

# Les 4 plans «drague» des pompiers

**SÉDUCTION** Les casernes de la région ont chacune leur stratégie pour attirer les nouvelles têtes au recrutement annuel du 2 novembre. Décryptage en quatre points.

SAMANTHA LUNDER

samantha.lunder@lacote.ch

Des images de pompiers qui enfilent à toute vitesse leur tenue pour partir en intervention sur une musique dynamique: depuis quelques semaines, des vidéos défilent sur les réseaux sociaux et plateformes en ligne reliées aux SDIS de La Côte. Mais il y a aussi les affiches dans les rues, la présence d'hommes en uniforme dans les marchés et les flyers informatifs reçus à la maison. Les images de pompiers sont partout, ou presque.

Car à l'approche du recrutement annuel de jeudi 2 novembre, les casernes régionales redoublent d'efforts pour séduire les potentielles nouvelles recrues. Et chacun y va de sa propre stratégie.

## 1 VIDÉOS

A l'ère où le web est devenu une source quasi incontournable de communication, plusieurs SDIS ont décidé de créer de courtes séquences pour illustrer le rôle de leurs pompiers volontaires. Du côté de Nyon-Dôle, Gland-Serine et Région Venoge, on a privilégié des clips d'environ une minute. Les SDIS y montrent de l'action, des départs en intervention et des pompiers en situation accompa-



Le SIS Morget en plein tournage de ses épisodes de campagne. SIS MORGET



Le SDIS de Nyon-Dôle a créé ses propres banderoles, une vingtaine, pour inviter la population au recrutement. DR

gnés d'une ou deux phrases percutantes.

Après avoir suivi cette même ligne éditoriale pendant les trois dernières années, l'équipe multimédia du SIS Morget a cette fois-ci réalisé une série de quatre

épisodes de moins d'une minute, diffusés sur ses plateformes en ligne: «On a joué sur la comparaison entre l'activité du pompier sur le terrain et sa vie quotidienne, en y ajoutant une touche humoristique», explique Eric Bouduban, membre de l'équipe multimédia. Il faut selon nous proposer un contenu qui engage les gens, en les faisant rire, réfléchir ou qui attise leur intérêt.»

Quant au contenu, justement, de ces vidéos, tous les SDIS sont au diapason: hors de question de montrer uniquement des images spectaculaires, telles que celles que l'on pourrait voir dans les séries américaines. «Le terme pompier, est directement rattaché au feu dans la tête des gens, alors



Les différents corps assurent une présence sur les réseaux sociaux. DR



Les actions pour attirer du monde vers les pompiers sont faites aussi tout au long de l'année, comme ici lors de la revue 2016 de Nyon-Dôle. ARCH.CELINE REUILLE

que ce n'est que quinze pour cent de nos activités», réagit Sébastien Pahud, officier presse au SIS Morget. Il faut donc montrer la réalité des choses à travers notre communication.» Comme l'intervention sur des inondations, de l'aide au portage ou des désin-carcérations.

## 2 RÉSEAUX SOCIAUX

Lieu de diffusion idéal pour ces clips réalisés par les SDIS, les réseaux sociaux sont aussi utilisés activement à cette période par les différents corps de sapeurs-pompiers. Une manière d'attirer le regard sur le recrutement, mais également de conserver des liens fréquents avec les citoyens: «Il est aujourd'hui indis-

pensable de prendre ce virage des réseaux sociaux car la génération que nous visons avec le recrutement ne lit plus forcément les journaux», constate Robin Baudraz, responsable médias au SDIS Région Venoge. Nous utilisons par exemple notre page Facebook pour montrer des photos de journées d'exercices.»

## 3 AFFICHAGE ET FLYERS

Si ces plateformes en ligne sont un réel vecteur de communication, les casernes mettent aussi leurs forces sur des moyens plus traditionnels. Ils se basent notamment sur la campagne officielle de la Fédération vaudoise des sapeurs-pompiers (FVSP) qui leur met à disposi-

tion affiches, flyers et un visuel numérique: «Nous assurons le socle de base de cette manière mais chaque SDIS est ensuite libre de développer d'autres actions, et on ne peut que les encourager à aller dans cette direction», réagit Cédric Fagherazzi, président de la FVSP. Le SDIS Nyon-Dôle a notamment créé cette année une vingtaine de banderoles dispersées dans sa région, «une manière de garantir un effet de nouveauté et de compléter la campagne cantonale», explique son commandant Pierre-Yves Corthésy.

C'est en effet cette voie que le SDIS Etraz Région et plusieurs autres suivent chaque année: «On demande aux 29 communes membres les adresses des 18-24 ans pour leur envoyer un courrier et on se base ensuite sur cette campagne cantonale», explique Stéphane Dufour, major. Les soirées d'accueil des nouveaux habitants sont aussi prises par les sapeurs qui s'y rendent pour se présenter auprès des citoyens.

## 4 PORTES OUVERTES

Ce contact direct avec la population, les pompiers tiennent à le privilégier tout au long de l'année. Comme, par exemple, en organisant des revues, en distribuant des tracts au marché ou en ouvrant la caserne au public.

C'est le cas par exemple du SDIS Gland-Serine qui convie la population à des portes ouvertes ce samedi 28 octobre de 10 à 16h sur Gland et Le Vaud: «C'est une manière de motiver les gens avec des ateliers et les inciter à venir s'informer le 2 novembre au recrutement», raconte Daniel Grosjean, commandant.

Reste que tous ces SDIS confirment l'importance de communiquer tout au long de l'année pour séduire les futures recrues à travers leurs différents médias. ◉

## QUEL IMPACT CONCRET?

Mais tous ces efforts portent-ils leurs fruits? L'impact de la communication faite à travers des vidéos ou les réseaux sociaux n'est pas en place depuis suffisamment d'années pour pouvoir être chiffré par les SDIS. Ceux-ci confirment toutefois que les personnes hésitantes à l'idée de se rendre au recrutement sautent parfois le pas après avoir vu ce type de vidéos: «On doit faire notre place dans un contexte où l'activité de pompier volontaire est parfois en concurrence avec d'autres types de loisirs», constate Sébastien Pahud, du SIS Morget. On doit offrir une nouvelle dimension au recrutement et cela passe par cette présence sur tous les supports.» ◉

**VIDÉO+**  
Retrouvez notre vidéo sur ce sujet  
www.lacote.ch + ePaper