

**LE POINT DE VUE  
NUMÉRIQUE SUR LES  
CATASTROPHES:  
LEÇONS TIRÉES DES  
MÉDIAS SOCIAUX DANS  
LA COMMUNICATION EN  
CAS DE CATASTROPHE**

4ème édition - 15 janvier 2025



# INTRODUCTION

**RESILIAGE** est un projet de recherche européen de trois ans (2023-2026) axé sur le renforcement de la résilience des communautés par l'intégration du patrimoine culturel et naturel dans la réduction des risques de catastrophe (RRC). Financé par Horizon Europe, il explore comment le patrimoine, en tant que ressource importante des communautés locales, peut renforcer la résilience sociétale face aux risques naturels et aux événements extrêmes. En menant des recherches sur le terrain et en impliquant les communautés dans des scénarios multirisques, RESILIAGE vise à co-générer des connaissances exploitables, permettant aux communautés de mieux se préparer et d'atténuer les risques de catastrophe, tout en s'attaquant aux effets du changement climatique.

Le projet est dirigé par le Politecnico di Torino et implique 18 partenaires de 10 pays, dont des premiers intervenants, des décideurs politiques, des associations de citoyens et des organisations patrimoniales. Grâce à ses **cinq laboratoires CORE** (COmmunity REsilience Labs) établis dans cinq pays différents - **Famenne-Ardenne (B), Crète (GR), Naturtejo (PT), Trondheim (NO) et Karsiyaka (TR)**-, RESILIAGE utilise un cadre **Systemic Resilience Innovation (SyRI)** pour analyser la gouvernance, l'interaction sociale et d'autres facteurs critiques. Ce cadre permet d'identifier et d'améliorer les pratiques qui renforcent la résilience des communautés, en utilisant le patrimoine culturel dans la gestion des risques de catastrophe et l'adaptation au changement climatique. En outre, chaque laboratoire CORE se spécialise dans une échelle de gouvernance spécifique, notamment le district urbain, la municipalité, le réseau de municipalités, la région et l'interrégion.

En engageant les parties prenantes dans des processus collaboratifs et participatifs, le projet cherche à **créer des outils numériques** et des **solutions douces** qui renforcent la préparation des communautés et promeuvent des stratégies à long terme pour la résilience aux catastrophes.

# CONTENU

La brochure n°4 : Leçons tirées de l'analyse des médias sociaux présente une analyse de la communication dans les médias sociaux lors d'événements catastrophiques, en s'appuyant sur des données tirées de cas passés pour évaluer l'efficacité de la communication et son impact sur la réponse et la préparation aux catastrophes. En examinant la manière dont les informations ont été diffusées lors de catastrophes spécifiques, elle vise à identifier les lacunes en matière de communication, à évaluer le niveau de mise en œuvre de la sensibilisation aux risques de catastrophes et à contribuer à une meilleure compréhension des facteurs humains qui influencent ces résultats.

Il comprend une analyse des lacunes pour les cinq laboratoires CORE, qui évalue l'état actuel de la mise en œuvre et met en évidence les domaines nécessitant une amélioration. Les résultats de cette analyse serviront également de base aux initiatives d'élaboration de politiques et permettront d'identifier les besoins essentiels auxquels il convient de répondre par des efforts de renforcement des capacités. Cette approche globale vise à soutenir l'amélioration de la préparation aux catastrophes et des stratégies de réponse à travers les multiples facettes du projet.

Dans ces analyses, le potentiel d'extraction et d'analyse des données de plusieurs plateformes de médias sociaux a été exploré afin d'évaluer la communication en cas de catastrophe et son efficacité. Les plateformes initialement envisagées comprenaient Facebook, Instagram, X (anciennement Twitter) et YouTube. Ces plateformes ont été sélectionnées en raison de leur large utilisation et de leur capacité à faciliter la communication entre les acteurs influents et les citoyens. Toutefois, l'accès aux données historiques de ces plateformes s'est heurté à d'importantes limitations qui ont eu une incidence sur la portée de l'analyse. Certaines plateformes ont exigé des frais d'abonnement pour l'accès aux données, tandis que d'autres n'ont offert des données qu'aux entités de recherche éligibles. Par conséquent, l'accès à certaines données a été restreint, ce qui a limité la possibilité de mener une étude complète.

L'analyse s'est limitée aux pages publiques de Facebook où aucune connexion n'était nécessaire et où les données étaient accessibles au public. Cette contrainte a limité le type et le volume des données disponibles, car seules les publications publiques jusqu'à une certaine date ont été collectées. Les données comprenaient le nombre de réactions, de commentaires et de partages par publication, tout en veillant à ce qu'aucune donnée privée ne soit collectée.

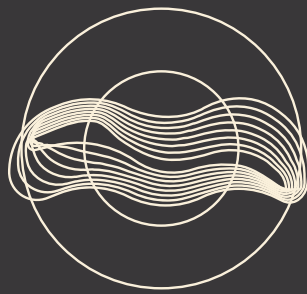
Il a été demandé aux CORE Labs d'identifier les pages de médias sociaux les plus influentes dans leur région, notamment celles appartenant aux municipalités, aux services de pompiers, aux personnalités publiques et à d'autres organisations pertinentes. La collecte de données a été particulièrement difficile pour les pages appartenant à des journaux, dont le volume de contenu était souvent élevé, ce qui rendait difficile l'isolement des messages pertinents. Malgré ces difficultés, aucune donnée personnelle ou information permettant d'identifier des individus n'a été collectée. L'accent a été mis sur le contenu des messages et sur les indicateurs d'engagement.

Étant donné que les CORE Labs opèrent dans des régions dont les langues principales sont différentes, un processus d'auto-traduction a été nécessaire pour normaliser les données en vue de l'analyse. Les descriptions des posts ont été traduites en anglais à l'aide de la technologie Large Language Model afin de garantir une analyse cohérente dans toutes les régions.

Avant l'analyse, les données ont été nettoyées et transformées afin d'être utilisables. Il s'agissait de supprimer les informations non pertinentes ou en double, de normaliser les formats de données et d'assurer la cohérence. Une fois les données nettoyées, l'analyse s'est concentrée sur les messages liés aux catastrophes identifiées dans une fenêtre temporelle spécifique. Les messages ont été analysés avant et après la catastrophe afin d'évaluer la sensibilisation à la catastrophe et l'efficacité de la communication. La technologie du modèle du grand langage a été utilisée pour identifier les messages pertinents, tandis que l'inspection humaine a permis de garantir la précision de l'analyse.

L'analyse numérique des mesures d'engagement telles que les réactions, les commentaires et les partages a permis de mieux comprendre l'efficacité des stratégies de communication utilisées. Toutefois, l'analyse a été limitée par l'accès restreint aux données historiques, l'étendue de la collecte de données et les défis associés aux pages à fort volume. Ces limites soulignent l'importance de canaux de communication accessibles et ouverts pour une sensibilisation et une préparation efficaces aux catastrophes. Des recherches plus approfondies pourraient être nécessaires pour mieux comprendre et améliorer les stratégies de communication en cas de catastrophe.

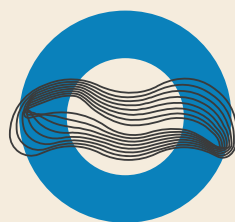
Ensuite, les résultats de l'analyse des pages de médias sociaux identifiées comme influentes dans la région du CORE Lab spécifique seront présentés. L'objectif est de comprendre le rôle que jouent ces pages dans la sensibilisation du public.



Core Lab

**Famenne - Ardenne  
BELGIUM**

# **FAMENNE-ARDENNE CORE LAB**



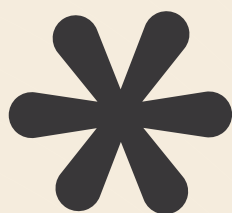
Core Lab

**Famenne - Ardenne  
BELGIUM**

# EXAMEN DE LA COMMUNICATION AVANT ET APRÈS UN DANGER SUR LES MÉDIAS SOCIAUX: ÉTUDE DE CAS DE FAMENNE-ARDENNE

## Pages publiques Facebook identifiées (d'ici juillet 2024)

- **VilledMarcheenFamenne**  
Municipalité - 15 000 followers
- **VilledRochefort**  
Municipalité - 4 600 followers
- **VilledDurbuy**  
Municipalité - 2 800 followers
- **AC.Nassogne**  
Commune - 2 900 followers
- **HottonOfficiel**  
Commune - 2 800 followers



### Catastrophe enregistrée :

14 juillet 2021: **Inondation**

## Analyses des données et de la sensibilisation

Pour l'analyse relative à la sensibilisation, seules les pages VilledeDurbuy et HottonOfficiel ont produit du matériel utile pouvant être analysé en tant que sensibilisation aux risques de catastrophes. Les autres pages manquaient de données ou ont produit des résultats qui n'étaient pas utiles pour ces analyses.

Le contenu des messages publiés sur les médias sociaux est analysé afin d'évaluer le niveau de sensibilisation lié au type de catastrophe ciblé. L'analyse se concentre sur les messages publiés au cours des 60 jours précédant la catastrophe et des 60 jours suivant celle-ci, en examinant s'ils abordent des sujets en rapport avec l'événement. En outre, nous évaluons les paramètres d'engagement de ces messages, notamment le nombre de réactions, de commentaires et de partages qu'ils ont reçus.

L'analyse des publications sur les médias sociaux de VilledeDurbuy et de HottonOfficiel concernant l'inondation du 14 juillet 2021 révèle des schémas de communication similaires et met en évidence des lacunes critiques dans la sensibilisation à la préparation aux catastrophes. Les deux pages démontrent une approche réactive de la communication en cas de catastrophe, avec un fort accent sur le rétablissement et le soutien après la catastrophe, mais un manque notable d'efforts de sensibilisation avant la catastrophe.



## Communication avant la catastrophe

### Absence de postes de sensibilisation:

- **Villedurbuy:** Aucun poste de sensibilisation aux catastrophes n'a été identifié avant l'inondation. Cette absence suggère un manque important de communication proactive sur les risques d'inondation, les signes d'alerte précoce et les mesures préventives. Sans ces postes, la communauté n'a peut-être pas été correctement informée ou préparée à l'inondation.
- **HottonOfficiel:** De la même manière, cette page ne présente aucun message de sensibilisation avant la catastrophe. Cela indique un manque critique dans l'engagement de la communauté sur la préparation aux inondations, ce qui pourrait les laisser mal préparés à l'événement.

## Communication post-catastrophe

### Mettre l'accent sur le rétablissement et le soutien:

- **Villedurbuy:** Après l'inondation, les messages se sont concentrés sur des conseils pratiques pour gérer les dommages causés par l'inondation, éviter les zones touchées par l'inondation et assurer la sécurité pendant le nettoyage. La communication a mis l'accent sur les besoins immédiats de rétablissement, notamment en orientant les personnes vers des ressources, en fournissant des services de réexpédition du courrier et en donnant des conseils de sécurité.
- **HottonOfficiel:** La page se concentre sur la fourniture d'articles essentiels tels que des meubles et des appareils électroménagers pour les victimes des inondations, en les orientant vers des pages d'assistance dédiées et en discutant des compensations financières. L'objectif était de répondre aux besoins immédiats des personnes touchées par les inondations, en veillant à ce qu'elles aient accès à des ressources et à un soutien essentiels.





## Aperçu des changements en matière de communication

### Passage de la prévention à la réhabilitation:

- Les deux pages ont montré un changement d'orientation significatif après la catastrophe, passant d'une absence apparente de communication sur la prévention à une focalisation intense sur le rétablissement. Cette approche réactive suggère que si la réponse a été forte, la préparation de la communauté à la catastrophe avant qu'elle ne se produise n'a pas fait l'objet d'une grande attention.

### Manque d'engagement avant la catastrophe:

- L'absence de messages préalables à la catastrophe sur les deux pages met en évidence une lacune cruciale dans la sensibilisation aux risques de catastrophe. Ce manque d'engagement aurait pu contribuer à diminuer la résilience et la préparation de la communauté, rendant l'impact de l'inondation plus sévère.

## Lacunes dans la sensibilisation aux risques de catastrophes

### Nécessité de campagnes de sensibilisation proactives:

- La Ville de Durbuy et Hotton Officiel gagneraient à mettre en œuvre des campagnes de sensibilisation proactives. Ces campagnes devraient se concentrer sur l'éducation de la communauté aux risques d'inondation, aux signes d'alerte précoce et aux mesures préventives. Ces efforts sont essentiels pour améliorer la préparation et la résilience de la communauté face aux futures catastrophes.

### Une stratégie de communication équilibrée:

- Il semble qu'une communication plus équilibrée soit nécessaire, qui inclue à la fois la préparation à la catastrophe et le rétablissement après la catastrophe. Bien que la communication post-catastrophe ait été complète, l'intégration de messages réguliers sur la préparation aux catastrophes et l'atténuation des risques permettrait à la communauté d'être mieux équipée pour faire face à de futurs événements.

Les activités sur les médias sociaux de Ville de Durbuy et de Hotton Officiel à la suite de l'inondation du 14 juillet 2021 révèlent un engagement fort à soutenir la communauté pendant la phase de rétablissement. Toutefois, le manque de sensibilisation avant la catastrophe et de communication sur la préparation représente un domaine important à améliorer. À l'avenir, les deux pages pourraient adopter une approche plus proactive de la communication sur les risques de catastrophe, en veillant à ce que leurs communautés soient bien informées et préparées avant qu'une catastrophe ne se produise. Cette approche équilibrée permettra non seulement d'améliorer la résilience des communautés, mais aussi d'atténuer l'impact des futures catastrophes.

## WEBSITE

[www.resiliage.eu](http://www.resiliage.eu)

## CONTACT US

[info@resiliage.eu](mailto:info@resiliage.eu)

## FOLLOW US

[!\[\]\(339a16584d5da0f0a3ca4e9ec17bf6a1\_img.jpg\)](#) [!\[\]\(e06a1d39938b2f5d7a2c3618fea4f77f\_img.jpg\)](#) [!\[\]\(23ac9e28f2600a1e787d149d7f76716a\_img.jpg\)](#) [!\[\]\(ba1ec627dd10668218bdb3f2bf103f06\_img.jpg\)](#) [!\[\]\(6f1d0d0a8d23d26f9f12e58b619db524\_img.jpg\)](#) @ResiliageEU

## OUR CONSORTIUM



[www.resiliage.eu](http://www.resiliage.eu)

Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.



Funded by  
the European Union