
Communication sur la Grande cause nationale 2016

La loi n°2004-811 du 13 août 2004 de modernisation de la sécurité civile fait du citoyen le premier acteur de la sécurité civile (article 4 : « *toute personne concourt par son comportement à la sécurité civile. En fonction des situations auxquelles elle est confrontée et dans la mesure de ses possibilités, elle veille à prévenir les services de secours et à prendre les premières dispositions nécessaires* »).

Cependant, dans la vie courante, le citoyen rencontre des risques de toute nature et ne sait que peu quels comportements adopter pour les éviter, s'en protéger ou en réduire les conséquences. Les risques majeurs s'accroissent et, chaque année, davantage de personnes sont blessées ou tuées lors d'inondations ou de tempêtes. Il en va de même pour les accidents de la vie courante dont les chiffres sont éloquentes, mais bien souvent ignorés.

Un double enjeu apparaît. Il s'agit à la fois de préparer le citoyen afin qu'il évite ou contourne les risques, mais également qu'il sache réagir de façon adaptée lorsque ceux-ci surviennent, malgré tout. Le succès rencontré par la campagne *Devenez acteurs, initiez-vous aux premiers secours* lancée en février dans l'ensemble des territoires par le ministère de l'Intérieur pour sensibiliser gratuitement la population aux « gestes qui sauvent » témoigne de la prise de conscience du public et du besoin grandissant lié au contexte de menace terroriste, auxquelles doivent répondre des actions concrètes.

Le 2 mai 2016, la Fédération nationale des sapeurs-pompiers de France, la Croix-Rouge française et la Fédération nationale de Protection civile, ont obtenu le label Grande cause nationale 2016 pour leur projet de campagne de sensibilisation du public autour du thème « *Adoptons les comportements qui sauvent* ».

La Grande cause nationale est un label décerné par les services du Premier ministre, qui permet d'aider à porter à la connaissance du grand public un sujet d'intérêt général et de le sensibiliser aux moyens d'agir positivement. Ce soutien passe notamment par une diffusion gracieuse de messages via les chaînes de radios et télévisions publiques.

La campagne de communication, en cours d'élaboration, sera déclinée durant les prochains mois sur différents supports (clip vidéo, messages radios, affichages publicitaires, événements dédiés et mise en lumière d'actions de sensibilisations déclinées dans les réseaux des trois acteurs du label...). Elle repose entièrement pour sa conception, son financement et sa réalisation sur les associations du collectif et les partenaires qu'elles pourront trouver.

Au delà de ce volet communication, il conviendra en parallèle de mobiliser l'ensemble des acteurs concernés pour obtenir un renforcement des actions concrètes d'informations préventives et de formation de la population.