nucléaire : il.elle devient travailleur.se du nucléaire. En effet, pour accéder notamment à la salle des machines, le public doit se vêtir de la tenue de travail des travailleurs.ses de la centrale, à savoir un gilet de sécurité et un casque blanc. À l'arrivée du public au sein de la centrale nucléaire, celui-ci se voit attribuer un badge, similaire à celui des employés et employées de la centrale, à la différence près qu'il porte la mention « visiteur ». C'est ainsi que le public porte tous les signes extérieurs de « travailleur.se du nucléaire » lui permettant d'être connoté comme tel. À première vue, sans prendre en compte d'autres paramètres de l'ordre des qualifications, le public n'est plus dissociable des employés.es de la centrale, il se fond dans le paysage. Comme le souligne Patrick de la Broise, le public devient alors « co-producteur de la mise en signes et de la mise en sens ». C'est cet aspect immersif qui est défendu par EDF dans l'ouverture de ses sites industriels, et qui s'illustre par exemple dans la brochure d'animations de la centrale nucléaire de Paluel : « plongez au coeur des installations », « pénétrez dans la salle des machines », « glissez-vous dans la peau d'un travailleur du nucléaire ». Cette dernière proposition est particulièrement intéressante puisqu'elle rejoint ce brouillage des frontières entre visiteur et travailleur. L'atelier propose ainsi une mise en situation permettant de simuler un parcours en zone contrôlée. Cette mise en situation va parfois plus loin puisque certaines centrales proposent aux

---

<sup>64</sup> D'ALMEIDA Nicole, Les promesses de la communication. La force de la parole dans la communication d'entreprise. Presses Universitaires de France, 2012

riverains et riveraines de s'entraîner à un exercice de sûreté nucléaire. C'est ce qu'a fait la centrale de Penly les 14 et 15 septembre derniers en simulant un accident nucléaire sur deux jours, auxquels des riverains et riveraines volontaires pouvaient participer. Une fois cet exercice réalisé, le but est de tirer un bilan des éventuels dysfonctionnements afin d'être en mesure de palier ces derniers. L'immersion est ici totale puisque les riverains et riveraines expérimentent une véritable mise en situation dans laquelle ils et elles ont un rôle d'importance à jouer.

Par ailleurs, la visite de centrale nucléaire permet également d'humaniser le secteur du nucléaire. Assez éloigné du quotidien des français et des françaises parfois jugé opaque, la visite d'une centrale nucléaire est un bon moyen de mettre des visages sur l'industrie nucléaire à travers les hommes et les femmes qui la composent. En expliquant le fonctionnement d'une centrale nucléaire et des différents métiers qui la composent, les visites mettent en valeur le savoir-faire et l'expertise des techniciens.nes du nucléaire. Au-delà de découvrir le fonctionnement d'une centrale, le public pénètre également dans le quotidien de travail des employés et employées de la centrale, notamment le quotidien informel : salles de pause, vestiaires etc. Cela renforce le processus d'humanisation car s'opère derrière cela une certaine normalisation du fait de travailler en centrale nucléaire, au service de l'idée selon laquelle derrière la grande industrie du nucléaire, derrière la figure imposante de la centrale, se trouvent des femmes et des hommes « comme nous ». À travers la mise en lumière du savoir-faire nucléaire se construit une forme de légitimité. Selon le dictionnaire Larousse, la légitimité est la qualité d'un pouvoir d'être conforme aux croyances des gouvernés quant à ses origines et à ses formes. À travers les visites des centrales nucléaires s'opère un processus de légitimation à travers lequel l'entreprise cherche à convaincre de son expertise et de son savoir-faire. Selon Paul-Emmanuel Schoeller, « On veut que les visiteurs réalisent que la maison est bien tenue, que nous sommes des professionnels qui connaissent leurs métiers. Nous voulons qu'ils comprennent que l'on gère des installations, certes complexes, mais que notre connaissance du secteur nous permet de le faire en toute sécurité. ». L'expertise et le savoir-faire nucléaire sont des composantes immuables de la construction de la légitimité des centrales nucléaires, et permettent de générer de la confiance auprès des visiteurs et visiteuses.

Si la mise en récit opérée lors des visites de centrales permet de conférer une légitimité au discours du groupe EDF, les visites sont érigées au véritable statut d'expérience permettant de créer une relation privilégiée entre le public et le groupe.

## **II. Au-delà de la visite, la fabrique d'une expérience au service de l'image du groupe EDF**

Rappelons qu'au-delà de la pédagogie, la démarche d'aller visiter une centrale nucléaire pour les visiteurs et visiteuses est motivée par la curiosité et l'attrait pour le spectaculaire<sup>65</sup>. Effectivement, visiter une centrale nucléaire est une visite atypique, qui ne se limite pas à la simple visite d'un site mais bien à une immersion dans la production d'électricité d'origine nucléaire. En ce sens, nous pouvons parler d'expérience. L'expérience peut être définie tant comme quelque chose d'enrichissant que d'inédit : fait de faire quelque chose une fois, de vivre un événement, considéré du point de vue de son aspect formateur<sup>66</sup>. Si l'on regarde le dossier de presse d'Odysselec<sup>67</sup>, cette notion d'expérience transparaît à travers l'utilisation d'un vocabulaire de l'ordre de l'extraordinaire : « emblématique », « atypique », « singulière », « uniques », « hors normes ». La centrale nucléaire devient ici une visite expérientielle dans laquelle le public a un statut privilégié : en lui ouvrant les portes d'une centrale nucléaire, on lui donne accès à l'invisible mais aussi à une expérience unique. Cette expérience est le fruit d'une stratégie communicationnelle au service de l'image du groupe EDF.

a) L'expérience de visite, entre énonciation et subjectivité du discours

« Un discours n'est ni le reflet fidèle des choses, ni une transmission transparente d'information, mais véhicule et constitue des représentations de la réalité. », Il convient de rappeler que l'expérience de visite se déroule dans un espace et un temps donné. Effectivement, elle a lieu dans un espace donné : la centrale nucléaire, et plus précisément certains lieux de la centrale nucléaire, déterminés en amont par l'énonciateur, dans un temps donné : la visite de centrale nucléaire n'excède pas cinq heures de visite et a lieu dans un cadre bien défini : visite scolaire, journées du patrimoine, semaine de l'industrie...En d'autres termes, le public n'est pas libre de venir visiter la centrale nucléaire quand il le souhaite. La visite de centrale nucléaire s'inscrit dans un cadre spatio temporel bien défini, auquel il est peu ou pas possible de déroger. En cela, nous pouvons considérer la visite de centrale comme un énoncé, dans lequel EDF et plus précisément la centrale nucléaire devient énonciateur (émetteur) et le public devient énonciataire (destinataire). La notion d'énonciation a été théorisée par Benveniste dans *Problèmes de linguistique générale*, qu'il définit comme une « mise en fonctionnement de la langue par un acte individuel d'utilisation ». L'énonciation caractérise l'inscription de l'énonciateur dans la langue, qui produit du sens par le moyen du discours. À travers l'énonciation, c'est la subjectivité du discours qui est mise en lumière.

---

<sup>65</sup> Source : Baromètre Actu EDF 2020

<sup>66</sup> Selon le dictionnaire Larousse

<sup>67</sup> Voir annexe numéro 2 : dossier de presse Odysselec'

L'acte de produire un énoncé permet d'instaurer une situation de communication : ici l'énonciateur est informateur (le ou la guide touristique, les employés.ées de la centrale) et se caractérise par la production de savoir, savoir, et l'énonciataire est observateur (ici le public) et se caractérise par sa volonté de connaissance<sup>68</sup>. L'énonciateur s'approprie la langue afin de produire du sens et de créer une situation de communication précise, ici l'explication du fonctionnement d'une centrale nucléaire. Cette situation de communication peut être expliquée par le schéma des fonctions du langage de Jakobson, qui compte six fonctions du langage relatives à la situation de communication : la fonction expressive, la fonction conative, la fonction pratique, la fonction métalinguistique, la fonction référentielle et la fonction poétique. Certaines de ces fonctions jouent un rôle particulièrement important dans notre sujet. Nous parlions précédemment de la technicité que représente le nucléaire, nécessitant d'effectuer un travail de vulgarisation scientifique auprès d'un public majoritairement « profane ». C'est ici que la fonction métalinguistique s'incarne, c'est à dire la fonction relative au code du message. Véritable mode d'emploi ou dictionnaire, elle va permettre d'expliquer des termes spécifiques à l'industrie nucléaire, et va user du langage pour cela. Cette fonction métalinguistique peut d'ailleurs se superposer à la fonction phatique (visant à maintenir le contact) par laquelle le ou la guide de visite peut par exemple interroger le public sur sa compréhension de ce qui a été dit : « Est-ce que vous avez compris ? Avez-vous des questions sur ce qui vient d'être dit ? ». Quand l'énonciateur fait référence à la cocotte-minute pour expliquer la production d'électricité, il fait référence à un objet, et de par représentation qu'il se fait de cet objet, l'insère dans le discours. Faire référence revient à utiliser des formes linguistiques pour évoquer des entités. Ces références peuvent être déictiques (par exemple : « ici se trouve la salle des machines », « devant vous se trouve un réacteur nucléaire »), qui prennent sens et sont compréhensibles grâce à la situation d'énonciation, ou encore contextuelles : le terme de « crayons » n'aura pas le même sens dans une centrale nucléaire<sup>69</sup> que dans un magasin de fournitures du bureau. C'est en cela que s'incarne la subjectivité du discours, dans laquelle l'énonciateur fait des choix linguistiques qui constituent une orientation argumentative. Ces choix linguistiques sont au service de l'image du nucléaire et plus largement du groupe EDF, car si l'objectif d'une visite de centrale nucléaire est d'entrer dans les « coulisses » de la production d'électricité d'origine nucléaire, il ne faut pas perdre de vue qu'elle constitue avant tout un exercice de communication pour le groupe. Le discours transmis au public pendant les visites, si il se veut à priori objectif sur le fonctionnement d'une

---

<sup>68</sup> DONDERO Maria Giulia. « Photographier le travail, représenter le futur. Iconographie du chantier des Halles à Paris », *Communication & langages*, vol. 180, no. 2, 2014, pp. 79-94

<sup>69</sup> Dans une centrale nucléaire, le crayon est le nom donné aux longs tubes en métal dans lesquels on place les pastilles de combustible (source : Planète Énergies)



centrale nucléaire, n'est pas une simple description de l'existant et va chercher à rassurer et de fait, à argumenter indirectement en faveur de l'énergie nucléaire, ou du moins de sa sûreté et de sa sécurité. C'est là que se joue l'effet perlocutoire<sup>70</sup> du discours à travers lequel l'énonciateur accomplit un acte par l'énonciation : ici celui de rassurer. Par ailleurs, l'énonciation se caractérise par le cadre qu'elle pose, ce qui ne fait pas d'elle une représentation de la réalité mais bien une représentation subjective de la réalité. Comme nous le disions précédemment, seuls quelques lieux de la centrale nucléaire sont ouverts au public, par exemple les réacteurs n'en font pas partie. De même, tous les sujets ne sont pas abordés par les guides de visite, notamment certains sujets relatifs à la sécurité ou encore à la question des déchets nucléaires. Par exemple, quand le sujet des déchets nucléaires est abordé, il s'inscrit dans un message prudemment défini en amont. Effectivement, les déchets font partie des arguments anti-nucléaires les plus forts, c'est pourquoi il est important d'en traiter avec prudence. L'intérêt du groupe EDF est de rassurer sur ses installations nucléaires afin de produire de l'acceptabilité, en ce sens il y a un véritable enjeu d'image qui se joue derrière la visite des centrales nucléaires. Cet enjeu d'image s'opère à travers ce que l'on peut appeler une fragmentation de la réalité, c'est à dire qui ne laisse à voir qu'une vision partielle de la réalité. La visite de centrale nucléaire est une *proposition* de la réalité de la production d'électricité d'origine nucléaire mais elle ne constitue pas *la réalité*. Selon Patrice de la Broise, « il faut admettre que la visite d'entreprise, comme mise en scène de celle-ci, ne permet pas la transcription véritable ou littérale de l'entreprise et de son fonctionnement. Elle n'est — et c'est en cela qu'il nous faut parler de représentation — qu'un redoublement partiel (au double sens étymologique de *fragmentaire* et *partial*) de la réalité<sup>71</sup>. ». À travers l'énonciation s'opère alors une modalisation permettant de représenter le quotidien d'une centrale nucléaire. Elle est représentation dans le sens où va s'opérer une mise en scène. Par exemple, lors de l'arrivée du public dans la salle des machines, il n'est pas rare que des employés.es de la centrale simulent une action dans le but d'expliquer le fonctionnement d'une centrale. Si le public n'avait pas été présent, le travailleur ou la travailleuse du nucléaire n'aurait peut-être pas effectué ce geste, si celui-ci n'était pas indispensable à la réalisation de son travail du jour. C'est ici que s'illustre la théorie d'Erving Goffman *La présentation de soi : la mise en scène de la vie quotidienne*<sup>72</sup>. Dans cet ouvrage, il y développe la conviction selon laquelle le monde est un théâtre et que les interactions humaines seraient régies par des jeux de rôles. Selon lui, les individus seraient des acteurs auxquels est associé un jeu de rôle qui

---

<sup>70</sup> Théorie des actes de langage, John Austin

<sup>71</sup> DE LA BROISE Patrice, « Accueillir du public dans l'entreprise en activité », *Études de communication*, 21, 1998, pp. 123-136

<sup>72</sup> GOFFMAN Erving, *La mise en scène de la vie quotidienne : 1. La présentation de soi*, Les Éditions de Minuit, 1973, 256 p.



s'exprime dans le cadre de mises en scène<sup>73</sup> théâtrales. La notion de « public » prend d'ailleurs ici tout son sens. Les représentants.tes de la visite deviennent alors acteurs et actrices en représentation, au sens théâtral du terme. Cette représentation est contrôlée et permet de véhiculer une image de la centrale nucléaire, de ses employés.es et plus largement, du groupe EDF. À la manière d'un script, le discours des guides de visite<sup>74</sup> est défini au préalable, est plus ou moins commun à toutes les visites et élaboré avec les équipes de communication. Bien que chaque chargé.e de visite s'approprié le discours, la préparation derrière les visites de centrales nucléaires laisse peu de place à l'improvisation. La crédibilité de la représentation dépend de différents paramètres tels que la conviction de l'acteur, la réalisation dramatique, ou encore la façade. Celle-ci fait référence à l'appareillage symbolique qui fixe la définition de la situation : ici il s'agirait du décor (comprendre ici la centrale nucléaire), des tenues de travail des employés.es de la centrale, le tout permettant d'assurer la cohérence de la représentation. Goffman distingue deux régions caractéristiques de la représentation : la première, qualifiée de région « antérieure », la scène sur laquelle se joue la représentation : le parcours de visite. La seconde nommée région « postérieure » qui équivaut aux coulisses, c'est à dire à la zone où la représentation cesse et où les acteurs et actrices ne jouent plus de rôle. Il s'agirait ici des bureaux par exemple, puisque les visiteurs et visiteuses n'y ont pas accès et c'est justement dans ces bureaux que peut être préparée la visite en amont. Goffman définit ensuite les rôles contradictoires, qui sont les secrets pouvant menacer la représentation et devant donc être dissimulés au public. Cela pourrait s'illustrer par les informations maintenues secrètes par la centrale nucléaire pour raison de confidentialité (par exemple les informations relatives au terrorisme nucléaire, ou certains incidents mineurs). Les rôles contradictoires peuvent être également tenus par des personnes extérieures à la représentation, possédant des informations susceptibles de mettre à mal son équilibre. Il pourrait s'agir dans notre cas d'une personne militante anti-nucléaire qui serait ici la « spécialiste », à savoir quelqu'un d'informé sur le nucléaire qui pourrait par exemple contredire une affirmation des guides de visite. Dans ce cas précis, nous pourrions imaginer que le ou la guide de visite lui réponde de façon diplomate et pédagogue, afin de ne pas mettre à mal la représentation. Une fois dans la région postérieure, les coulisses, et la représentation terminée, nous pourrions imaginer que le ou la guide de visite manifeste son mécontentement face à ce « spécialiste ». La visite de centre nucléaire nécessite donc une certaine harmonie et synchronisation, pouvant être rapprochée du modèle orchestral de la communication<sup>75</sup>,

---

<sup>73</sup> Comprendre ici les relations interpersonnelles

<sup>74</sup> Comprendre ici les acteurs et actrices

<sup>75</sup> Modèle de communication théorisé par Gregory Bateson et l'École de Palo Alto, selon lequel « communiquer c'est entrer dans l'orchestre ».

à la différence près que dans ce modèle le public fait partie du système et qu'il prévoit le rôle d'une figure de « leader », ici le ou la guide de visite.

Ces mécanismes d'énonciation et de représentation sont symptomatiques de la subjectivité du discours qui s'opère à travers une visite de centrale nucléaire. Loin d'être un exercice anodin, ce qui se joue derrière l'ouverture des sites industriels du groupe EDF est un enjeu d'image et de réputation, visant l'acceptabilité des centrales nucléaires et, plus largement, de l'énergie nucléaire.

#### b) Les visites de centrales nucléaires comme arguments au service de la réputation de l'énergie nucléaire

Comme nous l'avons souligné précédemment, le groupe EDF bénéficie d'une très bonne image auprès des français et des françaises, s'appuyant sur des piliers historiques : la confiance, la qualité de la relation client et le service public. La notion de confiance est prédominante dans la visite des centrales nucléaires puisqu'elle vise en partie à rassurer afin de produire de l'acceptabilité. Nous pouvons dire que l'image du groupe EDF est acquise car elle à la fois positive et stable. Il est important de dissocier image et réputation. Thierry Libaert, dans *La communication corporate* effectue la distinction suivante : « Selon l'Observatoire de la réputation, l'image est une photographie à un moment donné, une impression instantanée tandis que la réputation est un jugement porté sur un laps de temps plus étendu. ». EDF publie chaque année son Baromètre Réputation 360° qui lui permet de suivre toutes les composantes de la réputation du groupe auprès de six publics : les particuliers, les entreprises, les collectivités territoriales, les leaders d'opinion, les journalistes et les milieux financiers. Cette enquête se construit autour de sept piliers de réputation : l'offre & le service, la sûreté, l'engagement environnemental et social, les relations sociales & employeur, la solidité économique, les perspectives et la gouvernance & l'éthique.

L'enquête établit également des indicateurs de santé de marque que sont la familiarité, la sympathie et la confiance. Parmi les six publics interrogés, il apparaît que ceux qui font le plus confiance à EDF sont les collectivités territoriales, les particuliers et les entreprises et ceux qui ont le moins confiance en EDF sont les milieux financiers. Lorsque l'on va dans le détail des piliers de réputation, notamment celui de la sûreté, les publics les plus positifs envers la réputation d'EDF sont les collectivités territoriales et les leaders d'opinion. Ce baromètre Réputation ne permet pas d'établir de manière précise si les visites de centrales nucléaires ont eu un impact sur l'image et la réputation d'EDF mais il permet d'en faire l'état global. Selon Xavier Layrac, délégué Réputation et Concertation chez EDF, « la visite de centrale nucléaire est un outil de communication par la preuve. L'implantation d'une centrale nucléaire est une valeur ajoutée pour le territoire mais le fait

de visiter la centrale permet de soutenir le pilier de réputation « sûreté » et montrer que le groupe fait preuve de dialogue et de transparence à l'égard de ses installations. ». Afin d'analyser l'impact réel des visites de centrales nucléaires sur l'image et la réputation du groupe, EDF a produit une enquête qualitative avec IPSOS auprès de 40 visiteurs et visiteuses de sites industriels en septembre 2020. Cette enquête s'inscrit dans une volonté du Pôle Patrimoine et Pédagogie Scientifique de la Direction de la Communication Groupe afin de cibler au mieux les attentes et besoins du public dans la future stratégie de visite du groupe. Cette enquête permet de mettre en lumière que les visiteurs et visiteuses sont unanimement très satisfaits.es de la visite (95% se disent satisfaits de la visite), reposant sur la convivialité de l'accueil, la qualité des circuits proposés, l'adéquation du niveau de technicité de l'information aux publics, l'intérêt des informations mais aussi sur la qualité des interactions avec les techniciens et techniciennes de la centrale ou encore de la sympathie des guides de visite. Dans la plupart des cas<sup>76</sup>, les visiteurs et visiteuses se disent surpris et surprises d'avoir pu accéder à autant d'installations. Fabien, 36 ans, visiteur de la centrale nucléaire de Creys-Malville s'exprime en ces termes « Ce qui m'a plu, c'est de pouvoir voir quasiment toute l'installation, de vraiment pouvoir approcher de très près les équipements, je ne m'y attendais pas. ». On retrouve ici la notion de coulisses défendue par EDF dans ses supports de communication, l'idée de faire du public un spectateur privilégié de la centrale. L'expérience de visite est marquée au sceau du spectaculaire et de l'exceptionnel, dont l'attrait et la puissance émotionnelle tiennent d'abord à la nature intrinsèque et au caractère exceptionnel des sites visités : « J'en ai pris plein les yeux. La sensation unique de rentrer dans un lieu comme celui-ci qui demande tant de vigilance à entretenir mais également d'imaginer que tout cet assemblage produit de l'électricité et surtout que je suis à deux pas d'un réacteur nucléaire<sup>77</sup>. ». Les parcours de visites ont été également jugés de manière positive : le passage en amont par une phase introductive est souvent très apprécié afin de poser les bases de ce qui va être vu dans la suite de la visite. La richesse et la diversité des espaces visités sont également sources de satisfaction, donnant la possibilité de s'approcher des équipements spectaculaires, de visualiser les interfaces de contrôle comme la salle des machines ainsi que les temps d'échange avec les techniciens et techniciennes. Pour les répondants et répondantes, les animations proposées constituent une véritable plus value au reste de la visite et suscitent la forte adhésion de ceux et celles qui ont pu y participer notamment auprès des publics

---

<sup>76</sup> Sur la base des répondants et répondantes ayant répondu à l'enquête

<sup>77</sup> Propos recueillis auprès de Mélanie, 30 ans, visiteuse de la centrale nucléaire de Cattenom (source : Enquête qualitative auprès des visiteurs de sites industriels EDF, 2020)

accompagnés d'enfants : « Les animations sont toujours très ludiques et prisées des enfants qui découvrent en s'amusant des notions parfois complexes<sup>78</sup>. ».

Les animations tiennent un rôle important dans l'image que le public se fait de la visite. D'une part car elles participent au niveau expérientiel de la visite en permettant d'y intégrer une dimension ludique et d'autre part car elle donne l'occasion au public de revenir visiter la centrale nucléaire. En effet, nous pouvons imaginer que dès lors qu'un riverain ou une riveraine a visité la centrale nucléaire implanté sur son territoire, il a une connaissance (certes partielle) de son fonctionnement et de la production d'électricité d'origine nucléaire. Les visites de centrales nucléaires ne s'ancrent pas nécessairement dans des habitudes de visites car on peut imaginer que le contenu est assez similaire d'une visite à une autre. Néanmoins, le fait d'y ajouter des animations qui se renouvellent en permanence donnent des occasions au public de revenir visiter la centrale. On retrouve là encore la notion d'espace public pour parler de la centrale, duquel découle la volonté d'ancrer les visites de centrales nucléaires dans des habitudes de visites. Au même titre qu'un parisien ou une parisienne peut revenir plusieurs fois dans l'année visiter le musée du Louvre, car les expositions évoluent et se renouvellent au fil des mois. Nous pouvons alors imaginer que plus les occasions de visiter la centrale nucléaire seront multipliées, plus les riverains et riveraines s'y rendront, plus la centrale sera « apprivoisée » par eux et elles, et plus son image d'opacité tendra à diminuer.

Selon l'enquête menée par EDF et IPSOS auprès de 40 visiteurs et visiteuses de sites industriels, les visites de centrales nucléaires renforcent et confortent l'image et la confiance à l'égard de l'entreprise, sur des dimensions centrales comme le sérieux et la rigueur, la crédibilité sur le plan de la maîtrise technique, la volonté de transparence, la gestion de la sécurité, la prise en compte des enjeux environnementaux, la modernité. Elles permettent en particulier de rassurer sur la maîtrise de la technologie et de la sécurité nucléaire, et contribuent même pour certains et certaines à revaloriser l'image de l'énergie nucléaire (sans pour autant lever tous les doutes) : « Cette visite m'a donné une image de transparence et d'accessibilité pour EDF; également une certaine admiration de les voir maîtriser toute cette production à une envergure si impressionnante. Mon image initiale a évolué, je suis désormais favorable à l'énergie nucléaire et je suis en mesure d'avoir de solides arguments suite à cette visite. Cette visite m'a réellement conquise. Et je recommande vivement à chacun d'entre nous de réaliser ce type de visite<sup>79</sup>. ». Toutefois, il serait crédule de penser que le simple fait de visiter une centrale nucléaire parvient à faire changer d'opinion sur l'énergie

---

<sup>78</sup> Propos recueillis auprès de Patrick, 48 ans, visiteur de la centrale nucléaire de Paluel (source : Enquête qualitative auprès des visiteurs de sites industriels EDF, 2020)

<sup>79</sup> Propos recueillis auprès de Mélanie, 30 ans, visiteuse de la centrale nucléaire de Cattenom (source : Enquête qualitative auprès des visiteurs de sites industriels EDF, 2020)

nucléaire. Selon Sandra Bernon, ce n'est d'ailleurs pas l'objectif direct de ces visites : « Le but des visites n'est pas de ressortir pro nucléaire mais de comprendre le mieux possible le fonctionnement d'une centrale nucléaire, en faisant preuve de pédagogie et de transparence ».

Effectivement, la visite de centrale nucléaire ne fait pas disparaître le risque, qui est bien existant, mais cherche plutôt à informer et expliquer sur le fonctionnement d'une centrale, à rassurer sur la capacité d'EDF à maintenir la sécurité et la sûreté de ses installations et ainsi de contredire certains stéréotypes attachés à l'énergie nucléaire. Si elle n'est pas un argumentaire explicite en faveur de l'énergie nucléaire et est censée donner des clés de compréhension au public lui permettant de faire preuve d'esprit critique vis-à-vis des préjugés négatifs, la visite de centrale nucléaire, dans certains cas, cherche à produire de l'adhésion.

### **III. La communication par la preuve pour faire adhérer**

À la suite d'une visite de centrale nucléaire, les visiteurs et visiteuses bénéficient d'informations factuelles quant à la production d'énergie nucléaire, qui se sont vérifiées par la mise en situation concrète lors de la visite : c'est la communication par la preuve. Ils et elles deviennent alors des visiteurs et visiteuses informés.es, à travers lesquels.es peuvent s'opérer des mécanismes d'influence. Selon le dictionnaire Larousse, l'influence peut être définie comme l'ascendant de quelqu'un sur quelqu'un d'autre ou encore comme le pouvoir social et politique de quelqu'un, d'un groupe qui leur permet d'agir sur le cours des événements, des décisions prises. Caroline Faillet définit la communication d'influence : « la communication d'influence puise ses origines dans la conception grecque de la rhétorique, en particulier avec Aristote : c'est l'art de la persuasion et de la conviction. La multiplication des médias puis l'émergence des nouvelles technologies créent de nouveaux micro-pouvoirs (les radios libres, Internet et notamment les médias sociaux). L'ère de la communication d'influence y trouve ses points d'ancrage. Internet devient le premier vecteur d'influence dans les décisions d'achat et les recherches d'information<sup>80</sup>. ». L'objectif recherché d'une communication d'influence dans notre sujet, est de générer de l'acceptabilité.

#### a) Les relais d'opinion, des vecteurs d'influence privilégiés

Dans notre cas, l'influence qui s'opère peut être caractérisée comme une influence par l'information telle qu'elle est définie par Loup Francart dans son ouvrage *Infosphère et intelligence stratégique*. Ce dernier identifie quatre types d'actions d'influence :

---

<sup>80</sup> FAILLET Caroline. « La communication d'influence : être au cœur du parcours de l'internaute », *I2D - Information, données & documents*, vol. 54, no. 2, 2017, pp. 39-40

- L'influence par créance : Il s'agit ici de l'influence permettant de générer l'adhésion à un projet (social, économique, politique...) en mettant en avant des faits, des informations vérifiables et vérifiées par la personne qui porte le discours.
- L'influence par collusion : Cette forme d'influence vise à établir une relation de confiance entre les interlocuteurs et interlocutrices afin de parvenir à un arrangement, à un compromis.
- L'influence par incrimination : Cette forme d'influence vise plutôt à décrédibiliser l'adversaire de manière agressive afin de l'affaiblir, cela peut s'illustrer par la diffusion d'informations (vraies ou fausses) le mettant en difficulté.
- L'influence par apologie : Cette forme d'influence permet de contrer les attaques par la désinformation en apportant des informations factuelles et vérifiables.

Au regard de notre sujet, c'est l'influence par créance qui sera la plus pertinente. À travers ce mécanisme d'influence, c'est le rôle des relais d'opinion qui est se joue. Selon Thierry Libaert, les relais d'opinion jouent un rôle important dans la communication de proximité car ils permettent de « diffuser ses messages avec une crédibilité supérieure ». Le relais d'opinion peut être défini comme un individu qui par sa notoriété, son expertise ou son activité sociale intensive est susceptible d'influencer les opinions ou actions d'un grand nombre d'individus<sup>81</sup>. De par leur rôle de médiateur, les relais d'opinions sont une cible privilégiée par le groupe EDF, qui forment les visites dites « VIP ». Parmi les relais d'opinion des visites de centrales, on peut compter les élus locaux, les associations locales, les influenceurs et influenceuses...Le parcours de visite est différent pour ces cibles car en plus d'informer, la visite va chercher à convaincre dans le but de faire adhérer. Par exemple, lorsqu'un élu ou une élue local.e visite la centrale nucléaire, l'objectif sous-jacent est de faire adhérer à la centrale nucléaire afin que celui ou celle-ci soutienne localement la centrale. Ces mécanismes d'influence peuvent également se jouer dans les Commissions Locales d'Information, dans lesquelles l'équipe dirigeante de la centrale a *intérêt* à ce que les membres soutiennent en majorité l'activité de la centrale. Aurore Bacquenois, chargée de communication à la centrale de Saint-Laurent explique : « Les visiteurs VIP sont des visiteurs qui ont une influence sur le territoire comme les députés, les préfets, les conseillers départementaux. Le parcours de visite est différent car il n'a pas les mêmes objectifs qu'auprès des riverains. Pour les VIP, on veut rendre compte de la dynamique économique et territoriale de la centrale sur le territoire. Il est important de s'assurer que le discours aura été compris, afin que les VIP soient ensuite capables de le restituer. Par exemple, si des riverains interrogent les élus sur les process de sécurité à la centrale, ils doivent être en mesure de répondre et de leur en parler. ». Ici s'illustre la théorie du « two-step flow of communication » de

---

<sup>81</sup> Selon Définitions Marketing, l'encyclopédie illustrée du marketing

Paul Lazarfeld et Elihu Katz selon laquelle les individus seraient moins impactés par le discours des médias de masse que celui des membres influents de leurs groupes d'appartenance. Prenant comme toile de fond les élections présidentielles, les deux auteurs montrent que le discours des médias a d'abord une influence sur les relais d'opinion, qui restituent ensuite le message selon leur point de vue aux personnes de leur entourage. La notion de double étage est à comprendre aux antipodes des théories béhavioristes selon lesquelles les médias auraient une influence directe sur les populations, qui seraient en totale passivité face aux messages délivrés. L'influence des médias serait en fait indirecte, et n'atteindrait les populations que par l'influence des relais d'opinion. En ayant accès à des lieux fermés au grand public lors des visites habituelles, les visiteurs et visiteuses VIP ont accès à un contenu d'information qui ne leur est pas accessible. Par exemple, lors des visites VIP sont organisées des « visites en zone » permettant d'avoir accès au bâtiment combustible, aux réacteurs. Y sont présentés tout les processus en matière de sécurité et de sûreté nucléaire, afin d'informer les VIP qui seront ensuite dans la capacité de rassurer les riverains et riveraines sur la sécurité des installations. Il arrive également que la centrale invite des représentations d'associations écologiques locales telles que « Sauvons notre futur » pour la centrale de Saint-Alban : « Dans le cadre de la Commission Locale d'Information, certaines associations écologistes peuvent être invitées à venir visiter la centrale. Il est évident que dans ce type de cas, il va falloir faire davantage de pédagogie, notamment sur les sujets qui font polémique comme celui des déchets et des rejets environnementaux. Pour cela, on va communiquer des chiffres, on va s'appuyer sur des études qui ont été faites en matière d'impact des déchets nucléaires sur la santé. ». Dans ce cas de figure, l'objectif n'est pas de faire des associations écologistes des associations pro-nucléaires, mais plutôt d'instaurer un moment d'échange avec ses représentants et représentantes, qui pourront ainsi éventuellement ajuster leurs discours et lutter contre la désinformation.

Avec l'ère d'Internet et des réseaux sociaux numériques, l'influence a vu se développer de nouveaux relais d'opinion : les influenceurs. EDF a compris l'intérêt de cette cible dans la communication d'influence puisque l'entreprise a fait des partenariats avec certains d'entre eux, comme Bruno Maltor ou Hugo Clément. Le premier est un blogueur qui s'est fait connaître pour ses voyages essentiellement sur le territoire français et qui a visité la centrale nucléaire de Cruas-Meysses à l'occasion des Journées du Patrimoine. Le second est Hugo Clément, un journaliste et militant pour le bien-être animal et l'écologie et a visité la centrale nucléaire de Civaux. Dans les deux cas, les deux influenceurs se filment face caméra (l'un sur Instagram et l'autre sur TikTok) et partagent leur expérience en direct avec leurs abonnés.es. Les deux appuient sur le côté insolite et spectaculaire des visites de centrales nucléaires : « aujourd'hui je vais un truc super impressionnant », « c'est un truc de ouf ». À travers leur caméra, les deux influenceurs vont entrer



leurs abonnés et abonnées dans la centrale nucléaire, il y a une véritable volonté d'implication des internautes, à travers l'utilisation des pronoms personnels « tu » et « vous », symptomatique des réseaux sociaux numériques : « Je vais te montrer ce qu'il se cache sous une cheminée », « je vais vous montrer un truc vraiment unique », qui vient se cristalliser à la fin de la vidéo, où l'influenceur invite directement les internautes à aller eux et elles aussi, visiter une centrale nucléaire : « D'ailleurs vous pouvez aussi visiter ce genre de lieux si ça vous intéresse, je vous mets le lien en swipe up. N'hésitez pas, ça vous permettra d'en apprendre davantage sur le mix énergétique ». Le relais d'opinion s'appuie ici sur la sympathie et la proximité avec ses internautes, à qui il s'adresse comme à des [amis.es](#). Ce partenariat avec des influenceurs suivis par une population jeune s'inscrit dans la volonté du groupe de faire venir de plus en plus de jeunes dans les centrales nucléaires. Selon Virginie Servajean, chargée de projet valorisation du patrimoine et pédagogie scientifique : « Le profil type du visiteur de centrale nucléaire est un homme, rural, aisé, âgé de 50 ans et plus. Il y a un véritable enjeu pour le groupe d'arriver à toucher les jeunes générations. Cela peut passer par des partenariats avec des influenceurs ou encore le développement de nouvelles animations, il faut faire passer le message que visiter une centrale nucléaire peut être cool. ». Cela peut expliquer notamment que les influenceurs mettent l'accent sur le côté spectaculaire de la visite de centrale nucléaire.

De plus, l'influence du lobbying, d'autant plus dans le secteur du nucléaire, n'est pas à négliger. Selon Thierry Libaert, le lobbying désigne les activités qui visent à influencer sur les processus de décision des institutions et pouvoirs publics. Si le lobbying demeure encore assez mal connu et galvaudé, il ne faut pas perdre de vue que les visites ont pour but de défendre les intérêts de la centrale implantée sur le territoire auprès des groupes d'influences territoriaux tels que les élus locaux.

Les relais d'opinion peuvent exercer une communication d'influence auprès de leurs pairs. Le nucléaire est un sujet trop complexe et controversé pour que ces relais d'opinion argumente en faveur du nucléaire ou contre, mais l'idée est plutôt d'informer, de s'appuyer sur ce qui a été dit lors des visites pour diffuser de l'information auprès de leurs groupes de pairs. Si les relais d'opinion constituent des leviers stratégiques d'influence pour le groupe EDF, les visiteurs et visiteuses n'en représentent pas moins un potentiel d'influence.

#### b) De visiteurs à ambassadeurs

En pénétrant dans les sites industriels de l'entreprise et en participant au parcours de visite, le visiteur devient un sujet éduqué, capable de mobiliser des connaissances sur le nucléaire. Le fait même d'entrer dans les coulisses de la production nucléaire, d'échanger avec les techniciens et



techniciennes de la centrale lui confère un statut privilégié et d'exclusivité, le rendant alors plus susceptible de s'ériger en porte parole. Selon Patrice de la Broise, « il y a la volonté de rendre les visiteurs fiers de cette industrie, d'en faire des ambassadeurs, les porte-parole de l'entreprise. Du point de vue de l'impact, il y a une dimension « publicitaire », affective et conative, liée au vécu, une fidélisation de ces visiteurs. ». Effectivement, le fait d'avoir pu par exemple échanger avec des personnes de la centrale, par un effet d'humanisation de la production d'électricité d'origine nucléaire a pu créer un lien affectif avec le visiteur. Il y a également un lien affectif qui peut se créer avec les riverains et riveraines : la centrale nucléaire est sur leur territoire depuis des années, ils ont pu la visiter et échanger avec ses membres, les riverains et riveraines partagent une sorte de complicité avec la centrale. C'est par exemple ce qui est illustré dans l'épisode *Vivre à côté d'une centrale nucléaire* de Les Pieds sur Terre, où les protagonistes racontent avec émotion leur attachement souvent historique à la centrale nucléaire. De même, en cas d'incident ou d'accident nucléaire, les riverains et riveraines sont des interlocuteurs privilégiés par les médias de par leur exposition géographique. Un public qui aurait été au préalable sensibilisé et informé sur la centrale nucléaire, sera moins susceptible d'émettre un jugement négatif sur la centrale nucléaire et plus largement sur le groupe EDF. Il pourra faire preuve de nuance dans son discours en avançant par exemple des faits et des informations qui lui ont été communiquées lors de sa visite à la centrale.

Par ailleurs, les visiteurs et les visiteuses vont pouvoir par exemple raconter la visite de centrale à leurs proches, et par ce processus de récit, vont perpétuer le discours des représentants et représentantes de la centrale nucléaire. Mélanie Richard, riveraine de la centrale de Dampierre en Burly explique : « Je suis allée visiter la centrale nucléaire il y a deux ans car j'étais intriguée par ce lieu devant lequel je passais souvent en voiture mais dans lequel je n'étais jamais entrée. J'ai parlé de mon expérience à mes amis le soir. Une de mes amies a été séduite par l'idée et a voulu la visiter elle aussi. Aujourd'hui j'y retourne avec elle pour l'accompagner. ». Il arrive également qu'après la visite, les visiteurs et visiteuses postent des messages indiquant leur visite ou des photos sur leurs réseaux sociaux numériques, permettant de faire savoir à leur entourage qu'il est possible de visiter des centrales nucléaires. De même, les enfants qui auraient visité une centrale nucléaire dans le cadre scolaire peuvent ensuite en parler à leurs parents en racontant leurs expériences, les animations et ateliers auxquels ils et elles ont participé et ainsi leur donner envie d'y retourner ensemble. À travers les visites scolaires s'opère également un enjeu d'image marque employeur. Effectivement, des élèves provenant de formations destinées à travailler notamment dans l'énergie nucléaire, vont potentiellement garder une bonne expérience de visite, auront rencontré des figures

de l'entreprise et vont par la suite vouloir la rejoindre à leur sortie d'études, ou même pour un stage ou une alternance.

Il convient néanmoins de préciser que le visiteur est un braconnier au sens défini par Michel de Certeau dans son ouvrage *L'invention du quotidien*. Pour l'auteur, les producteurs d'un message sont des propriétaires de terres qui réglementent les accès et les usages, et les consommateurs sont des braconniers qui chapardent des biens en toute illégalité pour composer leur quotidien. Ils mettent en place des actes de résistance et s'approprient des contenus en composant leur propre culture avec des textes à priori réglementés. Ils peuvent mettre en relation des éléments d'un texte avec d'autres éléments qui n'ont rien à voir avec ce texte. Les consommateurs, même si ils sont dominés, sont aussi capables d'actions au même titre que ceux qui contrôlent les contenus. Ainsi, bien que l'entreprise contrôle le message qui est produit lors d'une visite de centrale nucléaire, elle n'en contrôle toutefois pas la réception et la manière dont les visiteurs et visiteuses vont s'approprier le message. C'est en cela que l'ouverture des sites nucléaires du groupe, si elle favorise l'acceptabilité et promeut la transparence, constitue tout de même un exercice risqué, sur lequel l'entreprise n'a pas le plein contrôle. Cela renvoie également à la vision mécaniste de la communication telle qu'elle est théorisée par Gabriel Tarde : l'information sera diffusée de manière homogène au sein des publics. Une théorie qui est remise en cause par Yves Jeanneret, selon qui l'information ne serait pas homogène et serait au contraire en constante circulation dans la société et se transforme en prenant des sens nouveaux.

À cela s'ajoute le fait que le nucléaire faisant l'objet d'assez peu de communications officiels de la part d'EDF, face à un florilège de communications négatives notamment portées par les associations écologistes, la communication d'influence incarnée par les relais d'opinion et les visiteurs et visiteuses a d'autant plus d'impact qu'elle se démarque facilement.

### **Conclusion partielle**

À travers les visites de centrales nucléaires s'opère une mise en récit de l'entreprise, qui devient un véritable lieu de production symbolique autour de l'expertise et du savoir-faire au service de l'image du groupe EDF. Si l'ouverture des centrales vise la transparence et la pédagogie, il ne faut pas perdre de vue qu'elle s'intègre dans une stratégie de communication contrôlée. Si elles ne cherchent pas à faire ouvertement de la propagande pro-nucléaire, les visites de centrales ont tout de même pour objectif de montrer une vision positive de l'énergie, principalement sur les notions de sûreté et de sécurité nucléaire. Elles sont indirectement des vecteurs de communication d'influence, où relais d'opinion et public se font ambassadeurs du groupe EDF.

## Conclusion

Dès le siècle des Lumières, les philosophes théorisaient déjà sur les dangers du progrès, qui ne peut être vraisemblablement appréhendé qu'en termes d'évolution positive.

Après avoir été à ses débuts symbole de progrès technique au service de l'indépendance énergétique de la France, la méfiance vis-à-vis du nucléaire s'est peu à peu développée, en parallèle des considérations sur l'impossible contrôle total de l'Homme sur la technique.

Ces théories se sont vérifiées et amplifiées suite aux divers accidents nucléaires qui ont ponctué l'histoire du nucléaire civil.

Ces accidents ont contribué à générer une « grande peur du nucléaire » au sens de Marie-Hélène Labbé, reposant sur des craintes autour du risque nucléaire. Ce risque perçu, alimenté par un sentiment d'opacité ressentie, continue de marquer les représentations collectives du nucléaire.

Cet imaginaire collectif a érigé les accidents nucléaires au statut de mythes, au sens barthésien du terme. Reposant sur une sémantique marquée par la technicité et le danger, la représentation populaire de l'accident nucléaire s'articule entre tragédie et fascination, faisant du nucléaire un secteur autant controversé que galvaudé.

L'hypermédiatisation des accidents nucléaires nourrit l'imaginaire collectif mais font également l'objet de biais de confirmation auprès d'un public déjà sujet à la peur du nucléaire.

Cette partie nous a permis de vérifier notre première hypothèse, selon laquelle il est nécessaire pour EDF en tant qu'acteur du nucléaire, de produire de l'acceptabilité sociale, notamment auprès des riverains et riveraines, afin que les centrales nucléaires soient pleinement insérées sur le territoire dans lequel elles s'intègrent. Cette acceptabilité, si elle a longtemps été réduite au syndrome NIMBY (Not In My Backyard), réducteur du fait de la logique égoïste qu'il sous-tend, repose également sur la confiance, notion prédominante dans un secteur dit à risque.

Cette difficulté d'acceptabilité tient avant tout en la faible information du public, qui considère encore que des éléments sur le nucléaire lui sont dissimulés. En ce sens, les visites de centrales nucléaires, représentent un vecteur privilégié d'information au service de l'acceptabilité sociale. Outil de communication à part entière, elles s'intègrent dans une stratégie définie et encadrée par des équipes communication en centrales. Au cœur des visites de centrales nucléaires, la communication de proximité telle qu'elle a été définie par Thierry Libaert. Cette communication de proximité est à comprendre de manière tant géographique que symbolique. Aux antipodes de la société de communication, la communication de proximité vise à construire une relation de confiance avec les différentes parties prenantes territoriales des centrales nucléaires.

Les visites des centrales visent à rendre le public « sachant » sur le fonctionnement d'une centrale et la production d'électricité d'origine nucléaire. L'information repose sur 2 jambes : la pédagogie et la transparence. Vulgarisation scientifique, échange privilégié, la première tend à décomplexifier le nucléaire et le rendre plus accessible. Par l'ouverture de ces centrales nucléaires, EDF fait montre de transparence en prouvant que le groupe n'a rien à cacher sur ses sites nucléaires. D'endroit clos réservé à la production d'énergie nucléaire, la centrale devient un espace public dans lequel le public pénètre et devient véritable membre de celle-ci.

Les principales parties prenantes d'une centrale sont avant tout territoriales et en ce sens, les centrales nécessitent de s'intégrer pleinement dans le territoire auquel elles appartiennent. Pour cela, elles doivent adapter leur discours aux différentes cibles qu'elles cherchent à atteindre. Grand public, écoles, élus.es locaux.ales...à chaque cible son parcours de visite.

Au-delà du dynamisme territorial qu'elles représentent, les visites de centrales produisent également de l'acceptabilité en intégrant pleinement le territoire au parcours de visite. Appels à projets artistiques, sponsoring, mécénat, visite du territoire en vélo électrique...les moyens de faire rayonner leur territoire sont variés.

Cette partie nous a permis de vérifier notre deuxième hypothèse selon laquelle l'acceptabilité s'inscrit dans une communication de proximité voulue par l'entreprise, permettant d'insérer les centrales nucléaires sur le territoire.

Enfin, les visites de centrales représentent un véritable enjeu d'image pour le groupe EDF, afin de renforcer son image largement positive auprès des français et des françaises.

Véritable mise en récit de l'entreprise, les visites de centrales sont une entrée dans un lieu de production symbolique dans lequel s'incarnent savoir faire et ancrage historique et patrimonial.

Il convient toutefois de rappeler que les visites de centrales nucléaires sont des exercices de communication contrôlés, qui laissent peu de place à l'improvisation au vu du risque pour la réputation du groupe que cela représente, pour un sujet éminemment controversé. L'expérience de visite est un marqueur de la subjectivité du discours en jeu dans les visites de centrales. In fine, les visites de centrales nucléaires visent l'acceptabilité et en ce sens, cherchent à garantir la sécurité et la sûreté des centrales auprès du public.

L'acceptabilité se produit aussi par ricochet, en post-visite auprès des cercles proches des visiteurs et visiteuses. Qu'ils et elles soient relais d'opinion ou visiteurs.es ambassadeurs.rices, le public informé exerce une véritable communication d'influence, qui, si elle ne peut toutefois pas être contrôlée par le groupe et reste sujette à des mécanismes de *braconnage*, peut avoir un véritable impact sur l'image du groupe EDF et, plus globalement, de la filière nucléaire.

Dans le cadre de ce travail de mémoire, il était nécessaire de prendre du recul et de sortir de la dichotomie « pour » ou « contre » le nucléaire, pour appréhender tous les enjeux des visites de centrales nucléaires. Celles-ci constituent une véritable richesse en termes d'analyses de communication dans le sens où elles sont des cas d'étude de la communication sur le risque. Effectivement, les visites de centrales nucléaires ne cherchent pas à faire disparaître le risque nucléaire, qui demeure intrinsèquement lié au secteur, mais à faire sentir que ce risque est contrôlé par les acteurs et actrices du nucléaire. Dans la perspective de construction de nouveaux réacteurs type EPR (Emmanuel Macron a réaffirmé le 9 novembre 2021, la relance de la construction de réacteurs nucléaires afin de garantir l'approvisionnement électrique du pays), il est nécessaire de rassurer les populations riveraines et les convaincre de la maîtrise du risque par EDF.

Il convient aussi de préciser que l'impact réel des centrales nucléaires demeure difficilement mesurable, aussi car celui-ci peut faire l'objet de biais inconscients chez les visiteurs et visiteuses. La Direction Études d'EDF et le Pôle Patrimoine s'attachent à rendre compte du lien entre visites de centrales nucléaires et opinion publique sur l'énergie nucléaire mais il faut toutefois considérer que cela questionne la représentativité réelle de l'opinion publique.

Finalement, notre objet d'études a permis de mettre en lumière trois enjeux principaux pour l'avenir des visites de centrales nucléaires, et plus largement, pour le groupe EDF. D'une part, celui de faire venir un public qui n'est pas considéré comme un public de proximité, notamment urbain. Plus on s'éloigne de la centrale, moins les populations se sentent concernées par la centrale et, de fait, moins elles vont être enclines à effectuer la démarche d'aller visiter un site nucléaire. L'acceptabilité est avant tout territoriale mais elle ne doit toutefois pas négliger les populations urbaines, au risque de renforcer le nombre de « sans opinion » à l'égard de l'énergie nucléaire, qui sont bien souvent, des non informés et non concernés. L'acceptabilité vis-à-vis des populations riveraines de proximité et des populations urbaines éloignées de la centrale nucléaire, est à penser à deux niveaux différents. La première relève davantage de l'acceptabilité de la centrale en elle-même, en tant que partie prenante du territoire tandis que la seconde relève davantage de l'acceptabilité à l'égard de l'énergie nucléaire de manière générale. Pour reprendre les propos de Paul-Emmanuel Schoeller, le but premier n'est pas de faire des anti nucléaires, des pros mais plutôt de donner des clés de lecture pour que le public puisse se faire une opinion, qu'elle soit positive ou négative. La conquête de ces populations urbaines éloignées des centrales nucléaires pourrait se faire d'une part par l'information qu'il est possible de visiter la centrale notamment via des campagnes grand public et d'autre part par la captation d'une population urbaine pour la venir en zone rurale : imaginer par exemple des partenariats avec des musées de villes, comme le Musée des

Arts et des Métiers à Paris, duquel le groupe EDF est déjà partenaire. Le musée a d'ailleurs une collection permanente « Les mystères de l'électricité » dont on pourrait imaginer une nouvelle version avec un parcours de visite sur une journée complète qui s'organiserait en deux temps : la visite de la collection au musée des Arts et des Métiers, puis un déplacement aller et retour par bus jusqu'à un site industriel EDF : une centrale nucléaire, un barrage hydraulique... Cela permettrait de faciliter la démarche de visiter une centrale nucléaire en l'intégrant pleinement dans un parcours de visite « de proximité ».

De plus, le deuxième enjeu majeur serait d'attirer davantage de populations jeunes (18-35 ans) dans les centrales nucléaires. Au-delà de l'aspect rural, la caractéristique principale du profil type de visiteur est l'âge : il se situe principalement dans la cinquantaine. Il y a une tension à prendre en compte dans l'appréhension de l'âge du public : les écoles représentent la majorité des visites de centrales nucléaires. On pourrait donc penser que les jeunes populations sont assez bien représentées dans les visites de centrales nucléaires. Toutefois, il est important de souligner que ces visites ne sont pas délibérément *choisies* par les étudiantes et étudiants puisqu'elles ont lieu dans le cadre scolaire et s'intègrent dans un programme de cours établi par l'enseignant.e. Les partenariats avec les influenceurs qui ont été mis en lumière précédemment sont des bons points de départ pour cibler une population jeune. Ceux-ci pourraient être complétés par une offre de visite davantage axée sur l'expérience, dans la continuité du programme Odysselec, qui demeure encore assez orienté familles et enfants. La visite culturelle ne cesse de se réinventer afin d'offrir des expériences variées : développement de l'art numérique (Atelier des Lumières), réalité augmentée dans les musées (Château de Chambord)... Cibler les jeunes cibles impliquent de réinventer quelque peu le parcours de visite afin de l'orienter davantage vers l'expérience et le ludique, allant au-delà de la simple visite de la centrale nucléaire. Par ailleurs, il y a là encore un enjeu de faire connaître ces animations et faire savoir que la centrale nucléaire se visite. L'utilisation des réseaux sociaux par les centrales nucléaires se limitent encore trop à Twitter, ne permettant pas de toucher toutes les cibles et étant plutôt de l'ordre de l'informationnel. Nous pourrions imaginer étendre le périmètre de communication des centrales nucléaires en communiquant davantage sur Tik Tok ou Instagram par exemple.

Enfin, le dernier enjeu commun aux deux précédents est de faire connaître largement les visites de centrales nucléaires. La communication nucléaire à destination du grand public est un exercice de précision, où il est important d'adresser le discours le plus adapté afin d'éviter de commettre des impairs. EDF ne fait pas de communication grand public informant de la possibilité de visiter ses centrales nucléaires. Ce faisant, l'accès à l'information nécessite d'être un minimum informé.e sur

le sujet : le grand public se rend assez peu souvent sur le site Corporate d'EDF par simple curiosité ou ne visite que très peu les comptes Twitter des centrales nucléaires, si il n'est pas informé en amont. Une campagne grand public informant de la possibilité de visiter les centrales nucléaires (et plus largement, les autres sites industriels du groupe) permettrait d'installer un premier jalon de communication, qui pourrait être ensuite appuyé et complété par une communication de proximité.

## **Bibliographie**

### **Ouvrages**

BOY Daniel, *Pourquoi avons-nous peur de la technologie ?*, Les Presses de Sciences Po, 2007, 198 p.

D'ALMEIDA Nicole, *Les promesses de la communication. La force de la parole dans la communication d'entreprise*. Presses Universitaires de France, 2012

GOFFMAN Erving, *La mise en scène de la vie quotidienne : 1. La présentation de soi*, Les Éditions de Minuit, 1973, 256 p.

HEILBRUNN, Benoît. *La marque*. Presses Universitaires de France, 2007, 128 p.

KATZ Elihu et LAZARUSFIELD Paul, *Personal Influence. The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*, Glencoe, Free Press, 1955, 434 p.

LABBÉ Marie-Hélène, *La grande peur du nucléaire*, Les Presses de Sciences Po, 2000, 136 p.

LIBAERT Thierry, *La communication de proximité*, Éditions Liaisons, 1996, 296 p.

LIBAERT Thierry, *La communication corporate*, Éditions Dunod, 2016, 128 p.

VUILLERMET Hélène, *La technique*, Éditions Flammarion, 2018, 240 p.

### **Articles**

BRÉCHET Yves, « La perception du progrès scientifique et technique : l'énergie nucléaire comme révélateur », *Raison présente*, vol. 194, no. 2, 2015, pp. 71-79

COUÉGNAS Nicolas, HALARY Marie-Pierre. "Signification et communication du risque : le cas du nucléaire », *Quaderni*, n°48, Automne 2002. Le risque : les choix technopolitiques. pp. 89-99.



COUSIN Saskia, « Industrie de l'évasion ou entreprise d'encadrement ? Le cas du tourisme industriel. », *Quaderni*, n°44, Printemps 2001. *Les industries de l'évasion*. p. 62

DE LA BROISE Patrice, « Accueillir du public dans l'entreprise en activité », *Études de communication*, 21, 1998, pp. 123-136

DELAVIGNE Valérie, GUESPIN Louis, « Nucléaire : risque et sécurité. Une recherche en socioterminologie », *Terminologies nouvelles*, 1992, p. 19-25

DONDERO Maria Giulia. « Photographier le travail, représenter le futur. Iconographie du chantier des Halles à Paris », *Communication & langages*, vol. 180, no. 2, 2014, pp. 79-94

FAILLET Caroline. « La communication d'influence : être au cœur du parcours de l'internaute », *I2D - Information, données & documents*, vol. 54, no. 2, 2017, pp. 39-40

GENDRON Corinne, « Penser l'acceptabilité sociale : au-delà de l'intérêt, les valeurs », *Communiquer* 11, 2014, pp. 117-129

JEANNERET Yves, « Le choc des mots : pensée métaphorique et vulgarisation scientifique. », *Communication et langages*, 93, 3ème trimestre 1992, pp. 99- 113

JEANNERET Yves, « La visite d'entreprise : une situation de communication complexe », *Communication et langages*, 87, 1er trimestre 1991, pp. 93-105

JEANNERET Yves, « Penser la trivialité. Volume 1 : La vie triviale des êtres culturels », Éditions Hermès-Lavoisier, coll. Communication, médiation et construits sociaux, 2008, 266 p.

LEMARCHAND Frédéric, « Roland Barthes à Tchernobyl. Une approche barthésienne des mythes nucléaires », *Les imaginaires et les techniques*, Mines ParisTech, 2018, Sciences de la conception, 12 p.

PARENT Claude et BOUVIER Yves, « Architecture et paysage du nucléaire : La centrale crée le site », *Annales historiques de l'électricité*, vol. 3, no. 1, 2005, pp. 7-17

## Rapports de recherche et études

LOPEZ Fanny, « Les touristes du nucléaire : l'enjeu de l'accessibilité des sites de production EDF, 1974-1991 », Victoires éditions, Annales historiques de l'électricité n°12, 2014, pp. 65-75

MERCHEZ Faustina, *Les visites de sites industriels à risque comme levier d'acceptabilité : le cas de la centrale nucléaire de Chooz*, Sciences de l'information et de la communication, 2020.

PORTELLI Aurélien, MARTIN Christophe, GUARNIERI Franck, *Mythes et représentations dans l'histoire nucléaire française : quels impacts sur la sûreté des opérations de démantèlement ?*, MINES ParisTech. 2013, 15 p

SEGAULT Antonin, *Communication de crise en phase post-accidentelle nucléaire : organisation et partage des connaissances sur le Web*, Sciences de l'information et de la communication. Université Bourgogne Franche-Comté, 2017

Institut de Radioprotection et de Sûreté Nucléaire, *Baromètre 2021 : La perception des risques et de la sécurité par les français*, 2021

## Sites Internet

Entreprises et Découvertes, <https://www.entrepriseetdecouverte.fr/qui-sommes-nous/>, consulté le 15 septembre 2021

France TV Info, *Pourquoi la série Chernobyl nous fascine et nous effraie autant*, [https://www.francetvinfo.fr/monde/europe/tchernobyl/pourquoi-la-serie-chernobyl-nous-fascine-et-nous-effraie-autant\\_3489739.html](https://www.francetvinfo.fr/monde/europe/tchernobyl/pourquoi-la-serie-chernobyl-nous-fascine-et-nous-effraie-autant_3489739.html), 17 juin 2019, (consulté le 10 septembre 2021)

Le Figaro, *Chernobyl débarque sur M6 : une série extraordinaire glaçante*, [https://tvmag.lefigaro.fr/programme-tv/chernobyl-debarque-sur-m6-une-serie-extraordinairement-glacante\\_b43120da-b7c0-11eb-9a6f-8b2fa08cdb3c/](https://tvmag.lefigaro.fr/programme-tv/chernobyl-debarque-sur-m6-une-serie-extraordinairement-glacante_b43120da-b7c0-11eb-9a6f-8b2fa08cdb3c/), 27 mai 2021, (consulté le 3 octobre 2021)

Le Point, *Chernobyl, la série catastrophe qui va vous irradier*, [https://www.lepoint.fr/culture/tchernobyl-la-serie-catastrophe-qui-va-vous-irradier-13-05-2019-2312198\\_3.php](https://www.lepoint.fr/culture/tchernobyl-la-serie-catastrophe-qui-va-vous-irradier-13-05-2019-2312198_3.php), 28 mai 2021, (consulté le 3 octobre 2021)

Société Française d'Énergie Nucléaire, *L'imaginaire du nucléaire dans la culture populaire : ambivalence et démesure*, <https://new.sfen.org/rgn/imaginaire-nucleaire-culture-populaire-ambivalence-demesure/>, 22 mars 2019, (consulté le 26 septembre 2021)

Télérama, « *Chernobyl* », *la grande série qui fait l'effet d'une bombe*, <https://www.telerama.fr/series-tv/chernobyl,-la-grande-serie-qui-fait-leffet-dune-bombe.n6310093.php>, 27 mai 2021, (consulté le 3 octobre 2021)

Ouest France, *La série Chernobyl, sur l'accident nucléaire, commence ce soir sur M6*, <https://www.ouest-france.fr/medias/television/la-serie-chernobyl-sur-l-accident-nucleaire-commence-ce-soir-sur-m6-6af6d45a-be37-11eb-bc59-778c1de5b8e1>, 27 mai 2021, (consulté le 3 octobre 2021)

Vanity Fair, *Série : « Chernobyl » est une magistrale et terrifiante leçon d'Histoire*, <https://www.vanityfair.fr/culture/ecrans/story/la-miniserie-chernobyl-est-un-chef-doeuvre-dhorreur/5815>, 27 mai 2021, (consulté le 3 octobre 2021)

## **Podcasts**

Société Française d'Énergie Nucléaire, « Le nucléaire en clair », *La série Chernobyl : fiction et réalité*, 23 juin 2021, (écouté le 25 août 2021)

Société Française d'Énergie Nucléaire, « Le nucléaire en clair », *La face cachée du nucléaire*, 24 mars 2021, (écouté le 4 septembre 2021)

Société Française d'Énergie Nucléaire, « Le nucléaire en clair », *Vivre près d'une centrale nucléaire*, 16 février 2021, (écouté le 10 septembre 2021)

Voix Libres, *Acceptabilité sociale : définition et enjeux*, 29 novembre 2018, (écouté le 15 septembre 2021)

France Culture, « Les Pieds Sur Terre », *Vivre à côté d'une centrale : Saint-Laurent-des-Eaux*, 09 mars 2020, (écouté le 15 septembre 2021)

## **Entretiens**

1. Sandra Burnon, responsable communication à la centrale de Saint-Alban, EDF
2. Julia Dumont, chargée de communication à la centrale de Paluel, EDF
3. Aurore Bacquenois, cheffe de mission communication à la centrale de Saint-Laurent-des-Eaux, EDF
4. Paul-Emmanuel Schoeller, directeur de la communication nucléaire et thermique du groupe EDF

## **1 - Sandra Bernon, responsable communication de la centrale nucléaire de Saint-Alban, EDF**

**Bonjour Sandra Bernon. Je vous remercie de m'accorder cet entretien. Pourriez-vous présenter les visites de la centrale nucléaire de Saint-Alban ?**

La centrale de Saint-Alban accueille en moyenne 5000 visiteurs par an, hors temps de Covid. C'est dans la moyenne des autres centrales. À Saint-Alban, nous avons deux unités de production. Les visites portent sur le fonctionnement général de la centrale et également la salle des machines pour voir comment on pilote la machine. La centrale se visite principalement pendant des semaines clés comme les Journées Européennes du Patrimoine ou les Journées de l'Électricité.

**Comment se déroulent les visites ?**

Toutes les centrales fonctionnent avec des sociétés prestataires de guides. Elles sont standardisées donc globalement homogènes. Les visites durent entre deux et trois heures.

**Quels sont les principaux publics des visites de centrales nucléaires ?**

La cible principalement est majoritairement scolaire, collèges, lycées, écoles supérieures. On communique beaucoup avec les écoles de proximité, on est en relation avec les responsables de programme, les professeurs. Nous avons également un public que nous appelons VIP. Il s'agit d'élus, de pouvoirs publics, d'associations ou encore d'industriels. Les visites « grand public » ont lieu lors des semaines clés.

**Comment adaptez-vous le discours de visite en fonction des publics ?**

Tout d'abord, on ne va pas leur faire visiter la même chose. Les publics VIP par exemple pourront effectuer des visites dans des zones qui sont fermées au grand public, comme le bâtiment combustible. L'idée est de leur montrer tout le process en termes de sécurité et de sûreté. Par exemple, si un riverain pose des questions à un élu sur la centrale nucléaire, celui-ci doit être en mesure de lui répondre. On lui fournit des informations. On va aussi leur montrer qu'il y a une véritable dynamique économique impulsée par la centrale. On peut recevoir des associations locales environnementales dans le cadre de la CLI<sup>82</sup> comme Vivre, Sauvons Notre Futur. Ici, le sujet de l'environnement va être discuté et il va peut-être falloir faire preuve de plus de pédagogie. Les sujets qui font polémique sont les déchets et les rejets. On va donner des chiffres, expliquer les différents types de déchets en s'appuyant sur des études qui ont été faites sur les effets sanitaires des déchets.

---

<sup>82</sup> Commission Locale d'Information

Concernant les écoles comme les écoles d'ingénieurs, on va faire appel à des techniciens de la centrale qui vont pouvoir partager leur expérience, leur fournir un témoignage métier.

### **Quels sont les enjeux de communication des visites de centrales ?**

On explique qu'il y a beaucoup de réglementations, qu'on ne fait pas n'importe quoi. Il y a l'ASN, le gendarme du nucléaire, qui contrôle énormément. On met beaucoup en avant la sécurité et la sûreté car nous avons beaucoup de questions sur Tchernobyl et Fukushima : comment cela a pu arriver ? Qu'est-ce qu'il s'est véritablement passé ? Notre rôle est d'expliquer le contexte, de retracer les événements avec le public et de montrer dans quelle mesure un accident nucléaire à l'image de Tchernobyl a peu de chance de se produire en France aujourd'hui. Le risque nucléaire existe, nous le savons et le public aussi. Derrière l'explication des processus de sécurité et de sûreté nucléaire, on montre au public que nos centrales nucléaires sont maîtrisées et cela rassure nos visiteurs.

### **Quels sont les objectifs des visites de centrales ?**

Les riverains vivant entre 10 et 20 km de la centrale sont un véritable enjeu. Certains ne savent parfois même pas qu'ils vivent à proximité d'une centrale nucléaire. Il y a un véritable travail de pédagogie à effectuer pour les informer et également les rassurer.

Le but des visites n'est pas de ressortir pro nucléaire mais de comprendre le mieux possible le fonctionnement d'une centrale nucléaire, en faisant preuve de pédagogie et de transparence

L'entourage des riverains ou les riverains eux-mêmes sont toujours liés à la centrale : soit ils y travaillent, y ont travaillé, ou ils connaissent un proche qui y travaille. Avec l'élargissement de la campagne d'iode, on cherche à rassurer les riverains par rapport à la centrale proche de chez eux.

Il y a beaucoup de nucléaire-bashing dans les médias, surtout après Fukushima. Les visites nous permettent de rétablir la vérité. Les visiteurs savent que le nucléaire est risqué mais ils comprennent que ce risque est maîtrisé.

## **2 - Julia Dumont, chargée de communication à la centrale de Paluel, EDF**

**Bonjour Julia Dumont. Je vous remercie de m'accorder cet entretien. Pouvez-vous expliquer comment s'organisent les visites de centrales nucléaires ?**

Notre stratégie de visite annuelle se base sur les résultats du Baromètre Riverains. Ces résultats nous permettent de comprendre les sujets qui posent problème aux riverains et nous orientons la stratégie de visite en ce sens. Une année, nous avons vu que la question de la gestion des déchets générait beaucoup d'inquiétudes et d'interrogations : pour cela nous avons créé une visite spécialement conçue sur la question des déchets.

**Quels sont les enjeux des visites de centrales nucléaires ?**

Les jeunes grandissent avec les clichés sur le nucléaire, hérités majoritairement de la culture populaire. Leur ouvrir les portes de nos centrales nous permet de créer un moment d'échange avec eux et la possibilité de leur faire voir le nucléaire sous un jour nouveau. Après Fukushima il y a un véritable enjeu de regagner la confiance des gens, notamment via les visites de sites. Il faut changer le regard sur nous, montrer que l'on n'est pas que du nucléaire qui fait peur. Il est important de toujours se réinventer pour changer le regard des gens.

**Comment s'illustre cette volonté de se réinventer ?**

Le public a le choix de faire plein de visites. Pourquoi choisirait-il de visiter une centrale nucléaire plutôt qu'autre chose ? Il faut donner envie au public, au-delà de la visite il y a aussi un enjeu d'expérience client pour en faire de potentiels clients.

**Comment s'incarne la relation de la centrale avec son territoire ?**

Nos visiteurs sont principalement des riverains, curieux et intéressés de découvrir la centrale nucléaire implantée sur leur territoire. Celle-ci fait partie intégrante du paysage territorial, c'est assez naturel pour eux d'aller la visiter. Il y a un effet de mort au km, plus les gens sont proches de la centrale, moins ils ont peur du nucléaire. Plus on s'éloigne de la centrale, plus on est méfiants. On essaie aussi de travailler avec les acteurs locaux pour améliorer l'expérience, en faisant par exemple des circuits verts. L'acceptabilité vient de différents canaux et dépend de différents publics. Les visites sont de plus en plus des leviers d'acceptabilité, elles permettent de créer une véritable relation de confiance avec les visiteurs.



### **3- Aurore Bacquenois, cheffe de mission communication à la centrale de Saint-Laurent-des-Eaux, EDF**

**Bonjour Aurore Bacquenois. Je vous remercie de m'accorder cet entretien. Pourriez-vous nous présenter la communication au sein de la centrale de Saint-Laurent ?**

Je suis cheffe de mission communication à la centrale et j'encadre trois chargées de communication. Nous travaillons autour de trois domaines : la communication interne, la communication externe dont la communication de proximité et la communication de crise.

**Quels sont les objectifs des visites de centrales nucléaires ?**

L'objectif est de mieux faire comprendre notre mission de service public. Il s'agit de, par la preuve, montrer que le nucléaire est une énergie sûre. La visite permet de rassurer. Chaque visite nécessite une vérification d'identité auprès de la personne qui s'est inscrite pour la visite. Celle-ci est effectuée un mois avant la date de visite de la centrale. Cela permet de rassurer, ce qui est renforcé le jour J par la présence d'un peloton de gendarmerie sur le site.

Les visites permettent également de valoriser l'attractivité du nucléaire et de ses métiers auprès des écoles. On nous dit souvent que le fait de venir voir des salariés de la centrale, ça humanise le secteur.

**Et auprès des riverains spécifiquement ?**

La majorité des riverains ne sont pas venus visiter la centrale nucléaire. Il y a un enjeu de montrer à nos riverains qui on est, de faire connaître et reconnaître la centrale sur son territoire pour que les gens acceptent davantage son existence, et finalement, qu'ils oublient qu'elle est là. Moins la centrale fait de nuance, plus on l'oublie et elle fait véritablement partie du territoire.

**Comment adaptez-vous le discours de visite au regard de la spécificité du public ?**

On adapte le discours à chaque visite, selon le public que l'on a en face de nous. Quand on reçoit des écoles, on va faire témoigner des salariés de la centrale, qui sont le mieux placés pour en parler. Il y a également le public d'influence, les VIP. Les visiteurs VIP sont des visiteurs qui ont une influence sur le territoire comme les députés, les préfets, les conseillers départementaux. Le parcours de visite est différent car il n'a pas les mêmes objectifs qu'auprès des riverains. Pour les VIP, on veut rendre compte de la dynamique économique et territoriale de la centrale sur le territoire. Il est important de s'assurer que le discours aura été compris, afin que les VIP soient ensuite capables de le restituer. Par exemple, si des riverains interrogent les élus sur les process de sécurité à la centrale, ils doivent être en mesure de répondre et de leur en parler.

#### **4- Entretien avec Paul-Emmanuel Schoeller, directeur de la communication nucléaire et thermique du groupe EDF**

**Bonjour Paul-Emmanuel Schoeller. Je vous remercie de m'accorder cet entretien.**

**Quels sont pour vous les plus gros enjeux de la communication nucléaire ?**

Il y a pas de nucléaire sans acceptabilité, sans transparence. Pas de nucléaire sans dialogue.

La communication nucléaire c'est dire à une personne ce qu'elle n'aimerait pas entendre par d'autres que nous . Derrière ça, il y a tout. Enjeu de clareté, de pédagogie, dire qui nous sommes.

On a pu nous faire la critique que c'est un milieu opaque. Ce qui est important pour nous c'est de dire au bon moment au bon endroit et surtout dans la bonne forme. Dire tout le temps ça n'a aucun sens, il faut dire au bon moment. Il faut être en capacité de dialoguer avec les gens quand ils ont des questionnements. Je suis pas là pour essayer de convaincre mais pour donner de l'information. Le pro et anti n'est pas le sujet. Le territoire veut être informé sur des sujets de compréhension.

On va mener jusqu'en 2029, une remise à niveau des centrales. C'est le plus gros projet industriel depuis la création du parc. On a donc besoin de faire connaître qui nous sommes, dire ce que l'on fait et dire ce que vous pouvez faire avec nous.

**Comment se manifeste la pédagogie et la transparence ?**

Nos métiers nous imposent un cadre réglementaire très stricte. Il faut informer les autorités notamment les CLI, l'ASN<sup>83</sup>. Les visites permettent de faire toucher du doigt, faire converser et dialoguer le public et nos salariés. Il n'y a pas meilleur ambassadeur que celui qui fait. Pour les élus locaux, on les fait venir dès qu'il y a une opération de maintenance par exemple. Tout ce qui est relais et leaders d'opinion on va leur présenter ce qu'on fait, on les accueille. Les visites se font lors de journées particulières, on ne peut pas venir comme on veut car ça reste un lieu sécurisé. Montrer un segment, un gamme : selon que l'on est journaliste, grand public, leader d'op nous ne sommes pas intéressés par la même chose. Faire des choses sur mesure. Certaines zones sont fermées pour des raisons de sécurité. On va aller plus loin, on va leur montrer les zones nucléaires. L'élu local est un interlocuteur privilégié. On va l'emmener en salle de commandes, en zone nucléaire. Ce sont des petits nombres donc c'est aussi plus simple et de par leur fonction, ils peuvent être eux-mêmes questionnés sur des sujets. Dialoguer ce n'est pas juste chercher à convaincre d'une opinion. L'idée c'est de leur donner des éléments de réflexion, de débat pour qu'ils obtiennent des réponses. Si les réponses les confortent dans leur opinion, même si il est négative, tant pis, mais ce qui importe c'est de répondre aux questions que les gens se posent.

---

<sup>83</sup> Autorité de Sureté Nucléaire

### **Quelle est la stratégie derrière les visites de centrales nucléaires ?**

On bat en brèche les idées reçues. On est là pour éviter qu'on dise tout et n'importe quoi. On est là pour dire « voilà la réalité des choses ». Nous sommes des gens accueillants, on obéit à des règles strictes de contrôle. C'est important qu'il n'y ait pas de doute, de créer un lien de confiance. Les opinions sont à un niveau historiquement haut, parce que notre stratégie de visite a permis en partie de comprendre ce que l'on fait. La visite contribue au lien de confiance, c'est nécessaire. Ce n'est pas le seul levier mais c'est un levier nécessaire. Visiter c'est aussi trouver un interlocuteur. Parfois des gens viennent juste pour poser des questions et pas spécialement pour visiter.

### **Quels sont les enjeux d'image derrière les visites de centrales nucléaires ?**

Que le public se dit que « La maison est bien tenue, ce sont des professionnels, ils connaissent leurs métiers, ils gèrent des installations complexes mais c'est sur ». Que les gens ressortent avec la conviction qu'on est dans quelque chose de compétent, de sérieux, que ça donne envie.

Pour les riverains, les plus vieux sont là depuis la création de la centrale. Les néo ruraux (anciens habitants des villes) recherchent la sécurité puisqu'ils vivent à côté. Le premier enjeu c'est un enjeu de sureté et le deuxième enjeu est un enjeu d'emploi. Le riverain est important car on le voit au quotidien. Quand j'étais dircom de centrale nucléaire, tu vas au super U du coin, les gens te reconnaissent, ils te posent des questions. Je connaissais les riverains, les élus locaux. Dans ton club de rugby, de foot, tu es avec des gens qui travaillent dans la centrale. Ça contribue à cette confiance.

### **Comme vulgariser les discours auprès du public ?**

Nous les communicants, nous sommes des traducteurs. Il faut savoir parler simplement. Il faut avoir un langage riche pour pouvoir, sans dénaturer le fond du propos, restituer ce qui est. Transformer des termes parfois techniques en des termes simples pour expliquer. À nous de nous inscrire dans les formats d'information de tendance. Si c'est pas clair, c'est que c'est flou. Si c'est flou, c'est qu'il y a un loup. Quand on va sur Tiktok ou sur Brut, on ne parle pas de la même façon qu'à un journaliste national ou à un élu. À côté de ça, il y a des publics très scientifiques pour lesquels la vulgarisation ne convient pas. On en revient à la même chose : partir de la cible et de ce qu'elle veut. Quand on comprend la cible, on s'adapte son format et son vocabulaire. il faut pas faire la visite pour faire la visite. C'est vrai pour tout mais surtout pour le nucléaire, qui est un sujet très complexe.

### **S'agit il d'influer sur l'opinion ?**

Le débat n'est pas sur anti/pro, nous pouvons pourquoi pas renforcer la conviction. Mon point c'est de transmettre de l'information, de montrer qui nous sommes. Ce qui m'intéresse ce sont plutôt les

gens qui n'ont pas d'opinion. Je ne suis pas là pour me battre pour convaincre les anti. Le débat pour/contre n'est pas le vrai sujet. Le vrai sujet c'est le citoyen, le riverain, le rapport que l'on entretient avec lui. Je suis là pour que le citoyen se forge une opinion. Si il ressort davantage convaincu tant mieux, si il ressort en étant « anti » tant pis. On veut que celles et ceux qui ressortent d'une centrale nucléaire aient eu les réponses qu'ils cherchaient.

### **Quelle est la communication mise en place autour des visites de centrales ?**

En proximité, en local, on a une vraie relation de communication. On a un outil que l'on peut montrer, visuellement la centrale est là, on sait où elle est. Il y a un lien fort. Plus on s'éloigne de la centrale, moins on a une relation forte à la centrale.

Les anciens riverains étaient plutôt des riverains historiques et surtout très ruraux. Avec l'extension, on touche un nouveau public, souvent plus éloigné de ces sujets là et avec des autres préoccupations. Les habitudes entre les anciens et les nouveaux riverains sont différentes.

Bien souvent, ces nouveaux riverains n'y connaissent rien, il faut repartir de la base. ils n'ont pas la même base que les anciens riverains. Quand ça fait 40 ans que tu habites au pied d'une centrale nucléaire, tu sais ce que c'est les sirènes etc. Quand tu vois même pas la centrale, qu'on te dit que tu vas prendre des comprimés d'iode tu n'y comprends rien. Il y a toute une démarche.

## Annexes

### 1 - Captures d'écran des comptes Twitter des centrales nucléaires de Paluel et Penly

 **EDF Paluel** @EDF\_Paluel · 7 sept. ...

La centrale de [#Paluel](#) participera à la Fête de la Science. Il reste 8 places le 7 octobre et autant le 8 octobre ! Inscrivez-vous vite au 02.35.57.69.99. Au programme : conférence sur le fonctionnement d'une centrale [#nucléaire](#) et visite d'une salle des machines. [#FDS2021](#)



2 7 31

 **EDF Paluel** @EDF\_Paluel · 4h ...

Plus de 60 curieux ont assisté au spectacle théâtral « Le Clos des Lumières » proposé à la centrale nucléaire de [#Paluel](#) : une 1ère en France ! Bravo et merci à Julien Clugery [@cluug2](#) , metteur en scène, pour cette parenthèse enchantée. Plus d'infos ici => [ow.ly/HwB450GjgD2](https://ow.ly/HwB450GjgD2)





2 3





**EDF Paluel** @EDF\_Paluel · 30 août

...

Les visites estivales sont terminées mais le souvenir reste entier ! Bravo à toutes les personnes qui se sont essayées à la  et au  électrique. Nous vous donnons rendez-vous à [@LaSolitaire\\_52e](#) et prochainement à la [@FeteScience](#). #VisiterEDF



**EDF Paluel** @EDF\_Paluel · 28 juil.

...

Envie de découvrir de façon inédite l'histoire de l'électricité ? Les 24, 25 et 26 septembre 2021, inscrivez-vous au spectacle vivant de Julien Clugery au Clos des Fées puis [@EDF\\_Paluel](#). Inscriptions à [accueil.closdesfees@mairie-paluel.fr](mailto:accueil.closdesfees@mairie-paluel.fr) (+12 ans).

[bit.ly/3kZotXs](https://bit.ly/3kZotXs)



**Jean-Marie Boursier** @boursierjm · 27 juil.

Heureux de présenter ce soir, aux côtés de Julien Clugery @cluug2 et Didier Gaston, le projet de création artistique "Le Clos des Lumières". La centrale @EDF\_Paluel sera, à l'occasion, mise en lumière pour accueillir une visite théâtralisée autour de l'électricité. #OdysElec

[Afficher cette discussion](#)





EDF Paluel @EDF\_Paluel · 17 sept.

...

La culture pour tous s'invitera demain à #Paluel lors des #JournéesDuPatrimoine. Des visiteurs viendront découvrir l'histoire et l'architecture du site pensée par un collège de 9 architectes.



🗨️ ↻ 8 📤



EDF Penly @EDFPenly · 21 juil.

...

Ils ont testé l'escape game de la centrale #nucléaire de #Penly et ont trouvé la production nécessaire au réseau #électrique pour sortir. Sapez-vous en faire autant ? Venez essayer on vous attend 🤗⚡💡🔧 Plus d'info : [edf.fr/penly](http://edf.fr/penly) #visiterEDF



🗨️ ↻ 3 ❤️ 10 📤



EDF Penly @EDFPenly · 30 juil.

...

Ils sont venus découvrir la #Biodiversité de la centrale #nucléaire de #Penly. 2h de balade entre nature et énergie pour découvrir les espèces présentes sur le site 🌿🐦🌸🌻. Visite tous les jeudis à 14h. Réservation au 0235406030



🗨️ ↻ 3 ❤️ 13 📤



2 - Dossier de presse Odysselec'

**L'annexe a été retirée de la version diffusée en ligne.**