



HAL
open science

Perspectives d'optimisation de la communication préventive sur les risques : le cas des sports d'hiver

Bastien Soulé, Véronique Reynier, Jean Corneloup

► To cite this version:

Bastien Soulé, Véronique Reynier, Jean Corneloup. Perspectives d'optimisation de la communication préventive sur les risques : le cas des sports d'hiver. *Quaderni*, 2009, 3 (70), pp.103-110. halshs-00579776

HAL Id: halshs-00579776

<https://shs.hal.science/halshs-00579776>

Submitted on 30 Mar 2011

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.

La communication préventive sur les risques : le cas des stations de sports d'hiver en France

Bastien Soulé, Véronique Reynier et Jean Corneloup¹

Introduction

Il existe en France un problème de santé publique lié à la pratique sportive. La « casse sportive » est en effet fréquente et conséquente : représentant 14 % des sinistres déclarés par les ménages, elle n'est précédée que par les accidents domestiques (Vernhes et Poret, 1991) ; par ailleurs, les écueils corporels engendrés nécessitent un recours aux soins dans 84 % des cas, contre seulement 69 % pour l'ensemble des accidents de la vie courante (Garry, 1999).

Les blessures contractées aux sports d'hiver contribuent à ce bilan accidentologique. Leur nombre est élevé (Laporte, 1999), leur impact traumatologique conséquent (Binet *et al.*, 1998), et le coût social induit loin d'être négligeable. Chaque saison, en France, ce sont ainsi près de 3,5 % des pratiquants des sports d'hiver qui se blessent pendant leur pratique (Reynier *et al.*, 2004). Par la force des choses, ces sites touristiques constituent donc des systèmes gestionnaires de risques qui déploient des efforts destinés à minimiser l'occurrence et l'impact des accidents. À l'instar de ce qui se passe sur la route (Mayet, 1996 ; Boullier et Chevrier, 1996), une spécificité doit être soulignée : sur les domaines skiables, les gestions individuelle et collective des risques sont interdépendantes. Il y a

1. Bastien Soulé est maître de conférences à l'Université de Caen Basse-Normandie et chercheur rattaché au Centre de recherche sur les activités physiques et sportives (CRAPS). Courriel : bastien.soule@unicaen.fr. Véronique Reynier est maître de conférences à l'Université Joseph Fourier, Grenoble 1 et rattachée au Laboratoire Sport et environnement social (SENS). Courriel : veronique.reynier@ujf-grenoble.fr. Jean Corneloup est maître de conférences habilité à diriger des recherches à l'Université Joseph Fourier, Grenoble 1 et rattaché au Laboratoire TERRITOIRES. Courriel : j.corneloup@libertysurf.fr

BASTIEN SOULÉ, VÉRONIQUE REYNIER ET JEAN CORNELOUP

co-régulation du danger de la part des pratiquants et des professionnels de la montagne. Une partie importante de l'action de ces derniers consiste à informer les clients des stations des risques qu'ils encourent, en partant du principe que cette sensibilisation est susceptible d'encourager l'adoption de comportements sécuritaires *ad hoc*. En cela, la communication adoptée revêt une dimension conative (Lipiansky, 1998) : elle vise à priori à exercer une influence sur des conduites.

Cet article propose une analyse pluridimensionnelle de ces pratiques d'information préventive. L'information sur les risques en station étant à la fois un enjeu et au centre d'enjeux dans un système global intégrant les dimensions sociologique, économique, juridique, politique et médiatique (Poizat, 2001), différents niveaux d'observation seront abordés, sans omettre de s'intéresser à leurs interrelations. Les implications stratégiques de ce constat nécessitent l'établissement d'une distinction conceptuelle cruciale : si informer sur les risques liés à une activité revient à s'inscrire dans une démarche de communication, information et communication ne sauraient pour autant être confondues (Bougnoux, 1995). L'information peut être définie comme un processus dont la finalité est d'influer sur la connaissance que les récepteurs ont de leur environnement. Elle vise à l'univocité et lutte pour ce faire contre le bruit, la redondance et l'ambiguïté. Mais ne voir dans les rapports entre information et communication qu'une relation de contenu à contenant serait oublier que la communication n'est pas uniquement dominée par le souci utilitaire d'informer. Certains « ratés » de la réception sont révélateurs d'une autre logique (Akoun, 1999a) : la communication joue du flou, du non-dit et ne vise pas nécessairement à faire grandir un espace cognitif. Il ne faut donc pas confondre la transmission d'information, relation technique qui « fait savoir » en apportant des connaissances, et la communication, relation pragmatique et démarche dont les finalités restent à expliciter et la pertinence à interroger.

Les vecteurs d'information sur les risques en station

À l'échelon national

Bien qu'étant ponctuellement portées sur les écrans télévisuels, les campagnes de prévention produites à l'échelon national prennent essentiellement la forme de documents associant texte et graphisme (affiches, panneaux, dépliants, etc.). Quelques commentaires peuvent être formulés à propos de ces supports, dont une description détaillée figure en annexe. *Primo*, les contenus des campagnes se recourent fréquemment, du fait

LA COMMUNICATION PRÉVENTIVE SUR LES RISQUES

notamment de la redondance de leurs sources². *Secundo*, aucune allusion n'est faite à l'impact accidentologique des sports d'hiver, ni aux circonstances dans lesquelles la majorité des accidents semblent se produire. *Tertio*, la dominante est au rappel de conseils de prudence. Enfin, il convient de préciser que la principale campagne interministérielle rappelant les règles du skieur ne répond pas uniquement à l'objectif de prise de conscience du danger et d'adoption de comportements adaptés de la part des pratiquants. Sa genèse est en effet jurisprudentielle : ces règles de conduite ont été rédigées par la Fédération internationale de ski afin de permettre l'arbitrage à posteriori d'éventuels contentieux entre clients accidentés (Brun et Bodecher, 2000). Un glissement s'est ainsi opéré de la prévention des risques vers la prévention des litiges. Ce ne sont par conséquent ni la compréhension du rapport au danger des pratiquants ni le souci de faire prendre conscience à ces derniers de la réalité des risques sur les domaines skiables qui ont initialement présidé à la formulation des messages.

À l'échelon local

En station, le « devoir d'information » s'exprime par une diffusion multiforme de renseignements et de messages d'alerte. L'arsenal des moyens utilisés prend des formes variables, s'inscrivant dans des temporalités distinctes. Lors de l'immédiat avant-ski, les « 10 commandements du skieur », l'arrêté municipal de circulation sur les pistes et les bulletins nivologiques et météorologiques sont affichés à proximité des caisses des remontées mécaniques. Des panneaux électroniques viennent généralement compléter cette sensibilisation en insistant sur les secteurs fermés du domaine skiable et sur les évolutions météorologiques prévues. Ensuite, l'information a lieu *in situ*, lors de l'évolution sur le domaine skiable. Les supports, essentiellement visuels (matérialisés par des balises, panneaux, jalons, banderoles), sont destinés à signaler les dangers (croisements de pistes, réduction de leur largeur ou étranglement, formation de bosses, plaques de verglas, présence d'un engin de damage sur les pistes, risque d'avalanche...), à délimiter les zones hors-piste du domaine skiable et à baliser les pistes en fonction de leur difficulté³. Des informations écrites

2. Les mêmes pouvoirs publics, regroupements de professionnels de la montagne, experts en nivo-météorologie et fédérations sportives occupent invariablement le terrain préventif.

3. En matière d'aménagement signalétique, il existe depuis 2002 une norme AFNOR (NF 52 100) qui définit ce qu'est une piste ainsi que ses règles de balisage et de codification. Son objet est de faire en sorte que les pratiquants retrouvent dans chaque

BASTIEN SOULÉ, VÉRONIQUE REYNIER ET JEAN CORNELOUP

relatives au bon comportement à adopter sur les remontées mécaniques sont également divulguées au pied de ces dernières (règlements ou conseils d'utilisation). Enfin, des conseils verbaux émanent occasionnellement des conducteurs d'engins de remontées mécaniques et des pisteurs-secouristes.

Les causes mises en avant pour expliquer une efficacité relative

Rares sont les indicateurs permettant de se prononcer sur l'efficacité de ces messages. Une enquête à grande échelle sur la notoriété et l'impact de l'information relative à la pratique hors-piste (Poizat, 2000) soulève toutefois quelques difficultés : 44 % des adeptes du hors-piste ne connaissent pas la signification du drapeau jaune et noir à damiers (seuls 9 % en donnent une définition exacte) ; 57 % ne savent pas ce qu'est l'échelle européenne du risque d'avalanche (seuls 13 % en donnent une définition exacte) ; 11 % seulement des pratiquants hors-piste connaissent et consultent les arrêtés municipaux, et 69 % méconnaissent l'appareil de recherche des victimes en avalanche (ARVA). Une seconde enquête menée conjointement par le Syndicat national des téléphériques de France (S.N.T.F.) et l'Association nationale des directeurs des pistes (A.N.D.P.) confirme ces résultats.

Face à ce type de constat, l'usage est généralement d'incriminer les pratiquants pour leur méconnaissance, voire leur ignorance des messages diffusés, ainsi que leur manque d'attention et de respect vis-à-vis des consignes qu'ils contiennent. Bref, leur irresponsabilité est plus ou moins mécaniquement montrée du doigt par les professionnels de la montagne (Soulé, 2004a) et les médias (Soulé et Corneloup, 2003). Les discours pointant des carences du côté des actions préventives mises en place par les spécialistes de la sécurité sont plus rares. À quelques rares occasions, la presse spécialisée endosse ce rôle de trouble-fête. C'est notamment le cas de *Montagnes Magazine*, seul mensuel à gros tirage osant une approche critique à l'occasion de dossiers thématiques sur la sécurité. Il y est globalement déploré le manque d'informations claires, précises et adaptées à la clientèle (notamment étrangère⁴) et la trop grande rareté des

station les mêmes règles de balisage, de signalisation, d'information et de sécurisation des pistes. À l'hiver 2003-2004, plus d'une station sur cinq n'a pas encore procédé à cette harmonisation signalétique (*Montagnes Magazine*, n° 275, novembre 2003).

4. Malgré la forte fréquentation étrangère des stations françaises, seules 14 d'entre elles diffusent la météorologie en anglais et 5 dans une autre langue. Pour le bulletin d'estimation du risque d'avalanche, la situation est pire : 10 stations seulement le diffusent

LA COMMUNICATION PRÉVENTIVE SUR LES RISQUES

opérations de sensibilisation aux risques. L'Association des médecins de montagne (A.M.M.) va plus loin, affirmant sans détour que l'information sur la sécurité en ski et le financement des campagnes de prévention n'en sont qu'à leurs balbutiements en France.

Sans intention de diabolisation des gestionnaires de la sécurité en station, c'est dans cette direction critique que des développements sont proposés *infra*, avant que ne soit approfondie la connaissance du rapport au risque entretenu par les adeptes des sports d'hiver. Ce double affinement de l'analyse semble incontournable pour mieux comprendre le fonctionnement du système préventif en station.

Méthodologie employée

La réflexion entreprise dans le cadre de cet article bénéficie d'apports empiriques pluriels, dans une optique concordante avec le souhait d'embrasser plusieurs aspects d'une réalité complexe. Concrètement, quatre enquêtes réalisées par les auteurs entre 1999 et 2003 ont été mises à contribution.

TABLEAU 1
QUATRE APPROCHES QUALITATIVES

ÉTUDE 1 (Soulé, 2004a)	De 1999 à 2001, deux études de cas ont été menées dans des stations aux profils nettement différenciés : le Mont-Dore, station-village familiale du massif central ; Val Thorens, station <i>ex nihilo</i> , symbole <i>high tech</i> de « l'usine à ski » savoyarde. Les pratiques préventives ont été analysées à partir d'analyses documentaires et d'une cinquantaine d'entretiens semi-directifs auprès d'un échantillon représentatif des différents types d'acteurs partie prenante de la régulation des dangers en station. Le travail s'est en partie centré sur le contenu des messages préventifs, le cadre formel de gestion des risques (obligations légales des différents acteurs), les discours institutionnels mis en avant et les principes présidant réellement à la genèse et à l'affichage des messages.
ÉTUDE 2 (Soulé et Corneloup, 2001)	Entretiens semi-directifs auprès de 15 clients du Mont-Dore. Objectif : recueillir l'opinion des pratiquants sur l'offre locale de sécurité ; analyser leurs connaissances des messages préventifs délivrés ; identifier leurs besoins et attentes en matière sécuritaire.

en anglais et 3 dans une autre langue (enquête sécurité de *Montagnes Magazine*, n° 275, novembre 2003).

BASTIEN SOULÉ, VÉRONIQUE REYNIER ET JEAN CORNELOUP

ÉTUDE 3 (Reynier et Soulé, 2002)	Entretiens non directifs auprès de 30 pratiquants des sports d'hiver aux profils diversifiés (âge, fréquence et niveau de pratique, origine géographique), la question de départ étant « Pouvez-vous me dire ce qu'évoque pour vous le risque en station de sports d'hiver ? ». Une analyse thématique de ces entretiens a permis d'appréhender les grands thèmes autour desquels se structurent les représentations du risque en station de sports d'hiver.
ÉTUDE 4 (Alban, 2003)	Les dépliants touristiques de l'ensemble des stations iséroises (soit 15 au total) de la saison hivernale 2002-2003 ont été récoltés. L'ensemble des textes de présentation et des images que comportent ces brochures a été analysé.

La première étude, qui s'appuie sur le cadre théorique de la sociologie des organisations (Amblard *et al.*, 2005), visait à cerner les logiques d'action des experts de la prévention. La deuxième étude a rempli une fonction subsidiaire, destinée à compléter, voire contrebalancer les discours de façade de certains acteurs de la sécurité ; elle a aussi permis d'appréhender les perspectives d'optimisation de la sécurité émanant des pratiquants. Les études 1 et 2 fournissent ainsi une vue d'ensemble sur l'impact des messages préventifs. La troisième étude s'inscrit dans la théorie des représentations sociales (Jodelet, 1984). Rapportée à la question des risques, celle-ci offre d'intéressantes perspectives de réflexion, car elle présente le double avantage de permettre l'enregistrement et la compréhension des symboliques utilisées par les individus pour les appréhender, et de ne pas simplifier à l'extrême le rapport au danger entretenu par chacun (Joffe, 2003). La quatrième étude, enfin, a consisté à analyser la place accordée au risque et à la sécurité dans la promotion touristique de plusieurs stations. Elle s'est avérée fort utile, permettant d'inscrire les autres observations au sein d'une problématique élargie de développement local.

Résultats : le système préventif en station de sports d'hiver

Les doutes relatés *supra* quant à l'efficacité des messages préventifs délivrés en station se voient confirmés par les études 1 et 2. Les témoignages de pratiquants et d'acteurs de la sécurité convergent en effet, permettant de conclure aux faibles notoriété et impact des « 10 commandements du skieur ». Certains professionnels vont jusqu'à affirmer que l'ensemble des règles existantes (arrêtés municipaux, règlements des remontées mécaniques, etc.) est ignoré par les clients. Cette dernière considération augure de la tendance à la stigmatisation des clients des stations. Ainsi, lorsque l'on questionne les professionnels de la sécurité en

LA COMMUNICATION PRÉVENTIVE SUR LES RISQUES

montagne sur les difficultés qu'ils éprouvent dans leur démarche de prévention des risques, un consensus émerge sous la forme d'un réquisitoire à l'encontre des clients des stations. Ceux-ci sont décrits comme rétifs aux règlements, peu réceptifs aux conseils et moins attentifs encore aux panneaux, alors qu'*a contrario*, la quantité suffisante et la clarté de l'information délivrée sont soulignées⁵ (Soulé, 2004a).

L'action des professionnels de la montagne

La question de la pertinence des axes de prévention actuels peut toutefois être posée. Les deux sous-parties suivantes entendent précisément fournir des éléments explicatifs alternatifs, en centrant dans un premier temps l'analyse sur le positionnement des stations vis-à-vis du risque et de la sécurité (lorsqu'elles cherchent à vendre leurs produits touristiques), puis sur les logiques d'action des professionnels de la sécurité en montagne.

L'image du risque diffusée par les brochures publicitaires des stations

Les opérateurs touristiques des stations de sports d'hiver doivent concilier deux aspects contradictoires : la vente de produits dont les principes fondamentaux sont la liberté, la suspension des contraintes, les sensations, voire l'aventure ; et, du fait de la nature accidentogène de la prestation, une responsabilisation et donc une information des pratiquants (données accidentologiques et/ou informations générales sur la dangerosité des pratiques). Cependant, insister sur la thématique sécuritaire peut s'avérer anti-commercial : cela revient à mettre en avant les dangers inhérents à la pratique des sports d'hiver. Faire passer les messages qui induiraient les comportements *ad hoc* est susceptible de constituer un frein à l'enthousiasme de quelques pratiquants, et d'aller, de ce fait, à l'encontre des intérêts à court terme de l'ensemble du monde de la montagne (Ruiz, 1993). Se pose alors la question de la manière dont les stations cherchent à concilier ces impératifs paradoxaux.

Les brochures publicitaires constituent un support d'analyse se situant au cœur de ce questionnement. En effet, ces dernières, qui sont volontairement orientées et consciemment travaillées (Bozonnet, 1992), sont le reflet de la démarche marketing des stations de sports d'hiver. Globalement, les stations valorisent le risque au détriment des politiques de

5. « Si on la voit pas, c'est qu'on ne veut pas la voir » (directeur du service des pistes du Mont-Dore).

BASTIEN SOULÉ, VÉRONIQUE REYNIER ET JEAN CORNELOUP

prévention. En effet, sur les 15 stations iséroises, 11 valorisent le thème du risque à travers leurs brochures publicitaires, alors que 7 seulement abordent la prévention, et ce, de façon très limitée. L'image diffusée du risque consiste essentiellement en une valorisation de l'émotion, des sensations fortes, de la pratique du hors-piste et des pratiques acrobatiques. Pour ce qui est des messages préventifs, ceux-ci insistent plus particulièrement sur les enfants : nécessité d'être encadré par des professionnels et de porter un casque. Le recours à des professionnels ainsi que l'utilisation d'un matériel adapté dans le cadre de la pratique du hors-piste sont également mentionnés. Soulignons que les trois quarts des messages préventifs sont de type visuel/graphique. On peut dès lors se poser la question de leur impact en l'absence de messages explicites d'accompagnement.

Aussi, il semble possible d'affirmer que si les stations font une forte promotion de modalités de pratique comportant des risques, elles restent hésitantes en ce qui concerne l'affichage de mesures de prévention. Il existe cependant des différences selon la taille des stations. Ainsi, les petites stations de basse altitude ne valorisent que très peu les prises de risques et n'accordent quasiment aucune place à la prévention et à l'information du pratiquant. Les brochures publicitaires de ces stations sont avant tout axées sur la valorisation d'une image douce et sécuritaire de la montagne, participant dans le même temps à une certaine dédramatisation du milieu montagnard⁶. Le message pourrait s'apparenter à « pas de risque chez nous puisque nous sommes situés à basse altitude ». Les stations moyennes utilisent davantage les thèmes du risque et (dans une bien moindre mesure) de la prévention, ceux-ci restant très fortement associés à une image aseptisée de la montagne. C'est par contre dans les brochures des grandes stations de haute altitude que les thèmes du risque et de la prévention sont les plus présents. La valorisation du risque sportif ne semble donc pas s'opposer à une approche préventive. Au contraire, les démarches préventives mises en place ne participent-elles pas à la construction d'une image plus extrême du milieu montagnard ?

Ce premier niveau de lecture montre que l'analyse des stratégies de communication préventive ne saurait être cloisonnée des contextes au sein desquels elles s'inscrivent. Le discours publicitaire des stations, souvent

6. Dans ce cas précis, on est proche de l'effacement déterritorialisant du risque évoqué par Bozonnet (1992) : pour ne pas inquiéter la clientèle, on tait ou on réfute dans la publicité tous les désagréments liés au milieu montagnard.

LA COMMUNICATION PRÉVENTIVE SUR LES RISQUES

axé sur le plaisir de la poudreuse et le désir de terrains vierges⁷, est ambivalent et porteur d'injonctions paradoxales.

Les stratégies professionnelles des acteurs de la sécurité en station

La comparaison des priorités prophylactiques affichées et des pratiques concrètes des acteurs partie prenante de la régulation des dangers en station a été entreprise dans le cadre de l'étude 1. Elle fait apparaître des déviations d'objectif : certains intérêts particularistes viennent en effet se combiner, voire se substituer à l'objectif de sensibilisation du public. Ce glissement téléologique voit son origine dans les logiques d'action des spécialistes de la sécurité, lesquelles, au-delà de leurs fonctions formelles, constituent le cadre réel de leur intervention professionnelle. Deux logiques d'action sont notamment porteuses d'effets ambivalents sur le plan préventif.

La logique d'action juridico-normative

En termes de signalisation des dangers et d'information sur les risques, se plier aux contraintes réglementaires permet d'une part d'obtenir les homologations nécessaires à l'exploitation de la station, et d'autre part de limiter les risques de mise en cause de la responsabilité des acteurs locaux en cas d'accident. La crainte d'éventuelles poursuites judiciaires hante en effet les esprits et va jusqu'à diligenter les décisions sécuritaires. À travers ce référentiel d'action, l'impact secondaire de l'accident (Kasperson et Kasperson, 1996) prévaut : se plier de manière conformiste au référentiel normatif, à défaut de garantir l'absence de poursuites, constitue un filtre protecteur contre ces dernières.

Lorsqu'un accident survient, les systèmes d'information et de protection sont mis à contribution comme référents afin d'établir les responsabilités des acteurs mis en cause (Poizat, 2001 ; Soulé, 2004a). Dès lors, le souci de protection judiciaire des acteurs peut devenir prééminent à la recherche d'efficacité préventive, et contrarier l'atteinte d'un niveau de risque aussi bas que possible. Dit autrement, la qualité de l'offre sécurité n'est pas toujours prioritaire du moment que « le parapluie soit ouvert » (c'est-à-dire les exigences normatives respectées). Ainsi, au Mont-Dore, tout ce que la réglementation impose d'afficher au pied des pistes est

7. « Bien peu de stations vantent la sécurité avant de promouvoir la neige vierge. Qu'attend-on pour redramatiser la montagne et parler vrai ? » (R. Matthieu, conseiller montagne du Préfet de l'Isère, dans *Montagnes Magazine*, n° 263, novembre 2003, p. 36).

BASTIEN SOULÉ, VÉRONIQUE REYNIER ET JEAN CORNELOUP

présent, « sur des feuilles petit format auxquelles les gens ne prêtent aucune attention⁸ ». Voilà qui constitue un exemple intéressant de satisfaction normative, associée à la conscience de l'impact réduit des messages délivrés. C'est bel et bien la protection judiciaire des acteurs qui est visée :

on informe pour se protéger, enfin non... Je caricature [...] Ça donne une protection juridique, si vous êtes au tribunal, vous avez les panneaux [...] Donc on met les panneaux autant pour se protéger que pour vraiment prévenir le danger ». Par rapport à la pratique hors-piste, qui constitue à Val Thorens un produit d'appel performant et un sérieux problème de sécurité et de responsabilité, la logique est la même. Le skieur qui choisit de s'y engager « a été prévenu, encore que... On juge parfois qu'ils ne sont pas prévenus, d'où les problèmes juridiques [...] qui font que nous, on va informer, informer toujours, pour notre sécurité, pour pouvoir dire devant un tribunal : on vous avait prévenu, il y a des panneaux, il y avait des cordes, etc.⁹

Cette logique d'action pousse également au « panneautage », cette propension éventuellement contre-productive à signaler le moindre élément potentiellement cindynogène. Pour exemple, à Val Thorens, les pisteurs ne prennent aucun risque vis-à-vis de la signalisation du danger d'avalanche : le drapeau à damiers noirs et jaunes, synonyme de risque d'avalanche 3 ou 4 sur une échelle de 5, est hissé en continu, y compris lorsque les circonstances ne le nécessitent pas. Il perd de ce fait sa consistance sémiotique (Poizat, 2001) et incidemment son rôle indicatif (Roche *et al.*, 2000). En cherchant de la sorte à interpeller continuellement les clients et/ou à éviter de se voir reprocher à priori la non-signalisation du danger, un effet pervers d'*overwarning* (Viscusi et Zeckhauser, 1996) est engendré : la profusion d'information peut mener à une dilution de son importance, voire à ce que des risques majeurs soient ultérieurement minimisés par les clients des stations du fait de la sollicitation continue de leur attention. L'usage récurrent de formules (« attention », « danger »...) et de signaux d'avertissement implique une perte de leur sens¹⁰.

Enfin, des messages non intentionnels peuvent être adressés aux clients. Ainsi, le développement de la pratique hors-piste, l'absence de

8. Propos tenus par le chef d'exploitation de la station du Mont-Dore.

9. Maire de Saint-Martin de Belleville, commune sur le territoire de laquelle est implantée la station de Val Thorens.

10. La pratique de l'*overwarning* peut aussi être expliquée par le fait que l'absence de message à un endroit donné risque d'être interprétée comme une absence de danger, voire une incitation à s'y engager...

LA COMMUNICATION PRÉVENTIVE SUR LES RISQUES

délimitation claire des domaines piste et hors-piste¹¹ et le non-respect des consignes de sécurité par les clients poussent à pratiquer de plus en plus fréquemment des tir préventifs (purges), sans le faire savoir, dans les secteurs exposés au risque d'avalanche. La peur de poursuites judiciaires, en cas de déclenchement inopiné d'avalanche, explique ces pratiques préventives qui vont cependant à l'encontre d'un message classique : le hors-piste pratiqué aux risques et périls des skieurs. « Cela laisse entendre que nous pouvons totalement sécuriser ces zones et supprimer tout danger d'avalanches, de sauts de barres rocheuses et autres chutes », s'insurge Grognet¹², président de l'A.N.D.P. L'information s'en voit brouillée : que signifie le fait de voir un couloir où une avalanche artificielle a été déclenchée ? Que penser du couloir voisin, qui n'a pas fait l'objet d'un déclenchement préventif ? Comme le souligne Poizat (2001), sécurité et ambivalence ne font pas bon ménage.

La logique d'action commerciale

Sur le plan commercial (cf. *infra*, « L'image du risque diffusée par les brochures publicitaires des stations »), l'information sur les risques liés à la pratique des sports d'hiver oscille entre deux impératifs contradictoires. *Primo*, le nécessaire affichage du risque : il existe un droit à l'information, et conséquemment une obligation d'informer, l'individu étant censé choisir librement d'avoir recours à tel ou tel produit ou service, en toute connaissance de cause et en prenant d'éventuelles précautions. *Secundo*, l'importance de ne pas effrayer les touristes¹³, afin de ne pas les dissuader de pratiquer les sports d'hiver et de ne pas les encourager à le faire ailleurs.

L'étude 1 met en évidence des carences concernant le premier impératif. Les sites du Mont-Dore et de Val Thorens n'ont pas atteint la logique de l'affichage du risque (Vidal-Naquet, 1994). « On peut pas aller jusqu'à dire tous les dangers qu'il y a effectivement à skier, dire skier, c'est que

11. Pour H. Balmain, substitut général à la Cour d'appel de Chambéry, il faut aussi considérer le fait « qu'une matérialisation nette et précise [des secteurs piste et hors-piste] contredirait totalement les discours publicitaires. Comment pourraient-elles [les stations] dès lors vendre des grands espaces de neige vierge comme elles le font aujourd'hui ? »

12. Dans *Montagnes Magazine*, n° 263, novembre 2002.

13. « On produit une information ronronnante comme les dix règles de sécurité, mais par peur d'effrayer le client, on n'ose dire haut et fort qu'il est impossible de faire du hors-piste sans une part de risque ! » (D. Poizat, dans *Montagnes Magazine*, n° 263, novembre 2002, p. 36).

BASTIEN SOULÉ, VÉRONIQUE REYNIER ET JEAN CORNELOUP

du danger, sinon on n'aurait plus personne » (maire du Mont-Dore). On constate un manque global de transparence à propos des dangers auxquels s'exposent les pratiquants en station, notamment en termes de nombre d'accidents se produisant sur chaque site (Soulé, 2004a). Autre indice de cette logique : l'orientation humoristique du principal vecteur de prévention utilisé par les stations (pour rappel : les « 10 commandements du skieur »), tout comme celle des campagnes télévisées incitant à un réglage adéquat des fixations de sécurité. Elle traduit à l'évidence le souci de ne pas se montrer rébarbatif et de ne pas choquer le pratiquant. Ce schéma préventif édulcoré est en décalage avec les solutions proposées par les gestionnaires des stations pour atténuer le phénomène accidentel : faire prendre conscience du danger aux clients, les amener à comprendre que la montagne est par essence un milieu à risque, difficile à aseptiser, etc. N'entendant pas aller plus loin en matière d'information préventive, tout en reconnaissant l'efficacité réduite des campagnes et messages actuels, les décideurs des dispositifs de sécurité ne paraissent pas avoir pour objectif prioritaire de faire baisser l'exposition des pratiquants au danger. D'autant qu'en la matière, les programmes volontaristes d'information augmentent les risques perçus par l'individu, créant indirectement des incitations pour le marché à produire des produits plus sûrs (Viscusi et Zeckhauser, 1996). La sécurité ayant un coût, une démarche réellement transparente pourrait ainsi se révéler contraire à la recherche de rentabilité des stations, objectif central des acteurs de la montagne dans un secteur hautement capitalistique.

Enfin, les exigences commerciales altèrent parfois les principes présidant au balisage des pistes. Afin que les clients de tous niveaux aient l'impression de pouvoir skier sur un domaine étendu¹⁴, le classement des pistes en secteurs faciles (bleu) plutôt que difficiles (rouge) est favorisé. Des recommandations allant dans ce sens figurent dans les comptes rendus des commissions de sécurité valthorinoises des 27/01/1993 et 26/12/1997. Les critères mis en avant par le directeur du service des pistes de cette station pour attribuer un degré de difficulté à chaque piste (pente, largeur, obstacles environnants, éloignement du cœur de la station) sont contournés. Ces approximations surprenantes, également constatées (dans une moindre mesure) au Mont-Dore, peuvent perturber le choix de pistes adaptées au niveau de chacun, notamment chez les moins chevronnés qui peuvent se voir confrontés à des difficultés techniques inattendues.

14. « Le grand ski fait bon ménage avec le ski facile [...] les skieurs de tous niveaux se laissent guider vers les cimes » (extrait d'un document de présentation de la station de Val Thorens, édité par l'Office du tourisme).

LA COMMUNICATION PRÉVENTIVE SUR LES RISQUES

Pour synthétiser, l'efficacité toute relative des campagnes de sensibilisation et de la signalisation des dangers peut aussi être envisagée comme une conséquence de stratégies particularistes s'étant partiellement substituées à la visée d'intérêt général mise en avant dès lors qu'il est question de sécurité. En effet, des enjeux implicites interdisent de tout dire et brouillent les échanges. Les enjeux de la communication ici soulevés ne sont plus exclusivement d'ordre conatif, mais également motivationnel : on communique dans des buts pluriels, qui dépassent (tout en l'affectant) la prescription de comportements *ad hoc*.

*Le rapport au risque et à la sécurité entretenu
par les usagers des domaines skiables*

L'étude 1 permet d'avancer que de leur propre aveu, les professionnels de la sécurité ont une connaissance réduite des conceptions du danger véhiculées par les pratiquants des sports d'hiver, ainsi que de leurs besoins en matière d'information sur les risques. L'impact d'un message, quel qu'il soit, ne peut pourtant être maîtrisé tant que l'acteur social ne connaît pas les systèmes d'interprétation mis en œuvre par ses interlocuteurs pour le décoder. Il est en effet relativement convenu de souligner que le récepteur d'un message est tout sauf passif : son attention est sélective, il filtre les signaux, enregistre et « digère » les messages reçus. Il ne saurait non plus être considéré comme neutre : lors de son traitement, l'information est réinterprétée et décodée. Ce processus inférentiel (Marc et Picard, 1991) se fait en fonction de significations et représentations partagées, mais aussi d'une grille interprétative propre au récepteur. Chaque récepteur contribue à produire le message qu'il perçoit et apprécie, en y important tout ce qui fait son expérience singulière et collective (Bourdieu, 1982). Ce processus explique que le message reçu diffère le plus souvent du message émis (Lipiansky, 1998) : en matière de communication, le malentendu constitue la norme et non un accident.

Aussi, afin d'approfondir la connaissance des représentations que les pratiquants se font du risque en station, l'étude 3 a été entreprise. Elle est basée sur un postulat compréhensif. Les individus ne sauraient être considérés comme inconscients ou irrationnels face aux risques : ils appuient au contraire bien souvent leurs comportements sur des arguments convaincants (Peretti-Watel, 2000), des « bonnes raisons » au sens de Boudon¹⁵.

15. Bien qu'objectivement mauvaises dans certains cas, les « bonnes raisons » sont défendables et apparaissent au sujet connaissant comme subjectivement bonnes (les bonnes raisons ne sont donc pas des raisons objectivement fondées, comme on l'entend habituellement) (Boudon, 1990).

BASTIEN SOULÉ, VÉRONIQUE REYNIER ET JEAN CORNELOUP

Le risque aux sports d'hiver : entre évitement
et recherche de divers bénéfices

Bien que rarement présentée comme une fin en soi par les sportifs (Soulé et Corneloup, 1998 ; Mignon, 2002), l'exposition au risque permet par contre aux adeptes des sports d'hiver d'atteindre des « utilités positives » de divers ordres (Reynier et Soulé, 2002) : une forme de griserie et des sensations vertigineuses éprouvées lors d'acrobaties, de pratiques à vitesse élevée ou en hors-piste ; une progression technique, à travers les épreuves et les limites personnelles surmontées ; la construction d'une identité sociale valorisante, à travers la capacité à faire face aux dangers et les jeux d'interactions se greffant autour¹⁶ ; une nécessaire « respiration », la suspension temporaire des contraintes sociales, destinée à contrer l'ennui et la routine¹⁷.

Pour toutes ces raisons, parfois conjuguées chez un seul et même pratiquant, le risque est activement recherché par certains adeptes des sports d'hiver. Ce n'est cependant pas le cas de tous : l'orientation générale des individus vis-à-vis du risque se distribue le long d'un *continuum* évaluatif allant d'une connotation négative (« moi, je ne fais pas du ski pour prendre des risques », « si c'est pour tomber chaque fois, c'est pas drôle, autant rester à son niveau et pas prendre de risques») à une connotation positive (« le ski, comme beaucoup d'activités, ça n'a un sens que s'il y a un minimum de prise de risque. Ça fait partie du jeu, du plaisir de pratiquer »). La seconde attitude est loin d'être exceptionnelle. Pour preuve, la pratique hors-piste, qui peut être considérée comme le symbole par excellence des pratiques à risque en station, se généralise¹⁸ (Poizat, 2000).

16. L'usage du risque est dès lors revendicatif : il consiste justement à saisir comme support la confrontation délibérée à des dangers clairement explicités et identifiés. On peut y voir une stratégie pour se mettre en valeur et apparaître sous son meilleur jour (Le Breton, 2002).

17. On touche là à la nature de l'activité, qui pose d'évidents problèmes en termes de prévention. Il suffit de se référer à l'approche du loisir développée par Elias et Dunning (1994) pour comprendre que l'encadrement, la prise en charge et la contrainte sont structurellement antinomiques des activités de loisir « pur ». Ces dernières sont en effet pratiquées pour soi, dans un but personnel et émotionnel, afin justement d'échapper à la sphère de ce qui est imposé, impersonnel, régulé par d'autres et effectué pour eux. La forme pure du loisir rime avec relâchement de l'auto-contrôle, régressions socialement admises et disparition de l'engagement obligatoire.

18. Plus de 57 % des pratiquants français de sports d'hiver évoluent plus ou moins régulièrement en dehors des pistes.

LA COMMUNICATION PRÉVENTIVE SUR LES RISQUES

Les facteurs de danger en station : un transfert du risque vers autrui

Les événements les plus redoutés par les pratiquants sont les collisions sur les pistes et les avalanches. Quant aux facteurs de danger évoqués par les pratiquants, ils placent en tête les comportements des autres clients des stations. Globalement, autrui constitue donc une source majeure de danger, quel que soit le profil du pratiquant interviewé (c'est la cible de son propos qui évolue), alors que l'immense majorité des interventions de secours sont entreprises suite à des chutes « toutes bêtes » sur des pistes peu difficiles (Fleury, 1999). Ce processus de dénégaration collective du risque, qui nécessite la prise de quelques libertés vis-à-vis de ce que révèle l'analyse « objective » de l'accidentologie en station, est des plus banals¹⁹ : il consiste à désigner des groupes porteurs de risques (jeunes, surfeurs, débutants...) auxquels on n'appartient évidemment pas, ou à stigmatiser des comportements (pratique hors-piste, acrobaties, vitesse élevée, inconscience...) qu'on ne saurait adopter. Ce qui permet de souligner par contraste l'innocuité de son propre comportement et de relativiser le risque pour soi (dénégaration individuelle), du fait de la maîtrise personnelle. Désigner des groupes à risque (ceux qui vont hors-piste sans connaissances, ceux qui skient occasionnellement...) revient d'ailleurs indirectement à souligner le contrôle exercé sur le danger par celui qui n'en est pas. Et incidemment à se valoriser comme étant « celui qui maîtrise ».

Pour synthétiser, les représentations et le positionnement des pratiquants par rapport au risque fournissent des éléments supplémentaires de compréhension de la faible efficacité des actions de sensibilisation menées à leur égard. Les messages informatifs sur les risques semblent partir du postulat que le risque minimum est recherché par les pratiquants. Si c'est le cas pour une partie du public des stations²⁰, on ne peut prétendre toucher de la sorte l'ensemble des usagers des domaines skiables. Outre les clients s'exposant aux risques par myopie (sans en percevoir les conséquences, par ignorance ou défaut d'information), certains prennent des risques en connaissance de cause²¹. Par ailleurs, les processus de

19. Pour les fumeurs de cannabis, le déni du risque passe par la désignation de groupes à risque qui leur sont étrangers (héroïnomanes, usagers de drogues « licites ») (Peretti-Watel, 2001).

20. Cette recherche de sécurité est généralement tournée vers ses proches (enfants, petits-enfants) davantage que vers soi (Reynier et Soulé, 2002).

21. Les psychologues expliquent la résistance aux campagnes de prévention par les excès de confiance (« cela ne m'arrivera pas »), les excès d'optimisme (à propos notamment de ses propres capacités à faire face au danger), l'illusion de contrôle ou encore la

BASTIEN SOULÉ, VÉRONIQUE REYNIER ET JEAN CORNELOUP

dénégation du risque rendent tout à fait logique le fait de ne pas prêter grande attention aux messages préventifs adressés à la masse des pratiquants : ces avertissements ne sont-ils pas avant tout destinés à ceux qui, ignorant les dangers, amplifient les risques du fait de leur inconscience et de leurs comportements irresponsables ?

Les messages sur la sécurité :
du contenu informatif à la dimension symbolique

De nombreuses réactions négatives à l'encontre de la campagne des « 10 commandements du skieur » furent recueillies lors de l'étude 2. Certains jugent infantilisant de se voir rappeler ce qu'ils considèrent comme de simples règles de bon sens. Mais c'est surtout la forme de cette campagne qui fait réagir : l'image d'eux-mêmes renvoyée aux clients des stations y est en effet peu valorisante, voire clairement négative. La dérision est dès lors utilisée pour souligner la forme « ringarde » de cette campagne au langage et au graphisme « prétendument humoristiques » (Soulé et Corneloup, 2001). Ces prises de position critiques rappellent que toute parole, émise d'une certaine position, est incidemment porteuse de la place corrélatrice associée à l'interlocuteur. Chaque information comporte par conséquent un contenu explicite et un contenu implicite (« métacommunication ») exprimé par le ton employé. La forme prise par un message constitue dès lors un message dans le message. Le récepteur, en fonction du rapport de places entretenu avec l'émetteur, convoque alors un ensemble de significations liées aux résonances émotionnelles, aux implications affectives et aux réactions défensives suscitées. L'étude 2 confirme que les pratiquants ne sont pas de simples récepteurs d'informations fonctionnant sur le schéma béhavioriste du stimulus-réponse, mais des êtres psychosociaux réagissant surtout par rapport à des symboles et en fonction de leurs valeurs (Ansel et Pagès, 1996). Celles-ci étant plurielles au sein des adeptes des sports d'hiver (Reynier et Chifflet, 1998), il est de surcroît illusoire de prétendre sensibiliser, avec les médias actuels, l'ensemble des pratiquants²².

sous-estimation de la probabilité d'être victime d'un événement désagréable (Assailly, 1992 ; Kouabenan, 1999). Pour ces raisons, la plupart des individus ne se sentiraient pas véritablement concernés par les campagnes de prévention. Mais ce ne sont pas les seules raisons, comme le montrent les diverses « utilités positives » associées aux comportements à risque évoquées *supra*.

22. En effet, en matière de communication, il n'y a pas un public massif mais des publics différenciés, interprétant différemment des messages toujours polysémiques (Akoun, 1999a) et porteurs de contenus implicites pouvant entraîner l'adhésion comme le rejet.

LA COMMUNICATION PRÉVENTIVE SUR LES RISQUES

Discussion : les modèles sous-jacents aux approches préventives et leurs limites

Les fonctions référentielle et conative de l'information sont celles auxquelles les acteurs de la sécurité font invariablement mention lorsqu'il leur est demandé de décrire leurs pratiques préventives. Il est du reste d'usage de se satisfaire de ce type de description superficielle. Pour faire à nouveau référence à l'approche fonctionnaliste de la communication de Jakobson (1981), l'analyse réalisée montre que d'autres fonctions (motivationnelles, identitaires) brouillent les cartes.

Explorée plus haut, la dimension motivationnelle de la communication préventive révèle la téléologie plurielle des systèmes stations autant qu'elle est affectée par elle. Le parallèle avec les conclusions de l'analyse stratégique (Crozier et Friedberg, 1977) est intéressant. Les différents acteurs impliqués dans la genèse et la transmission de messages préventifs ne peuvent être réduits à des fonctions abstraites et désincarnées. Bien que participant à un projet commun, ils manifestent donc des intérêts particuliers et utilisent stratégiquement leur marge de manœuvre, à l'intérieur des contraintes imposées par la règle, pour servir des intérêts individuels et collectifs (Friedberg, 1993). Leurs conduites prennent tout leur sens quand on les relie aux opportunités concrètes de gains et de pertes. Dans le cas des sports d'hiver, la communication doit louvoyer entre plusieurs acceptions de la notion de prévention : un sens économique (ne pas effrayer la clientèle), un sens juridique (s'engager sur la sécurité), voire procédurier (faire de la prévention pour la prévention, pour se couvrir) (Poizat, 2001).

La rationalité utilitaire des acteurs et leur capacité stratégique n'expliquent cependant pas tout : les modèles implicites d'information et les conceptions qu'ils ont des clients des stations exercent une importance elle aussi considérable sur leurs pratiques préventives. Michel (1991) souligne quelques illusions fréquentes en matière de communication : penser qu'il suffit d'énoncer un message pour communiquer ; penser que l'explicitation du message garantit sa compréhension à l'identique par le récepteur ; etc. Les propos recueillis auprès des professionnels de la sécurité en montagne laissent à penser que certains d'entre eux sont sensibles à ces illusions, ou feignent cyniquement de l'être tout en étant conscients de l'utilité réduite et de l'impact restreint des messages préventifs délivrés.

Plus globalement, l'information préventive est envisagée en fonction de la représentation qu'on se fait du public et de la perception du risque qu'on lui attribue (Remy et Mallard, 2001). Actuellement, cette projection

BASTIEN SOULÉ, VÉRONIQUE REYNIER ET JEAN CORNELOUP

oriente la forme et le contenu du message vers ce que Callon (1999) appelle le modèle de l'éducation publique : il s'agit d'éduquer le public en lui donnant des informations en provenance des experts. À travers cette conception, la connaissance de ces derniers est sacralisée, étant la seule à même de contribuer à une meilleure prise en compte des risques. Les professionnels de la sécurité en station de montagne se réfèrent fréquemment à leur « culture montagne », définissant surtout cette dernière par opposition aux connaissances superficielles dont disposent les clients des stations. Ces derniers sont donc en toute logique à éduquer par les experts locaux.

Enfin, les stratégies préventives développées en station font écho au très prégnant *Health Belief Model* (HBM, ou modèle des croyances pour la santé) (Rosenstock *et al.*, 1994). Celui-ci part du principe suivant : pour qu'un individu adopte une pratique sûre (comme mettre un préservatif), il faut qu'il se sente personnellement vulnérable au risque considéré, et qu'il juge graves ses conséquences. L'adoption de la pratique préventive dépend aussi de ce que la cible pense de cette dernière : bénéfice attendu, efficacité estimée, coût... Ce modèle à priori séduisant voit toutefois sa pertinence remise en cause par un postulat gênant : la seule adaptation valable face au risque est la recherche du risque nul, sans qu'aucune prise de risque même minimale puisse être considérée comme rationnelle. Dans le cas des sports d'hiver, il existe des contraintes, oubliées dans le cadre de pensée du HBM, mais avec lesquelles les gestionnaires de la sécurité en station doivent composer. Au-delà de cette « fiction rassurante » postulant un souci du calcul et une peur du risque, les « prises de risque » se voient au contraire justifiées par la valeur attribuée à l'action, le plaisir pris à l'accomplir, la présence de tiers, la recherche de transgression, la construction ou la sauvegarde identitaires, ou encore le refus de se voir dicter faits et gestes (Le Breton, 2002).

Conclusion

Au terme de cet article, il convient de rappeler le caractère contextuel des résultats obtenus. Ils sont tout d'abord restreints au cas des stations de montagne françaises. De plus, étant donné leur teneur qualitative, les observations réalisées ont vocation à dépeindre une certaine complexité locale, uniquement valable pour les populations directement enquêtées et les cas étudiés. Toute ambition à la généralisation n'est toutefois pas abandonnée, à condition de préciser qu'elle concerne des processus et des relations, davantage que des individus ou des populations (Beaud et

LA COMMUNICATION PRÉVENTIVE SUR LES RISQUES

Weber, 1997). Il est ainsi permis de supposer, et non d'affirmer, que des difficultés comparables émaillent l'information préventive dans d'autres stations françaises.

En matière d'optimisation de l'information sur les risques, trois catégories d'action en interaction peuvent être distinguées. En référence au secteur normatif, tout d'abord, des règles supplémentaires peuvent être instaurées. S'en tenir *stricto sensu* à cette dimension, comme c'est plus ou moins le cas à l'heure actuelle, ne permet cependant pas d'atteindre un niveau de risque résiduel acceptable. Autrement dit, réglementer l'affichage des risques est nécessaire mais non suffisant, le levier normatif pouvant même, comme l'a démontré l'analyse, constituer un frein à la sécurité.

En référence au secteur économique, l'affichage d'une certaine maîtrise du risque semble pouvoir constituer un argument commercial. Le contexte fortement concurrentiel entre stations invite à ne pas exclure la thématique sécuritaire des atouts potentiels. La mise en avant d'une démarche de prévention originale et volontariste est en effet susceptible de générer une rente de respectabilité, voire de stigmatiser la concurrence (Médina, 2000). Actuellement, l'exploitation de la sécurité à des fins marketing se limite à quelques cas cyniques d'instrumentalisation (Soulé, 2004b). Ainsi, quand bien même l'affichage d'une politique sécuritaire forte semble pouvoir représenter une opportunité de positionnement, notamment auprès de certaines populations pusillanimes, les priorités actuelles des stations trahissent sans équivoque leur vision de la sécurité comme une contrainte.

Enfin, le pôle participatif est à même de pondérer l'approche experte et technocratique de « ce que doit être la sécurité ». *Primo*, l'expérience montre que les intérêts particuliers, souvent conflictuels, peuvent entraîner des décisions loin de se révéler optimales sur le plan préventif ; *secundo*, une bonne gestion sécuritaire passe par la consultation des différents utilisateurs, et mieux encore par leur participation à l'élaboration d'un projet préventif. L'information produite conjointement par des experts et des « profanes » permet en effet de mêler des faits et savoirs complémentaires, contribuant à la construction raisonnée des besoins en termes d'information préventive. Concrètement, lorsque l'occasion leur en est donnée, les pratiquants sont à même de formuler des propositions qui pourraient servir d'aide à la décision (Soulé et Corneloup, 2001). Force est toutefois de constater qu'à l'heure actuelle, le pôle participatif est peu activé, du fait notamment de procédures décisionnelles ne donnant guère la parole qu'aux experts locaux de la sécurité.

BASTIEN SOULÉ, VÉRONIQUE REYNIER ET JEAN CORNELOUP

Références bibliographiques

- AKOUN, André (1999a), « Information », dans André AKOUN et Pierre ANSART, *Dictionnaire de sociologie*, Paris, Le Robert Seuil, p. 284-285.
- AKOUN, André (1999b), « Communications de masse ou mass media », dans André AKOUN et Pierre ANSART, *Dictionnaire de sociologie*, Paris, Le Robert Seuil, p. 91-95.
- ALBAN, Eric (2003), « L'image diffusée du risque par les brochures publicitaires des stations ». Mémoire de DESS sous la direction de Véronique Reynier, UFRAPS, Grenoble, Université J. Fourier.
- AMBLARD, Henri, *et al.* (2005), *Les nouvelles approches sociologiques des organisations*, Paris, Seuil.
- ANSEL, Pierre, et Jean-Pierre PAGÈS (1997), « Démocratie, scène médiatique et mesure des opinions. Le cas particulier du nucléaire », *Actes du colloque Atome et Société*, Paris, Centre Antoine Bécélère, p. 113-124.
- ASSAILLY, Jean-Pascal (1992), *Les jeunes et le risque. Une approche psychologique de l'accident*, Paris, Vigot.
- BEAUD, Stéphane, et Florence WEBER (1997), *Guide de l'enquête de terrain. Produire et analyser des données ethnographiques*, Paris, La Découverte.
- BINET, Marc-Hervé, *et al.* (1998), « Épidémiologie des accidents de sports d'hiver en 1998 », Colloque médico-technique de Grenoble, Grenoble.
- BOUDON, Raymond (1990), *L'art de se persuader des idées douteuses, fragiles ou fausses*, Paris, Fayard.
- BOUGNOUX, Daniel (1995), *L'information contre la communication*, Paris, Hachette, Paris.
- BOULLIER, Dominique, et Stéphane CHEVRIER (1996), « Construire une cause nationale : police, gendarmerie et sécurité routière », *Les Cahiers de la Sécurité intérieure*, 25, p. 63-77.
- BOURDIEU, Pierre (1982), *Ce que parler veut dire : l'économie des échanges linguistiques*, Paris, Fayard.
- BOZONNET, Jean-Paul (1992), *Des monts et des mythes. L'imaginaire social de la montagne*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- BRUN, Philippe, et Maurice BODECHER (dir.) (2000), *Neige et sécurité : de la passion au droit*, Aix-les-Bains, CERNA.
- CALLON, Michel (1999), « Des différentes formes de démocratie technique », *Les Cahiers de la Sécurité intérieure*, 38, p. 37-54.
- CROZIER, Michel, et Ehrard FRIEDBERG (1977), *L'acteur et le système : les contraintes de l'action collective*, Paris, Seuil.

LA COMMUNICATION PRÉVENTIVE SUR LES RISQUES

- ELIAS, Norbert, et Eric DUNNING (1994), *Sport et civilisation. La violence maîtrisée*, Paris, Fayard.
- FLEURY, Bruno (1999), « Système national d'observation de la sécurité en montagne », *Cahiers du C.S.S.M.*, 11, p. 14-30.
- FRIEDBERG, Ehrard (1993), *Le pouvoir et la règle. Dynamiques de l'action organisée*, Paris, Seuil.
- GARRY, Florence (1999), « Les accidents de sport chez les jeunes de 10 à 24 ans. Données de 1987 à 1995 », *Point stat CNAMTS*, 14.
- JAKOBSON, Roman (1981), *Essais de linguistique générale*, Paris, Éditions de Minuit.
- JODELET, Denise (1984), « Représentations sociales : phénomènes, concepts et théorie », dans Serge MOSCOVICI (dir.), *Psychologie sociale*, Paris, Presses universitaires de France, p. 357-378.
- JOFFE, Helene (2003), « Risk : from perception to social representation », *British Journal of Social Psychology*, 42, p. 55-73.
- KASPERSON, Roger E., et Jeanne X. KASPERSON (1996), « The social amplification and attenuation of risk », *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 545, London, Sage Publications, p. 95-105.
- KOUABENAN, Dongo Rémi (1999), *Explication naïve des accidents et prévention*, Paris, Presses universitaires de France.
- LAPORTE, Jean-Daniel (1999), « Accidentologie du ski. Étude descriptive », *Cahiers du C.S.S.M.*, 11, p. 31-37.
- LASSWELL, Harold (1948), « Structure et fonction de la communication dans la société », dans Bryson LYMAN, *The Communication of Ideas*, New York, Harper.
- LE BRETON, David (2002), *Conduites à risque. Des jeux de mort au jeu de vivre*, Paris, Presses universitaires de France.
- LIPANSKY, Edmond Marc (1998), « Pour une psychologie de la communication », dans *La communication appliquée aux organisations et à la formation*, Paris, DEMOS.
- MARC, Edmond, et Dominique PICARD (1991), « Interaction et production du sens en situation de groupe », *Connexions*, 57, 1, p. 119-131.
- MAYET, Pierre (1996), « Chronique d'une politique de sécurité routière », *Les Cahiers de la sécurité intérieure*, 25, p. 118-128.
- MÉDINA, Yves (2000), « Le nouveau métier de "responsibility manager" », dans « L'art de la gestion des risques », suppléments des *Échos*, 12, décembre.

BASTIEN SOULÉ, VÉRONIQUE REYNIER ET JEAN CORNELOUP

- MICHEL, Sandra (1991), « La communication interpersonnelle », dans Nicole AUBERT, Jean-Pierre GRUÈRE, Jack JABES, Hervé LAROCHE et Sandra MICHEL, *Management, aspects humains et organisationnels*, Paris, Presses universitaires de France.
- MIGNON, Patrick (2002), « Un sport pour tous », *Sciences humaines hors série*, 39, p. 32-35.
- PERETTI-WATEL, Patrick (2000), *Sociologie du risque*, Paris, Armand Colin.
- PERETTI-WATEL, Patrick (2001), *La société du risque*, Paris, La Découverte.
- POIZAT, Dominique (2000), « Hors-piste : comportements, connaissances et perceptions des pratiquants », *Neige & Avalanches*, 89, p. 2-8.
- POIZAT, Dominique (2001), « Communication préventive et objectivation des risques : le cas des sports d'hiver », *Communication & Organisation*, 20.
- RÉMY, Elisabeth, et Alexandre MALLARD (2001), « Perception du risque et analyse de controverse : quelle place accorder à l'information du public ? », dans *Actes du colloque Risques et Territoires*, Vaux en Velin, E.N.T.P.E.
- REYNIER, Véronique, et Pierre CHIFFLET (1998), « Pratiques sportives, représentations sociales et comportements territoriaux : les pratiquants des stations de sports d'hiver », *Cahiers internationaux de psychologie sociale*, 38, p. 84-97.
- REYNIER, Véronique, et Bastien SOULÉ (2002), « Les représentations sociales des risques chez les pratiquants des stations de sports d'hiver », *1^{er} Congrès de la Société de sociologie du sport de langue française : Sport et vie sociale, transformations, ruptures et permanences*, Toulouse, 28-30 octobre.
- REYNIER, Véronique, *et al.* (2004), « Sports d'hiver : les nouvelles glisses se banalisent », *Revue Espaces*, 214, p. 12-14.
- ROCHE, Thierry, *et al.* (2000), « Le hors-piste et les avalanches », dans Philippe BRUN et Maurice BODECHER (dir.), *Neige et sécurité : de la passion au droit*, Aix-les-Bains, CERNA, p. 147-167.
- ROSENSTOCK, Irwin, *et al.* (1994), « The health belief model and HIV risk behavior change », dans R.J. DICLEMENTE et J.L. PETERSON (dir.), *Preventing AIDS : Theories and Methods of Behavioral Interventions*, New York, Plenum Press, p. 5-24.
- RUIZ, Gérard (1993), « La sécurité dans la pratique des sports de plein air. Le point de vue d'un professionnel », *Cahier Espaces*, 33, p. 128-135.
- SOULÉ, Bastien, et Jean CORNELOUP (1998), « Jeunes et pratiques sportives à risque : vers une approche sociologique contextualisée », *Corps & Culture*, 3, p. 107-130.
- SOULÉ, Bastien, et Jean CORNELOUP (2001), « La place du public dans le dispositif de sécurité en station de sports d'hiver », *Revue STAPS*, 56, p. 43-60.

LA COMMUNICATION PRÉVENTIVE SUR LES RISQUES

- SOULÉ, Bastien, et Jean CORNELOUP (2003), « Sports d'hiver, risques et débat public », dans *Colloque du Pôle Européen des Cindyniques « Activités à risque et démocratie : vers de nouvelles formes de gouvernance ?*, Paris, 26-28 mars.
- SOULÉ, Bastien (2004a), *Sports d'hiver et sécurité. De l'analyse des risques aux enjeux de leur gestion*, Paris, L'Harmattan.
- SOULÉ, Bastien (2004b), « The instrumentalisation of safety : the example of risks in mountain resorts », *Journal of Alpine Research*, 92, 4, p. 57-66.
- VERNHES, Christine, et Hedda PORET (1991), « Les accidents de sport », dans *Dossier Études et Statistiques*, 17, Caisse Nationale de l'Assurance Maladie – S.E.P.R.
- VIDAL-NAQUET, Pierre-Alain (1994), « Les scènes locales de risques », *Actes de la 3^e séance du Programme Risques Collectifs et Situations de Crise*, Paris, C.N.R.S., p. 16-32.
- VISCUSI, W. Kip, et Richard J. ZECKHAUSER (1996), « Hazard communication : warnings and risk », *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 545, Sage Publications, London, p. 106-115.

BASTIEN SOULÉ, VÉRONIQUE REYNIER ET JEAN CORNELOUP

Annexe : description des campagnes de prévention sur les risques en station de sports d'hiver

Bien qu'il n'envisage le récepteur que comme un sujet passif (Akoun, 1999b), le paradigme de Lasswell (1948) fournit une grille de lecture utile des actions préventives menées à l'échelon national. Il centre l'analyse sur le trajet des messages, de l'émetteur au récepteur, et sur la réponse de ce dernier : « qui dit quoi, à qui, par quel canal et avec quel effet ? » Le dernier aspect, relatif à l'efficacité de l'information (voire à ses éventuels effets non souhaités), n'est pas abordé dans ce tableau.

QUI ?	DIT QUOI ?	COMMENT ?	À QUI ?
Analyse de régulation	Analyse de contenu	Analyse des médias	Analyse de l'audience
Initiative interministérielle ¹ pilotée par le ministère des Sports 1 ^{re} vague de la campagne (1993-1999)	<p>« Campagne de sécurité sur les pistes de ski : les 10 règles de conduite sur les pistes »</p> <p>Règles destinées à pratiquer les sports de glisse dans les meilleures conditions de sécurité pour soi et pour les autres (extrait) :</p> <p>1. Respect d'autrui : adopter un comportement ne mettant pas autrui en danger</p> <p>2. Maîtrise de la vitesse et du comportement : adapter sa vitesse et son comportement à ses capacités et aux conditions générales du terrain et du temps, à l'état de la neige et à la densité du trafic</p>	<p>Mini-guides en 5 langues</p> <p>Affichages sur les pylônes des remontées mécaniques, dans les files d'attente des téléphériques et sur certains forfaits</p>	Ensemble des adeptes d'activités de glisse

1. Liste des partenaires : Ministères (Jeunesse et Sports, Économie, Finances et Industrie, Intérieur, Équipement, Transports et Logement, Défense), Direction du tourisme, Commission de la sécurité des consommateurs, Institut national des consommateurs, Météo-France, Association des maires de stations françaises de sports d'hiver et d'été (A.M.S.F.S.H.E.), Centre de documentation et d'information de l'assurance (C.D.I.A.), Fédération française de ski (F.F.S.), France ski de fond, S.N.T.F., Syndicat national des moniteurs de ski français (S.N.M.S.F.), Syndicat national des guides de montagne (S.N.G.M.), A.M.M., Fédération nationale du commerce des articles de sport et de loisirs (F.N.C.A.S.L.).

LA COMMUNICATION PRÉVENTIVE SUR LES RISQUES

QUI ?	DIT QUOI ?	COMMENT ?	À QUI ?
Analyse de régulation	Analyse de contenu	Analyse des médias	Analyse de l'audience
	<p>3. Choix de la direction par celui qui est en amont : celui qui se trouve en amont doit choisir sa trajectoire de façon à préserver la sécurité des personnes en aval</p> <p>4. Dépassement : il doit être effectué de manière assez large pour prévenir les évolutions de celui qu'on dépasse</p> <p>5. Au croisement des pistes ou lors d'un départ : s'assurer par un examen de l'amont que l'on peut s'engager sans danger et sans gêner</p> <p>6. Stationnement : éviter de stationner dans les passages étroits ou sans visibilité ; en cas de chute, libérer la piste au plus vite</p> <p>7. Respect de l'information, du balisage et de la signalisation : tenir compte des informations sur les conditions météorologiques, l'état des pistes et de la neige. Respecter le balisage et la signalisation</p> <p>Conseils : prendre une assurance ; consulter la météo, les informations sur l'ouverture des pistes ; disposer d'un plan des pistes ; s'hydrater et manger équilibré ; se protéger du froid et du soleil ; s'équiper du matériel adapté, entretenu et bien réglé ; se protéger (casques pour enfants...); se préparer physiquement et s'échauffer ; doser ses efforts et skier à son niveau ; ne pas partir hors-piste sans être informé (risque d'avalanche, itinéraire) ou accompagné d'un professionnel ; apprendre la technique ; observer les règlements affichés au départ des remontées mécaniques...</p>		

BASTIEN SOULÉ, VÉRONIQUE REYNIER ET JEAN CORNELOUP

QUI ?	DIT QUOI ?	COMMENT ?	À QUI ?
Analyse de régulation	Analyse de contenu	Analyse des médias	Analyse de l'audience
2 ^e vague (2000-2002)	<p>« <i>Tôtal contrôle... et la montagne reste un plaisir</i> »</p> <p>Campagne synthétisant les 10 règles de conduite à ski et incitant au port du casque pour les enfants</p> <p>Ton revisité visant une proximité accrue avec le public : « <i>Éclatez vous... Sans vous fracasser ! Partez zen, etc.</i> »</p> <p>Règles du skieur ramenées à quatre : priorité au skieur aval ; ne pas s'arrêter n'importe où ; vitesse adaptée à la visibilité, à l'état de la neige, aux capacités et à la densité de skieurs, notamment dans les zones débutants, près des files d'attente et en bas des pistes ; assistance en cas d'accident</p> <p>Rappel de la signification du balisage et de la signalisation sur les pistes</p> <p>Rappel des principes de sécurité sur les téléskis et télésièges</p> <p>Rappel des dangers du hors-piste, se pratiquant à ses risques et périls, des connaissances, nécessitant de l'équipement et des compétences spécifiques ; mise en garde contre les « fausses traces » ; rappel des sources d'information (drapeaux, pisteurs, bulletin d'estimation du risque d'avalanche) et de leur signification</p>	<p>Livrets de sécurité de 8 pages</p> <p>Affichettes</p> <p>Spots radio</p>	<p>Adeptes du ski alpin, du ski de fond et du snowboard</p> <p>Les adolescents et jeunes adultes sont décrits comme ayant une « propension naturelle à la prise de risque »</p>
3 ^e vague (à partir de 2003)	<p>« <i>Maîtrisez votre vitesse... et la montagne reste un plaisir</i> »</p> <p>Message ramené à trois grands principes, pour simplifier leur divulgation, notamment sur les pylônes de remontées mécaniques :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Maîtrisez votre vitesse 2. Priorité au skieur aval 3. Port du casque 	<p>Panneaux sur les pylônes de remontées mécaniques</p> <p>Affiches et livrets</p>	<p>Tous les adeptes de la glisse sur les lieux mêmes de pratique</p>

LA COMMUNICATION PRÉVENTIVE SUR LES RISQUES

	DIT QUOI ?	COMMENT ?	À QUI ?
Analyse de régulation	Analyse de contenu	Analyse des médias	Analyse de l'audience
Commission de la sécurité des consommateurs (C.S.C.) Fabricants de casques de ski	<p>« Opération port du casque : mettez un casque à vos enfants »</p> <p>Indicateurs relatifs au choix du casque et à son utilisation (rappel de la norme C.E. NF EN 1077, spécifique aux casques de skieurs)</p>	Spot TV Affiches	Les parents pour leurs enfants
ANENA (Association nationale pour l'étude de la neige et des avalanches) en collaboration avec l'A.N.D.P., l'A.M.S.F.S.H.E., le S.N.G.M., le S.N.M.S.F. et le S.N.T.F	<p>« Campagne Prudence, sécurité et plaisir en dehors des pistes »</p> <p>Rappel des règles de prudence à respecter pour fréquenter le hors-piste...</p> <p>Avant la sortie : faire appel à des professionnels ou sortir à ses risques et périls ; s'informer (panneaux, pisteurs-secouristes, moniteurs, guides) sur l'état de la neige, la météo et les risques d'avalanche ; étudier son itinéraire, l'adapter aux possibilités du groupe ; disposer d'un ARVA ; rappel de la signification des drapeaux d'avalanche...</p> <p>Sur le terrain : respecter le balisage et la signalisation, surveiller l'évolution de la météo, du terrain (expositions au soleil, coulées...), se méfier des traces précédentes, rentrer tôt pour ne pas se faire surprendre par la nuit ou des avalanches de fonte... En cas de doute sur la stabilité du manteau, augmenter les distances entre skieurs, ne passer qu'un par un...</p> <p>Rappel du type de relief, de l'altitude et des conditions météo (température, vent...) ayant une influence sur le risque d'avalanche</p>	Plaquettes d'information	Pratiquants hors-piste

BASTIEN SOULÉ, VÉRONIQUE REYNIER ET JEAN CORNELOUP

	DIT QUOI ?	COMMENT ?	À QUI ?
Analyse de régulation	Analyse de contenu	Analyse des médias	Analyse de l'audience
F.F.M.E., ANENA, presse spécialisée	<p>« <i>Avalanches danger !!!</i> »</p> <p>Comme dans les vagues 2 et 3 de la campagne interministérielle, une proximité de ton est recherchée avec les pratiquants : « un bon <i>rider</i> est un <i>rider</i> vivant »...</p> <p>De fausses idées sont réfutées : la présence de traces ou l'absence de chute de neige récente n'impliquent pas l'absence de risques ; la chaleur ou le froid récents ne sont pas synonymes de sécurité ; la possession d'ARVA ne garantit pas la sécurité ; la forêt n'empêche pas automatiquement le déclenchement d'avalanches ; le fait d'être déjà passé à un endroit n'en fait pas un lieu sûr ; etc.</p> <p>Conseils relatifs à l'équipement nécessaire (ARVA, sonde et pelle), à son maniement, à la recherche d'informations météorologiques, à l'interprétation de l'échelle européenne de risque d'avalanche, à l'étude de l'itinéraire et à l'information à communiquer lors de son départ ; etc.</p>	Plaquettes d'information	Pratiquants hors-piste
C.F.E.S., A.M.M., Assurance maladie, Fédération professionnelle des entreprises de sport et de loisirs	<p>« <i>Campagne bien régler ses fixations pour limiter le risque d'entorse</i> »</p> <p>Conseils de bon réglage des fixations de sécurité des skis pour limiter le risque d'entorse du genou</p>	Spots TV et radio Dépliants et affichettes	Grand public, professionnels du ski et de la santé

RÉSUMÉ

Le nombre et la gravité des accidents se produisant sur les domaines skiables français sont conséquents. Par certains aspects, l'information préventive mise en œuvre en station semble manquer d'efficacité. Ce constat prend tout son sens lorsqu'on analyse le phénomène à trois échelles : les pratiquants, le dispositif de sécurité et les sites élargis que représentent les stations. L'étude de ces différents niveaux et de leurs interactions fournit des éléments explicatifs : d'une part, la prévention prend peu en compte le rapport ambigu entretenu par les pratiquants avec la dialectique risque-sécurité ; d'autre part, les processus décisionnels relatifs à la sécurité sont empreints d'intérêts particularistes et locaux qui se substituent parfois à l'objectif de sensibilisation.

The number and severity of accidents on French ski hills is not surprising. In some ways, the preventative information put in place at the centres seems to lack efficiency. This observation begins to make sense when we analyze the phenomenon from three angles : the participants, the security apparatus, and the large sites that are ski stations. The study of these different levels and their interaction shed several explanations : on the one hand, preventative measures do not take into account the ambiguous relationships that the participants have with risk-security dialectics ; on the other, the decisional processes in regards to security are tainted with particular and local interests which are sometimes substituted for the objective of awareness.

El número y la gravedad de los accidentes que se producen en los terrenos aptos para la práctica de esquí, en las zonas de poblaciones de habla francesa, tienen consecuencias importantes. En algunos aspectos, la información preventiva llevada a cabo en la estación de esquí parece carecer de eficacia. La constatación de este hecho adquiere todo su sentido cuando se analiza el fenómeno a partir de tres parámetros : los que practican, las medidas de seguridad, y los sitios ampliados de las estaciones de esquí. El estudio de estos diferentes niveles y sus interacciones aportan elementos explicativos : por una parte, la prevención toma poco en cuenta la relación ambigua entre los que practican y la dialéctica riesgo-seguridad. Por otra parte, los procesos en las tomas de decisión, relativos a la seguridad, se caracterizan por intereses particularistas y locales que sustituyen a veces el objetivo de toma de consciencia.