

Pour une prévention durable

Chaque année, tant en France qu'à l'étranger, le feu dévore des millions d'arbres, passant du vert au rouge avec noirceur. L'arbre, l'arbre de transmission de la vie finira bien par renaître en espérant qu'il ne soit pas à nouveau victime de ce prédateur qu'est le feu. L'arbre est protecteur de tout un écosystème. Il retient le gaz carbonique, « filtre » l'air et protège la faune, la flore et même ses congénères. Retour sur les campagnes de prévention.



Texte **lieutenant (rc) Patrice Havard, référent de la Commission fédérale Histoire, Musées, Musiques**
Illustrations **Collection P. Havard**

Citoyens de la planète, il nous revient donc à tous la mission de la protéger à notre tour. C'est aussi le rôle, depuis plus de 50 ans, des premières associations de DFCI (Défense de la forêt contre les incendies) créées à la fin du XIX^e siècle par les propriétaires forestiers. Jusqu'à la dernière guerre, elles assurent seules la prévention, mais aussi, en l'absence de corps de sapeurs-pompiers, la lutte directe contre les feux de forêt, avec

des moyens souvent dérisoires. L'ordonnance du 28 avril 1945 les rend obligatoires dans tout le périmètre des Landes de Gascogne. Les corps départementaux des sapeurs-pompiers forestiers sont créés par décret du 25 mai 1947. Ils sont chargés de la lutte contre les incendies. Deux ans après, ce sera le drame des Landes, quatre-vingt-deux morts, maintes fois relaté dans les pages du journal fédéral. Côté Méditerranée, il serait intéressant aussi de dresser l'inventaire des feux de forêt devenus tristement célèbres, comme celui du massif du Tanneron en 1970 qui, au mois d'octobre, coûta la vie à la femme et aux quatre enfants de

Campagne de prévention française avec l'ours Sylvestre.

l'écrivain Martin Gray. Ce drame saisit la France entière. Une dizaine de morts sont à déplorer dont trois sapeurs-pompiers qui combattent d'autres incendies à Toulon et dans les Maures, à La Garde-Freinet.

Quel slogan, quelle icône ?

À chaque drame son émotion, et le sempiternel slogan « plus jamais ça ». On fait comme toujours appel à l'intelligence des gens pour leur faire prendre conscience qu'avec ne serait-ce qu'un peu de bon sens on pourrait éviter au mieux ces désastres. Si la doctrine de lutte contre les incendies a largement fait ses preuves, seuls les efforts de prévention permettront de réduire à terme le nombre de départs de feux et d'anticiper leurs conséquences. C'est donc ce rôle de prévention qu'il faut renforcer. Pour porter un message durable il faut « faire simple ». Mais comme une image vaut mille mots, il faut chercher en plus d'un bon slogan une icône. Et en France, en matière de prévention et de lutte contre l'incendie de feux de forêt, que retient-on de façon durable ? Quel est le slogan que tout le monde fredonne depuis longtemps ? Quelle est l'icône associée à ce thème ? Difficile à trouver ! La seule icône reliée à une action préventive de longue durée qui vient à l'esprit, c'est Bison Futé ! Parce qu'il est plus facile d'empêcher un incendie que de l'éteindre, et que dans les régions les incendies détruisent des paysages, des écosystèmes, des biens et, ce qui est plus grave encore, qu'ils peuvent détruire des familles et des vies, les campagnes de prévention revêtent un intérêt indéfinissable. Il existe annuellement, heureusement, des campagnes ou plutôt des rappels de consignes dans les massifs bien connus de nos régions. Elles émanent bien souvent d'initiatives d'associations locales tels, comme le disent les journalistes, des « maronniers », mais aussi d'institutions départementales et régionales qui lancent régulièrement des campagnes de prévention.

Des associations organisent même des concours pour ces campagnes.

Campagne française (dessins de R. Dosne).

Pas de politique durable

Mais sur le plan national, la politique de prévention des incendies de forêt devrait être conduite par le ministère de tutelle en charge de l'agriculture et la Direction générale de la forêt et des affaires rurales, et devrait s'exercer tant dans les régions sinistrées que dans celles encore très vulnérables aux incendies et particulièrement exposées. En regardant dans le rétroviseur sur les cinquante dernières années et en dehors des campagnes pilotées par l'Entente interdépartementale pour la protection de la forêt méditerranéenne, rien n'a vraiment bien marqué les esprits. L'administration et des organismes privés renouvellent chaque année leurs campagnes diverses de sensibilisation du public au grave problème des incendies de forêt. Alors faut-il, en matière de prévention durable, regarder ailleurs ? Du côté des États-Unis par exemple : depuis plusieurs dizaines d'années, à l'échelle du pays, dans tous les États, la personnalisation de la prévention contre l'incendie de forêt est du domaine d'un personnage unique et sympathique dont l'histoire perdure.

C'est une histoire comme les Américains savent promouvoir, ou comment un petit ourson de 3 mois est devenu une icône nationale.

L'histoire de l'ourson

C'est une histoire comme les Américains savent promouvoir, ou comment un petit ourson de 3 mois brûlé lors d'un feu de forêt au Nouveau-Mexique en 1950, mais sauvé, est devenu une icône nationale. Il a même sa tombe dans la ville de Capitan au Nouveau-Mexique. La plaque sur sa tombe indique : « C'est le lieu de repos du premier ours Smokey, le symbole vivant de la prévention des feux de forêt et de la conservation de la faune. » Baptisé « Smokey Bear », il est connu des petits comme des grands depuis près de 70 ans, puisque retenu comme symbole de la prévention des incendies et feux de forêt. Pour comprendre l'histoire du petit ours superstar, il faut remonter un peu plus loin dans l'histoire américaine, à la Seconde Guerre mondiale. Au printemps suivant l'attaque de Pearl Harbor, en 1942, le pays est sous le choc après qu'un sous-marin japonais ait envoyé des obus le long de la côte de Californie, brûlant des hectares de forêt. Les Américains vont alors prendre

L'affiche au slogan marquant.



conscience de l'importance de leurs forêts, et celle-ci va devenir une cause nationale. Un programme national est créé. Mais il lui faut un emblème, une mascotte, un animal capable de relayer le message de sensibilisation. Walt Disney a permis à ses personnages d'apparaître dans les campagnes de service public de prévention des incendies. Cependant, *Bambi* n'a été prêt à être approuvé par le gouvernement que pendant un an, donc un nouveau symbole était nécessaire. Un ours a été choisi. Les croquis prennent forme, il est habillé en Ranger, uniforme des gardes des parcs nationaux, les premiers panneaux et affiches sont installés. Le 9 août 1944, Black Bear (ours noir) est né et officialisé par une loi fédérale.

Le succès américain

La campagne remporte un succès et l'ours fut plus tard renommé « Smokey Bear ». Son nom aurait été inspiré par « Smokey » Joe Martin,



un héros du NYFD qui a subi des brûlures et la cécité lors d'un sauvetage audacieux en 1922. Le nom et l'image de « Smokey Bear », création d'Albert Staehle, sont protégés par une loi fédérale américaine. Mais quelques années plus tard, un vrai ourson va donner une vie au personnage. Un ourson sauvé lors d'un immense feu de forêt dans la région des Capitan Mountains, au printemps 1950. Les sauveteurs l'ont récupéré tout en haut d'un arbre, les coussinets et une patte brûlés. Hébergé chez un Ranger, l'ourson sera soigné puis envoyé au zoo de Washington DC où il restera pendant 26 ans. À sa mort en 1976, il est ramené chez lui, à Capitan, et enterré le long de la route 80, où le musée « Smokey Bear historic park » ouvrira ses portes trois ans plus tard.

Une campagne populaire

Des nouvelles du petit ours se sont répandues rapidement dans tout le Nouveau-Mexique. Bientôt, les agences de presse *United Press* et *Associated Press* ont diffusé son histoire à l'échelle nationale, et beaucoup de gens ont écrit et appelé en demandant des précisions au sujet de la récupération de l'ourson. Le garde de l'État a écrit au chef du service des forêts pour lui proposer de présenter le petit ours à l'agence, à condition qu'il soit associé à un programme de promotion de la conservation et de la prévention des incendies de forêt. L'ourson prenait bientôt le chemin du zoo national de Washington, devenant ainsi le symbole vivant du personnage

imaginaire « Smokey Bear ».

Son message de responsabilité : « *Only you can prevent forest fires* » (seul vous pouvez empêcher les feux de forêt) est devenu en 2001 « *Only you can prevent wildfires* » (seul vous pouvez empêcher les feux sauvages). D'après une étude de 2010, ce message de Smokey Bear est connu de 95 % des adultes et 77 % des enfants résidant aux États-Unis. Le personnage est devenu une partie notable de la culture populaire américaine dans les années 1950. Il est apparu à la radio, dans les bandes dessinées et dans les dessins animés. Célèbre, « Smokey » est devenu un produit publicitaire. En 1955, le premier livre pour enfants a été publié, suivi de plusieurs autres et de livres de coloriage. Bientôt, des milliers de poupées, de figurines, de jouets, disques et autres objets de collection étaient sur le marché. Il est très collectionné aux États-Unis, car depuis des dizaines d'années ces produits dérivés très diversifiés sont recherchés.

« Smokey Bear Awards »

Le folklore et la légende sont une chose, le sérieux du message de création en est une autre. Ainsi a été créé le « *Smokey Bear Awards* » décerné par le *Forest Service* des États-Unis pour « reconnaître le service exceptionnel dans la prévention des incendies de forêt et pour augmenter la reconnaissance publique et la nécessité de poursuivre les efforts de prévention des incendies ». N'est-ce pas une bonne idée...

Pour le 40^e anniversaire de « Smokey », en 1984, il a été honoré par un timbre-poste des États-Unis qui représentait le petit animal accroché à un arbre brûlé. En 2004, pour son 60^e anniversaire, une résolution du Sénat désignait le 9 août 2004 comme « 60^e anniversaire de Smokey Bear », demandant au Président de publier une proclamation « appelant le peuple des États-Unis à observer la journée avec des cérémonies et des activités appropriées ». N'est-ce pas une bonne idée...

En France, un petit personnage créé dans les années quatre-vingt par le ministère de l'Agriculture et la Direction des forêts pour l'édition d'un petit guide des forêts méditerranéennes. Il est représenté par un petit ours noir baptisé astucieusement Sylvestre, du nom d'un pin du coin. Comme quoi, les ours se suivent mais ne se



Première affiche avec Smokey.

Produit dérivé du succès de Smokey.



Son message de responsabilité : « *Only you can prevent forest fires* » (seul vous pouvez empêcher les feux de forêt).

1944 : seule affiche autorisée par Walt Disney avant de « découvrir » l'ours Smokey.

ressemblent pas... car Sylvestre a vite disparu.

Une autre tentative de personnalisation avec produits dérivés aurait pu prendre le chemin de la postérité : il s'agit du petit arbre « *s'il te plaît, protège la forêt* » dessiné par René Dosne, toujours créatif au service de la collectivité et des sapeurs-pompiers, pour la revue Pistil

dans les années 1975, et adopté par l'Entente interdépartementale pour la protection de la forêt méditerranéenne. L'arbre a fait long feu...

Et si nous aussi nous avions enfin, pour une bonne prévention, une histoire à raconter durablement et qui ferait l'objet d'un article dans 70 ans...? ■