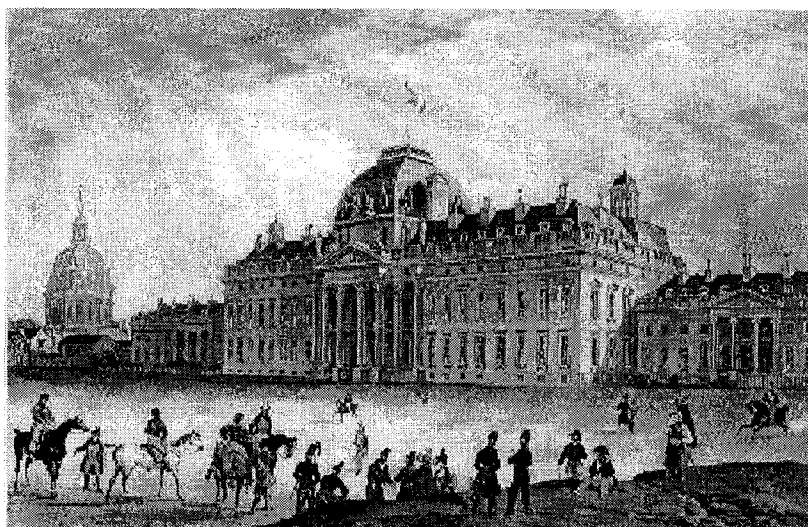


EPO: "VERS UN CONCEPT D'INFORMATION"



Lt-Col. BERGER
CBA.. CLERC
CBA.. DIDIER
Cdt LEMKHIR
CE. FALL

1955-1956

INTRODUCTION:

Comment poser le problème des rapports entre l'institution militaire et la « société d'information » ? Comment le poser de manière à rester au plus près des faits et des réalités de la préparation et de la conduite d'opérations militaires ?

Comment le poser pour pénétrer jusqu'au cœur du phénomène de la bataille de l'information, livrée à tous les niveaux par une multitude d'acteurs ?

Comment poser ce problème pour donner prise à l'action, c'est-à-dire à une véritable maîtrise de l'information ?

Mettre une nouvelle fois en lumière les divergences d'intérêts entre militaires et journalistes, ou bien encore la nécessité absolue de communiquer malgré l'extrême complexité des situations politiques et militaires à prendre en compte aurait fait aboutir cette « étude particulière à option » du C.I.D. dans le boulevard fort emprunté des « lieux-communs ».

Aussi, il a semblé nécessaire de limiter les ambitions de cette étude au traitement du sujet suivant: « *la maîtrise de l'information dans le cadre d'une opération extérieure* ».

Avant de vouloir mettre au point ce projet de « concept d'information », il a fallu exploiter une documentation importante, portant essentiellement sur les enseignements américains, britanniques et français tirés des conflits les plus récents (Malouines, Haïti, Golfe, Somalie, ex-Yougoslavie ou Rwanda) en matière d'information et de communication .

Grâce à de remarquables documents, et notamment étrangers, mis à disposition de cette étude par le Commandement de la Doctrine et de l'Entraînement de l'Armée de Terre (C.D.E.), il a ainsi été possible d'envisager l'ensemble des aspects entrant en jeu lors d'une intervention hors des frontières nationales, et en particulier le volet « guerre psychologique », laissé de côté par la France depuis la fin de la Guerre d'Algérie.

En outre, de nombreux contacts avec différentes personnalités du monde de l'information, et en particulier l'entretien accordé par le Général GERMANOS, Directeur du Cabinet Militaire du Ministre de la Défense, ont utilement balisé les travaux entrepris lors de cette étude.

PLAN:

- *Généralités*
- *I/ Actions d'information auprès des médias*
- *II/ Actions d'information auprès des subordonnés*
- *III/ Actions d'information sur l'environnement*
- *IV/ Les actions d'information en direction de l'ennemi*

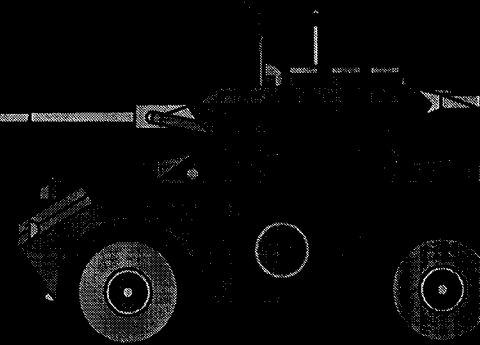
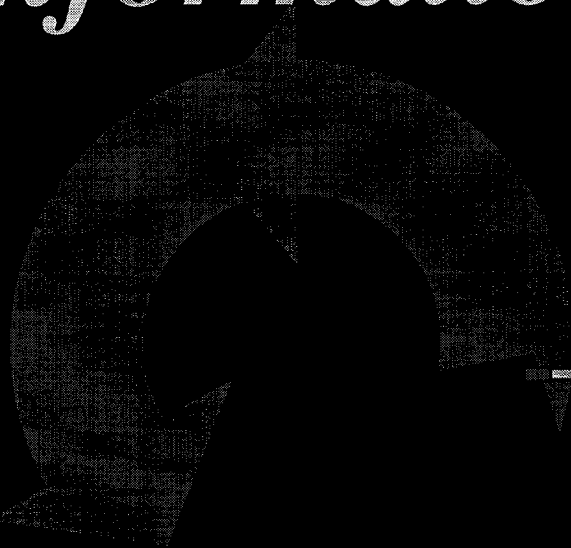
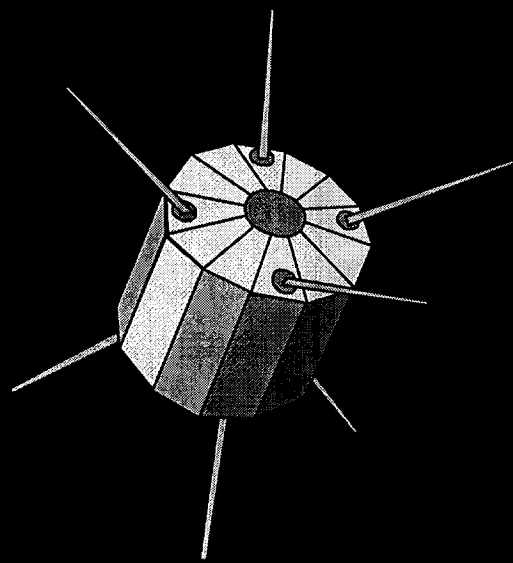
Généralités

5.1 D'ACTION COMPLÈMENTAIRE

à prendre en compte à tous les échelons du Commandement

- **1) principes généraux**
- **2) principes d'organisation**

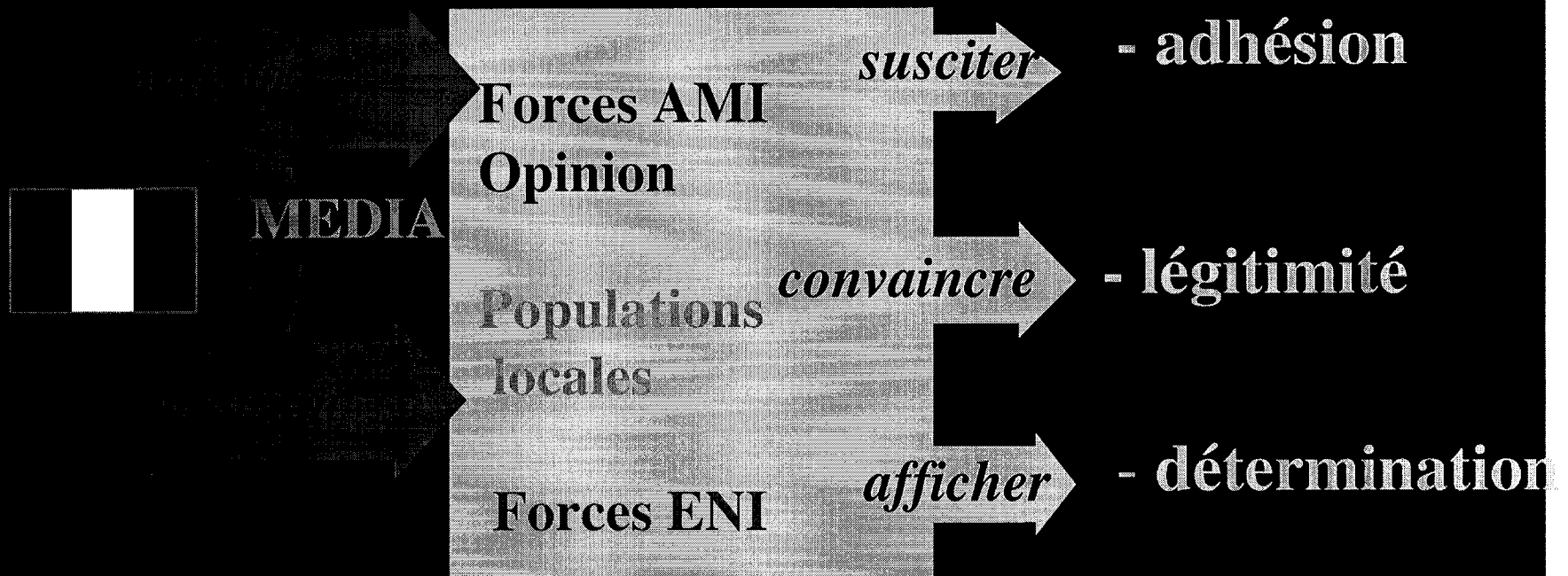
Le champ-clos
de
l'information



L'ENJEU:

*Une guerre peut être "
militairement" gagnée,
mais médiatiquement perdue...*

LE CHAMP D'APPLICATION DE LA MAITRISE DE L'INFORMATION



PRINCIPES RETENIR

- cohérence des actions d'information
- unicité source/message
- diversité des canaux
- permanence de l'information
- anticipation et réactivité

2 règles impératives:

- ne jamais mentir,
- toujours séparer ACTION
PSYCHOLOGIQUE et
COMMUNICATION.

BUTS GENERAUX DE L'INFO

**FONCTION
OPERATIONNELLE**

- **S'ASSURER LA LEGITIMITE INTERNATIONALE.**
- **MAINTENIR LA COHESION NATIONALE.**
- **PARTICIPER A L'INFORMATION ET A SA
TRANSPARENCE.**
- **APPUYER L'ACTION DES FORCES.**
- **CONTRECARRER LA DESINFORMATION.**

Les actions prioritaires:

- *Assurer ou participer à l'information de l'opinion publique nationale , internationale , de l'environnement local et de nos unités sur notre action,*
- *Faciliter l'action de nos forces vis à vis des belligérants et de la population,*
- *Rétablir la vérité lors des actions de désinformation,*
- *Soutenir le moral et informer les soldats,*
- *Soutenir le moral et informer les familles des soldats,*

ASSURER LA COHERENCE DE L'INFORMATION

1. EXIGER DES TERMES
CLAIRS DE MISSIONS
ET D'ENGAGEMENT

2. CONSEILLER LE
POLITIQUE SUR LES
CAPACITES ET LIMITES
DE L'OUTIL MILITAIRE

LEGITIMER L'ACTION

1. ADHERER AU CADRE
D'INTERVENTION

3. BIEN SEPARER LES
PREROGATIVES
MILITAIRES-ONG

2. RASSURER LES
POPULATIONS ET
LES AUTORITES
LOCALES

CADRE D'INTERVENTION

NIVEAU
STRATEGIQUE

• Guerre de
l'information

• GOUVERNEMENT
• E M A
• SIRPA

NIVEAU
OPERATIF

• Bataille de
l'information

• COMFORCE

NIVEAU
TACTIQUE

• Combat de
l'information

• COMTHEATRE
• FORCES

CADRE D'ACTION

MAIS

**L'INFORMATION
DE DEFENSE**

AUCUNE RUPTURE.

Information institutionnelle
(informer, créer l'adhésion)

**Information de crises:
médiatique, politico-militaire
et ouverte**

**Continuité de la
communication
paix-crise-guerre**

Information en opération
(consignes de com.dans le plan d'ops).

RESPONSABILITE

CEMA

EMA

Cellule spécialisée

ONU-OTAN-UEO

C
H
A
I
N
E

M
E
T
R
O
P
O
L
I
T
A
I
N
E

RMD, CMD
Information locale

COMFRANCE
Dispose de

COMTHEATRE

- Bases arrières
- Familles

- DL auprès Cdt international

- Cellule communication Em Comfrance

- Cellules communication des unités

CELLULE COMMUNICATION EM COMFORCE

**CELLULES INTEGREES
DES UNITES**

ORGANISATION

- 1 Equipe au RGT= ops
- 2 à 3 Equipes au RGT = Aff.Civ.
- 1 à 4 équipes/Bat=ops
- 1 Equipe au SGL= log
- 3 Equipes en réserve à l'EM COMFRANCE = CDT-Réserve

COMPOSITION

- Chef de cellule
- Analyse/synthèse/com muniqués
- correspondants de presse/ liaison
- Chef réalisations audiovisuelles
- Equipe vidéo
- Equipe photos
- Equipe radio
- Equipe imprimerie
- Equipe action psychologique

*II/ Actions d'information
auprès des médias*

ARMEES

MEDIA

DEUX LOGIQUES CONTRADICTOIRES:

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">- valoriser l'image des Armées- préserver la sécurité des opérations- s'assurer la légitimité internationale- maintenir la cohésion nationale et l'adhésion de l'opinion publique | <ul style="list-style-type: none">- rechercher la contradiction et le sensationnel- préserver le droit à l'information- défendre le droit d'expression |
|--|--|

UNE MEFIANCE RECIPROQUE

UN VIDE JURIDIQUE A COMBLER

11) Finalités de la communication (crise-guerre)

Centraliser la communication des citoyens pour donner au gouvernement un seul interlocuteur et le pouvoir de décision stratégique

But politico-militaire:

Centraliser la communication à travers une seule source d'information en utilisant plusieurs canaux de communication

Objectif militaire:

Convaincre et rassurer l'opinion, en particulier les familles des personnels engagés

12) Les acteurs de la communication (crise- guerre)

Niveau stratégique:

- **ÉTAT-MAJOR** : **SIRPA**, maillon essentiel entre le **politique** (**ÉTAT-MAJOR** et **OFFICIER** de **PRESSE** et porte-parole) et le **militaire** (**ÉTAT-MAJOR** de crise en liaison avec le **SIRPA**).

Niveau opératif:

COMFORCE, avec:

- sa cellule- communication, chargé des points de presse quotidiens, de l'annexe **COM**.
- un conseiller affaires civiles

-Niveau tactique:

- **OFFICIER** de presse qui assure la cohérence entre **COMFORCE**-Chefs de Corps et **CDTS** d'unité.

13) Actions concrètes à mener

Stratégie: Centralisation de la communication

Président de la République:

Structure de coordination : CEMA, CEMP, Conseillers de la Présidence, Dir-cab du Premier Ministre, des AFF. ETRANGERES, DEFENSE et INTERIEUR

- analyse les aspects politique, militaire, diplomatique, sécurité et communication,
- assure la diffusion de l'information,
- fait appliquer les décisions prises en Réunion quotidienne "d'état-major",
- oriente la communication étatique.

- Définition des règles de comportement
- prise en compte de la manoeuvre médiatique dès la conception
- établissement d'un plan de communication quotidien.
- Prise en compte des points de presse quotidiens au MINDEF ou à l'EMA.
- Politique étrangère:
Assurer la coordination, la cohérence des différents organismes de l'état
- **SIRPA:**
 - Organiser la couverture médiatique des événements intéressants
les forces (détachement sur le terrain d'officiers de presse et des reporters de l'Etablissement cinématographique des armées avant l'arrivée des troupes).
 - Préparer (après la montée en puissance du dispositif), l'arrivée des correspondants de guerre.

En direction des médias:

- Etablir un protocole d'accord avec les médias et une convention avec les journalistes.
- Accréditer obligatoirement les correspondants de guerre et les faire passer au centre de presse installé sur le théâtre.
- Faire utiliser par tous les journalistes, les images réalisées par le SIRPA.
 - contrôler la presse sans la censurer
 - Eventuellement, utiliser les moyens légaux pour restreindre les droits de la presse (etat d'exception, si action indécise ou tourne mal)

En direction de l'opinion publique:

- Privilégier le contact direct avec l'opinion publique par des conférences de presse ou entretiens télévisés .

En direction des familles:

- Organiser le contact et l'information des familles.

Niveau opératif

Préparation:

• Informer l'IRMA à l'élaboration de la conception de la mission

• Informer :

• Les officiers de liaison sur le théâtre avant l'opération

• Les :

• Règles de comportement des militaires, notamment en matière de contact avec les médias

• Les protocoles de :

• Mise en place des cellules de presse auprès des officiers commandant les unités

• Informer les journalistes lors de la phase de déploiement et de repliement

• Informer les médias de la COMMUNICATION dès la planification de la mission

• Informer les directives de COM. (par la cellule de liaison de l'IRMA)

• Informer les médias d'un plan de communication quotidien.

Engagement:

• Informer tous les journalistes à la zone de presse dès leur arrivée sur le terrain

• Informer les médias de la situation dès leur arrivée sur le terrain.

• Informer les médias de presse quotidiens

14) Organisation structurelle et matérielle:

Niveau stratégique:

- Mise en place de cellules réduites d'analyse et de suivi au niveau de la présidence de la république
- Réunion quotidienne d'état-major.
- SIRPA, à la poignée de l'éventail.
- Porte-parole au niveau central et sur le terrain.

Niveau opératif:

- 1 conseiller communication au près du COMFORCE(off. sup.+ 1 VL)
- une cellule presse commandée par le conseiller comm. + 2 off. presse, 2 sous-off.+2VL+2 IMMARSAT.
- Celle d'accueil des journalistes sur le terrain.
- cellule log. pour soutien journalistes.
- Mettre en place des pools de journalistes.
- Créer une zone de presse aménagée vie-travail.

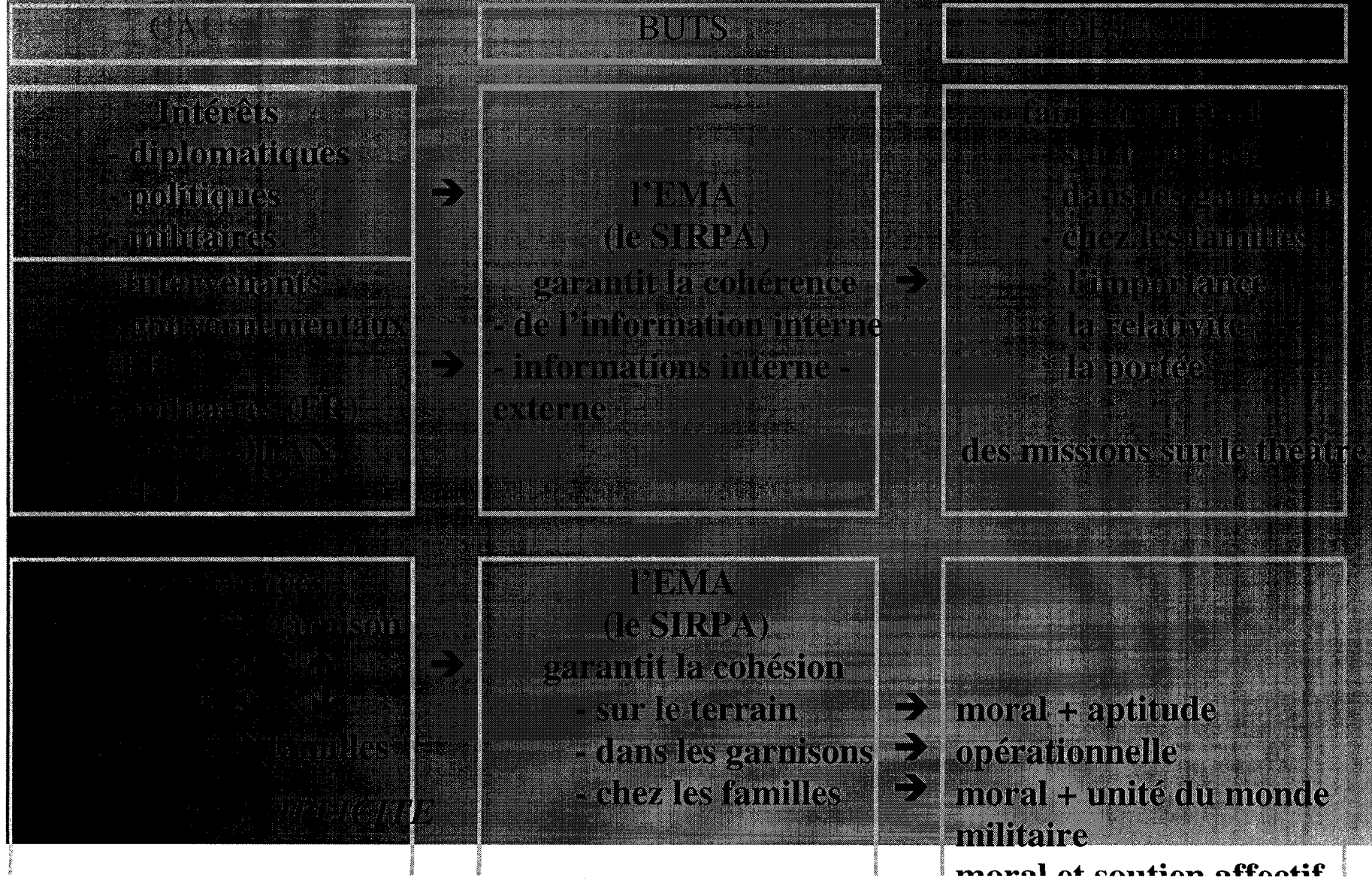
Niveau tactique:

- Immersion.

*III/ Actions d'information
et de communication auprès des
subordonnés*

LA GUERRE DE L'INFORMATION

à facteurs multiples, un acteur déterminant



CHAÎNE DE L'INFORMATION

niveau opératif (COMFAC)

OBJECTIFS

Cohérence entre
l'action opérationnelle et l'information

Au mieux exploiter,
au moins gérer,
la dimension médiatique
du conflit en :

- recherchant le « temps d'avance »,
par rapport aux médias civils,
de l'information interne au profit des
subordonnés;

- exigeant des subordonnés
un retour systématique, objectif et rapide
de l'information terrain.

Evaluer et contrecarrer
les effets néfastes
de la (mauvaise) communication :
rumeurs, inquiétudes, états d'âme, ...

TRANSPARENCE

ACTIONS

Associer les officiers communication
aux réunions d'état-major
et à l'élaboration des ordres.

- Diffuser périodiquement des informations
par presse écrite, radio et audiovisuelle, pour :

- * les militaires sur le terrain
(privilégier la radio pour les détachements
isolés) ;
- * les militaires dans les garnisons ;
- * les familles.

- Orienter systématiquement les équipes de
reportages du SIRPA et,
si possible, les médias civils,
vers les unités « efficaces, discrètes et
médiatiquement délaissées

- Militaires sur le terrain :
expliquer, renseigner,
contrôler le niveau d'information.

- Garnison : rapprocher, renseigner.

- Familles : écouter, rassurer, renseigner.

FACTUEL

LE COMBAT DE L'INFORMATION : ***le niveau tactique (BATINF, ...)***

OBJECTIFS

- Comprendre, faire comprendre et appliquer les directives de l'EMA (esprit + lettre) .
- Obtenir la participation active et rigoureuse des subordonnés en matière d'information et de communication.

Rechercher l'échange d'informations « en latéral » avec :

- les unités voisines (françaises et/ou étrangères) ;
- la garnison ;
- les familles.

Suivre et soutenir les éléments psychologiquement fragilisés (éloignement, soucis, stress, ...) :

- militaires ;
- familles ;
- tous.

EXECUTION

ACTIONS

- Associer l'officier communication aux réunions d'état-major et à l'élaboration des ordres.
- Réaliser pour les échelons subalternes (sections ou pelotons, personnels isolés, ...) un argumentaire simple et clair sur le sens de la mission.

- Réaliser un journal d'informations à large diffusion.

- Personnaliser les relations en impliquant prioritairement les chefs au contact et les médecins d'unités.
- Contrebalancer la dramatisation des médias.
- Contrôler la bonne diffusion du courrier privé.

PROXIMITE

III/ Actions d'information sur l'environnement:

- *= autorités du pays hôte, ONG, associations diverses, armées alliées et voisines*

APPUYER L'ACTION DE LA FORCE

N
I
V
E
E
A
U

1. REPRENDRE LES POSTES-CLES DE LA CHAINE INFORMATION DE L'ONU.
2. GAGNER LA CONFIANCE DES POPULATIONS ET DES AUTORITES LOCALES.
3. FAVORISER L'IMPLANTATION DES FORCES.
4. HARMONISER ACTIONS COMMUNICATION COMFRANCE/ONU.
- 5 VALORISER L'ACTION MILITAIRE FRANCAISE PAR RAPPORT AUX CONTINGENTS ETRANGERS.

O
P
E
R
A
T
I
F

PARTICIPER A L'INFORMATION ET CONTRECARRER LA DESINFORMATION

1. CONNAITRE L'ENVIRONNEMENT MEDIATIQUE LOCAL.
2. LUTTER CONTRE LA MANIPULATION DE LA POPULATION LOCALE.
3. INSTAURER UN CLIMAT DE CONFIANCE AVEC LES POPULATIONS ET AUTORITES LOCALES.
4. EVITER TOUTE PANIQUE.

CONTRECARRER LA DESINFORMATION



A MI-CHEMIN ENTRE
- L'INTOXICATION
ET
- L'INFLUENCE

**1. MONTER DES OPERATIONS
D'INFORMATION EN
DIRECTION DE
L'ENVIRONNEMENT LOCAL**

**2. CONTRER LES
FAUSSES RUMEURS**

N
I
V
E
A
U

T
A
C
T
I
Q
U
E

**ACTIONS PLANIFIEES PAR
L'ECHELON CENTRAL, LE
COMFRANCE OU EN LIAISON
AVEC LUI**

*Actions d'ensemble au profit de la force
ou du théâtre ou d'appui destinées à
renforcer localement l'action de
communication d'une unité.*

**ESSENTIELLEMENT SOUS LA FORME DE
CAMPAGNES D'INFORMATION**

ACTIONS D'URGENCE

Pour réagir à délai court

** après un événement*

grave

C	P1 : les médias nationaux et inter-
I	P2 : les médias locaux,
B	P3 : la population locale,
L	P4 : les unités de la force
E	française,
S	P5 : les familles des soldats.

INVENTAIRE DES TACHES

- rédaction de communiqués,
- organisation de conférence de presse,
- suivi et analyse de la presse locale,
- accueil et pilotage des journalistes à Paris et sur le terrain,
- mise à jour permanente des directives,
- information des unités et des populations locales (vidéo, audio, écrite, exposition),
- planification, organisation et réalisation d'actions ponctuelles auprès des populations et/ou des membres de la force,
- couverture d'incidents particuliers par action d'urgence d'équipes spécialisées,
- réalisation de documents (écrits ou vidéo) à destination familles (bases arrière),
- production de préavis et de consignes préalables avant visites des journalistes.

IV/ Les actions d'information en direction de l'ennemi

- ***IMPRESSIONNER L'ENI***
- ***COMBATTRE LES EFFETS DE LA MANIPULATION***
- ***PROTEGER LE MORAL DE LA FORCE***

Les différentes "cibles" chez l'ennemi:

- le ou les partis politiques du gouvernement
- l'appareil d'Etat
- les forces armées
- la partie de la population soutenant "l'appareil"
- l'opposition interne

NIVEAU
POLITICO-
MILITAIRE

LA GUERRE DE L'INFORMATION

BUTS:
LEGITIMER L'ACTION
ISOLER/DIABOLISER L'ADVERSAIRE

GOVERNEMENT
Affaires Etrangères
Min. Def.
CEMA

SIRPA

M
E
D
I
A

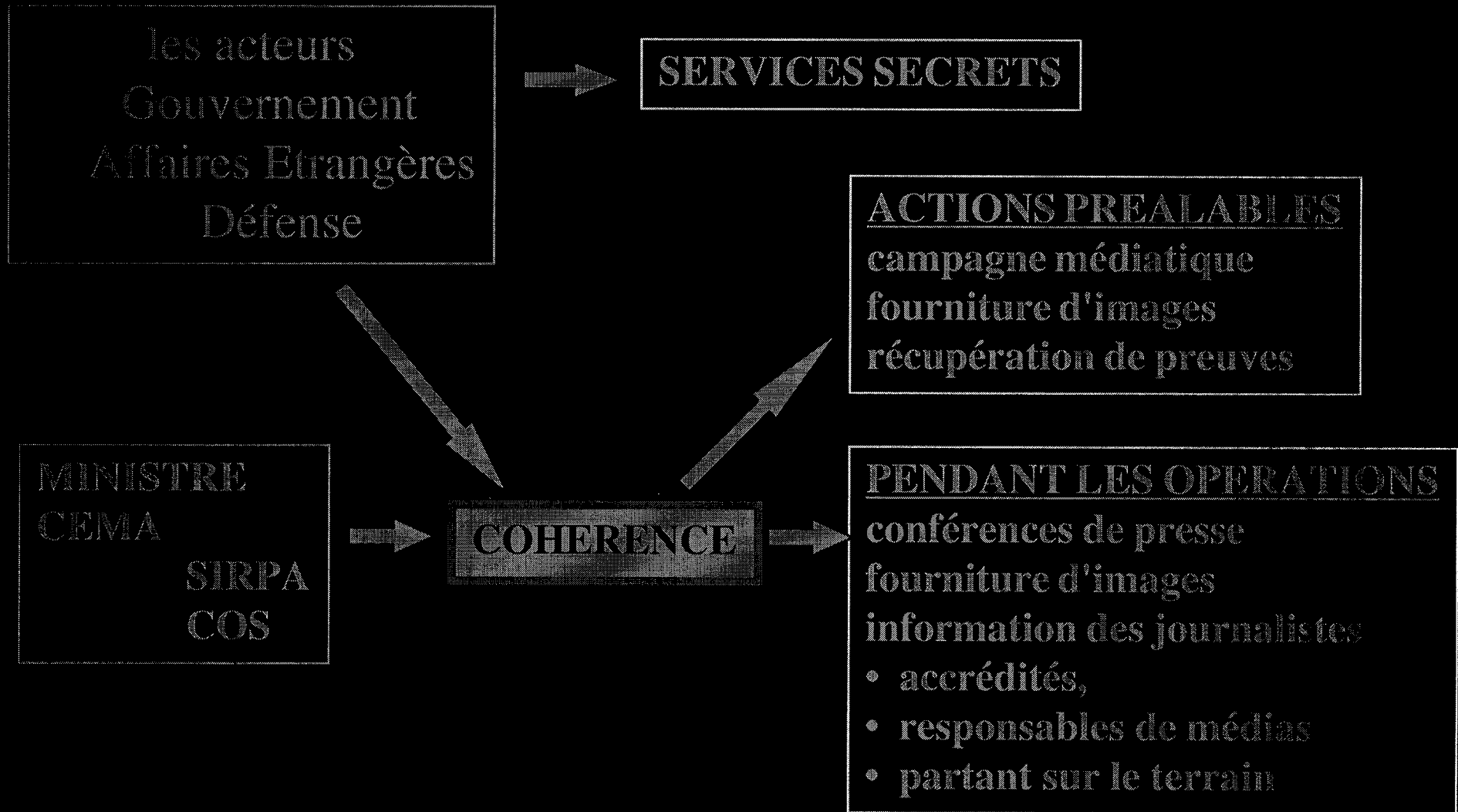
OPINION
PUBLIQUE
INTERNATIONALE

COS

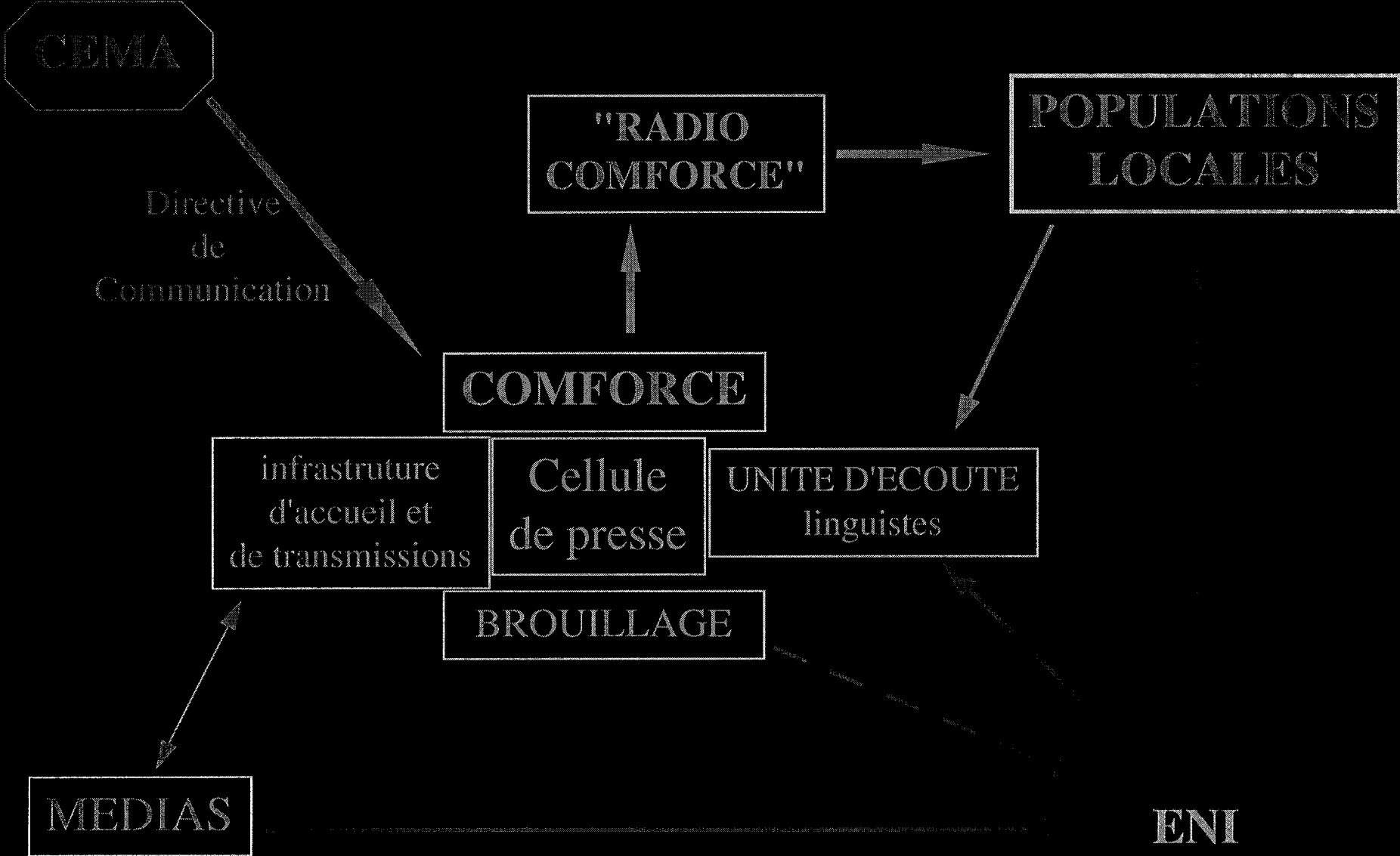
AGENTS D'INFLUENCE



LA GUERRE DE L'INFORMATION



LA BATAILLE DE L'INFORMATION



NIVEAU
TACTIQUE

LE COMBAT DE L'INFORMATION

BUTS:
INFORMER
CONTRER LA DESINFORMATION
SOUTENIR LE MORAL DE LA TROUPE

MEDIAS
• LOCAUX.
• DE LA FORCE

POPULATION
LOCALE

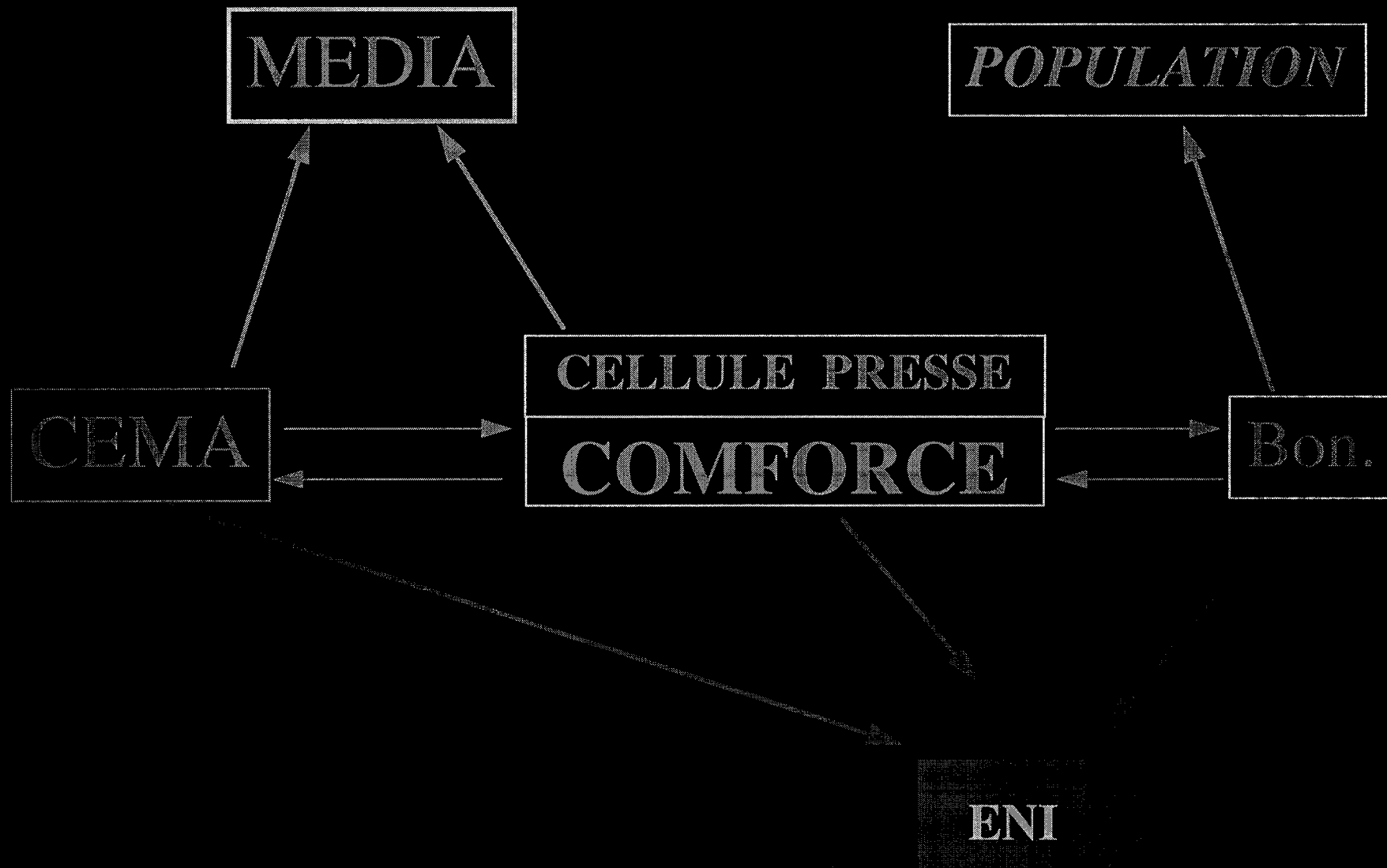
INTERPRETES

BATAILLON
OFFICIER DE PRESSE

COMFORCE

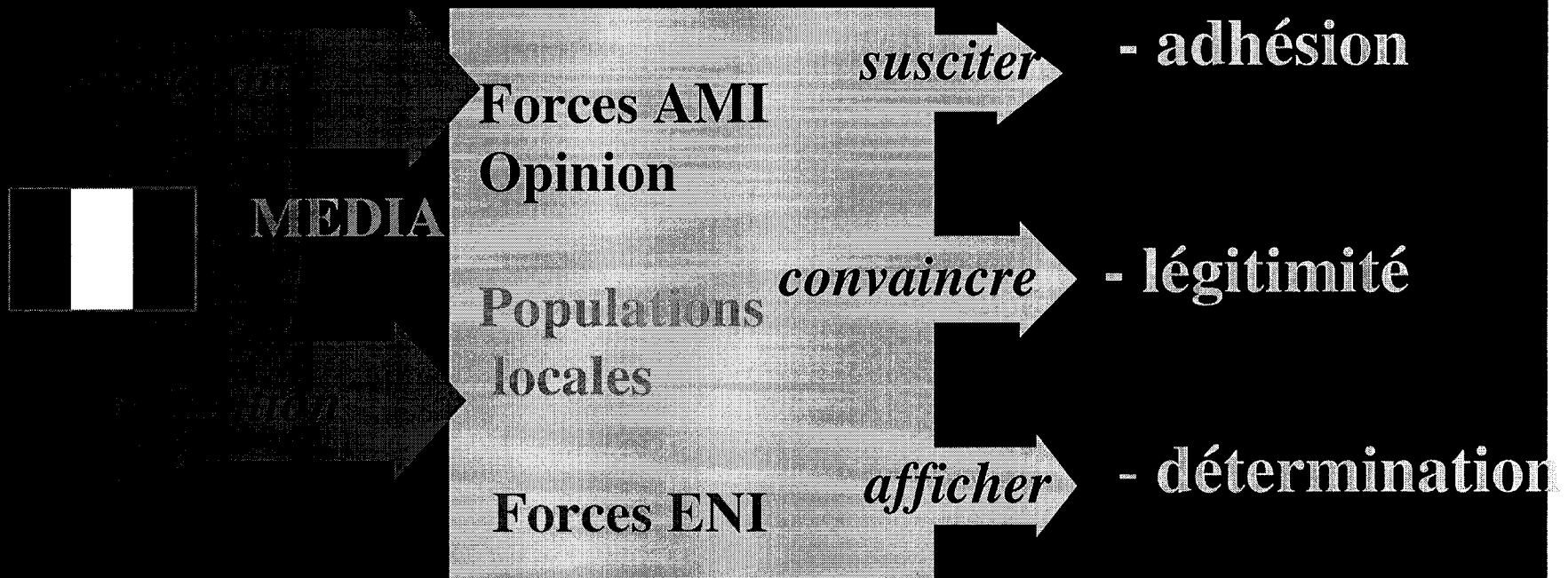
ENI

ACTION DU COMFORCE



CONCLUSION:

LA MAITRISE de l'INFORMATION, un MA COMPLEMENTAIRE



GENERALITES:

I/ Constat de la situation actuelle:

La France dispose actuellement d'une remarquable panoplie d'outils de communication institutionnelle, créés pendant la Guerre Froide, mais qui ont cependant fait leurs preuves lors des engagements extérieurs les plus récents, comme d'ailleurs pendant la phase la plus critique du plan « Vigipirate ». Le SIRPA « central », les différents SIRPA « d'Armées » (dont ceux de la Gendarmerie, de la DGA, de la DCSSN) et le SID, à la disposition du Premier Ministre, confèrent aux plus hautes autorités du pays la capacité d'agir dans le monde complexe de l'information.

Cette situation est incontestablement privilégiée, comparativement à des nations voisines de niveau démographique, économique, et militaire équivalent, en regard des moyens considérables en personnels qualifiés, en installations ultra-modernes (Cf: le COPID au SIRPA) ou en structures réparties sur l'ensemble du territoire national (par exemple les « ACR » au niveau des RMD et CMD), dont la France dispose actuellement.

Or, de nouveaux enjeux ont été introduits dans les rapports entre nations par la « crise des fondements » décrite par le Général POIRIER dans un ouvrage récent. Cette crise des fondements a créé une véritable rupture dans la pensée stratégique militaire avec de fortes conséquences sur les volumes et les concepts d'emploi des forces. La réforme de fond lancée par le Président de la République fin février 1996 en est la concrétisation.

De plus, des types de conflits que notre modèle stratégique des années 60 localisait dans le seul "troisième cercle" (le reste du monde) touchent aujourd'hui directement l'espace européen. Le champ de l'action extérieure couvre donc désormais l'ensemble de nos anciens "deuxième" et "troisième cercles". Aussi, la stratégie d'action extérieure tend-elle à s'imposer désormais comme la composante majeure de notre stratégie militaire.

C'est pourquoi il est indispensable de repenser aujourd'hui toute la stratégie d'information et de communication pour les opérations et les crises de demain, afin de tirer le meilleur parti des moyens existants.

I RELATIONS AVEC LES MEDIAS	« la guerre de l'info » niveau politico- militaire(Gvt., EMA,SIRPA)	« la bataille de l'info » niveau opératif (COMFORCE)	« le combat de l'info » niveau tactique (BATINF, brigade)
Finalités (buts, objectifs)	(YG) - anticiper ou contre- carrer les rumeurs - combler le déficit médiatique national et/ou international sur l'action FR	(YG) - valoriser médiatiquement le travail des Bons « discrets et efficaces »	(YG) - montrer de façon concrète la légitimité des actions entreprises
Acteurs	(YG) - officiers de presse et porte-parole sélectionnés pour leur compétence (élocution, prestance, sens du CTC, connaissances RJ)	(YG) - officiers de presse et porte-parole sélectionnés pour leur compétence (élocution, prestance, sens du CTC) - interprètes objectifs « donc » militaires	(YG) - officier de presse sélectionnés pour leur compétence (élocution, prestance, sens du CTC) - interprètes objectifs « donc » militaires
Actions concrètes à mener selon les phases	(YG) - face aux (risques de) rumeurs : « opérations-vérités » avec journalistes, sous forme de repas « informels » par ex - établir des relations suivies et confiantes avec des journalistes avant l'opération - réaliser reportages, articles, sur unités FR et les proposer aux médias, ou « orienter » et faciliter la tâche de ces derniers	(YG) - face aux (risques de) rumeurs : « opérations-vérités » avec journalistes, sous forme de repas « informels » par ex - crédibiliser l'info (transparence, convivialité) pour garder le CTC avec les journalistes et donc maîtriser (partiellement) l'information - exploitation des médias locaux (écoute, lecture)	(YG) - crédibiliser l'info (transparence, convivialité) pour garder le CTC avec les journalistes et donc maîtriser (partiellement) l'information - exploitation des médias locaux (écoute, lecture)
rganisation structurelle, humaine et matérielle	(YG) - s'inspirer du professionnalisme anglo-saxon ds la réalisation des magazines TV, mensuels,...	(YG) - cellule médias suffisamment dimensionnée (contre-ex : 2 officiers de presse secteur de SARAJEVO 5 000hs = insuffisant)	

<p>II ACTION AVEC LES SUBORDONNES</p>	<p>(information interne, dont base arrière, familles)</p>	<p>« la bataille de l'info » niveau opératif (COMFORCE)</p>	<p>« le combat de l'info » niveau tactique (BATINF, brigade)</p>
<p>Finalités (buts, objectifs)</p>	<p>(YG) - veiller à la logique décision politique et actions militaires FR - veiller à la logique communication FR et ONU (ou OTAN, UEO...) - faire comprendre aux échelons subalternes la logique gouvernementale (déclarations, intentions) - leur faire comprendre l'intérêt de la transparence vis-à-vis des médias - valoriser l'action des niveaux > Bons, souvent méconnus ou dévalorisés</p>	<p>(YG) - valoriser médiatiquement le travail des Bons « discrets et efficaces » - cohérence de la COMM entre tous les élts FR sur zone - cohérence action opérationnelle - information - effort de convivialité et de souplesse avec la presse</p>	<p>(YG) - diffuser aux subalternes des MSG clairs à destination des médias - cohérence action opérationnelle - information - effort de convivialité et de souplesse avec la presse</p>
<p>Acteurs Actions concrètes à mener selon les phases</p>	<p>(YG) - avant l'engagement, prévoir au TED les cellules COMM de ts niveaux - directives de COMM au CCFR plutôt qu'aux Bons (subsidiarité) - pour Bons : synthèse de presse quotidienne sur actualités en métropole et répercussions médiatiques du conflit - pour Bons : distribution de presse FR régionale et nationale</p>	<p>(YG) - associer les officiers de presse aux réunions d'état-major, dont l'élaboration des ordres - adapter les directives de COMM du SIRPA aux Bons - publication (mensuelle ?) d'info sur et pour le Bons - orienter les équipes du SIRPA vers les Bons médiatiquement délaissés</p>	<p>(YG) - associer les officiers de presse aux réunions d'état-major, dont l'élaboration des ordres - tt CTC de journaliste avec la troupe passe par l'autorisation de l'officier COMM du Bon - réalisation hebdo d'1 journal à diffusion interne + voisins milit. + CCFR</p>
<p>Organisation structurelle, humaine et matérielle</p>		<p>(YG) - CCFR = ECH majeur de la COMM, car entre PARIS et TRN, donc du recul, du concret et synergie des élts FR sur zone</p>	

<p>III ACTION SUR L'ENVIRONNEMENT</p>	<p>(information et/ou désinformation sur autorités du pays hôte, population locale, ONG, associations diverses, armées voisines)</p>	<p>« la bataille de l'info » niveau opératif (COMFORCE)</p>	<p>« le combat de l'info » niveau tactique (BATINF, brigade)</p>
<p>Finalités (buts, objectifs)</p>	<p>« la guerre de l'info » niveau politico-militaire (Gvt., EMA, SIRPA)</p>	<p>« la guerre de l'info » niveau opératif (COMFORCE)</p>	<p>« le combat de l'info » niveau tactique (BATINF, brigade)</p>
<p>Finalités (buts, objectifs)</p>	<p>(YG) - harmoniser COMM FR et ONU - conseiller judicieusement le politique sur les capacités et limites de l'outil militaire - exiger du politique et/ou de l'ONU des termes clairs de missions et d'engagement, compréhensibles par tout militaire sur le TRN et en métropole, + les familles - bien séparer les prérogatives militaires-ONG</p>	<p>(YG) - harmoniser COMM FR et ONU - pénétrer les centres de décision militaires et politiques - reprendre aux Britanniques les postes-clés de la chaîne info de l'ONU - connaître l'environnement médiatique local - valoriser l'action militaire FR par rapport aux contingents étrangers (image de marque)</p>	<p>(YG) - contrer les fausses rumeurs</p>
<p>Acteurs</p>	<p>(YG) Ministre Défense, EMA, SIRPA</p>	<p>(YG) - interprètes objectifs « donc » militaires</p>	<p>(YG) - interprètes objectifs « donc » militaires</p>
<p>Actions concrètes à mener selon les phases</p>		<p>(YG) - envoi de DL chez unités étrangères voisines, EM internationaux - envoi d'OL chez autorités locales - réalisation radio langue locale - CTC avec journalistes locaux</p>	<p>(YG) - réalisation journal à diffusion et en langue locales - idem radio - CTC avec journalistes locaux</p>
<p>Organisation structurelle, humaine et matérielle</p>	<p>(YG) - s'inspirer du professionnalisme anglo-saxon ds la réalisation des magazines TV, mensuels,...</p>	<p>(YG) - DL ds EM internationaux connaissant travail EM et langue de travail - OL linguistes auprès des autorités locales</p>	

IV ACTION SUR L'ENNEMI	(désinformation et/ou information)		
Finalités (buts, objectifs)	<p>« la guerre de l'info » niveau politico-militaire (Gvt., EMA, SIRPA)</p> <p>(YG)</p> <p>- diminuer la pression ENI exercée contre le gvt FR et ses troupes via médias internationaux et nationaux</p>	<p>« la bataille de l'info » niveau opératif (COMFORCE)</p> <p>(YG)</p> <p>- diminuer la pression ENI exercée contre les troupes FR via médias locaux</p> <p>- discréditer les officines de propagande</p>	<p>« le combat de l'info » niveau tactique (BATINF, brigade)</p>
Acteurs		<p>(YG)</p> <p>- interprètes objectifs « donc » militaires</p>	<p>(YG)</p> <p>- interprètes objectifs « donc » militaires</p>
Actions concrètes à mener selon les phases	<p>(YG)</p> <p>- communiqués politiques forts, en cohérence avec le TRN et en riposte aux contre-vérités véhiculées</p>	<p>(YG)</p> <p>- écoute, évènement. brouillage, des radios-TV ENI</p> <p>- lecture de la presse de propagande et diffusion-réaction (tracts, journal, ...)</p> <p>- MEO « radio-vérité » militaire</p> <p>- communiqués militaires forts en riposte aux contre-vérités véhiculées</p> <p>- action de RENS (photos, témoignages, ...) pour démonter des mensonges</p>	<p>(YG)</p> <p>- écoute, évènement. brouillage, des radios-TV ENI</p> <p>- lecture de la presse de propagande et diffusion-réaction (tracts, journal, ...)</p> <p>- MEO « radio-vérité » militaire</p> <p>- communiqués militaires forts en riposte aux contre-vérités véhiculées</p> <p>- réalisation journal à diffusion et en langue locales</p>
Organisation structurelle, humaine et matérielle			

IV ACTION SUR L'ENNEMI	(désinformation et/ou information)	« la guerre de l'info » niveau politico-militaire(Gvt., EMA,SIRPA)	« le combat de l'info » niveau tactique (BATINF, brigade)
Finalités (buts, objectifs)	(YG) - diminuer la pression ENI exercée contre le gvt FR et ses troupes via médias internationaux et nationaux	(YG) - diminuer la pression ENI exercée contre les troupes FR via médias locaux - discréditer les officines de propagande	
Acteurs		(YG) - interprètes objectifs « donc » militaires	(YG) - interprètes objectifs « donc » militaires
Actions concrètes à mener selon les phases	(YG) - communiqués politiques forts, en cohérence avec le TRN et en riposte aux contre-vérités véhiculées	(YG) - écoute, événement, brouillage, des radios-TV ENI - lecture de la presse de propagande et diffusion-réaction (tracts, journal, ...) - MEO « radio-vérité » militaire - communiqués militaires forts en riposte aux contre-vérités véhiculées - action de RENS (photos, témoignages, ...)pour démonter des mensonges	(YG) - écoute, événement, brouillage, des radios-TV ENI - lecture de la presse de propagande et diffusion-réaction (tracts, journal, ...) - MEO « radio-vérité » militaire - communiqués militaires forts en riposte aux contre-vérités véhiculées - réalisation journal à diffusion et en langue locales
Organisation structurelle, humaine et matérielle			

1- Relations avec les médias	Niveau stratégique: « la guerre de l'info. « politico-militaire(GVT, EMA,SIRPA)	Niveau opératif: « la bataille de l'info. » (COMFORCE)	Niveau tactique: « le combat de l'info. » (BATINF, Brigade)	
Finalités buts, objectifs	<p>-GO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Préserver, l'intérêt général de la France, -éviter remettre en cause sa stabilité - préparer progressivement la nation à une guerre qui peut demander beaucoup de moyens(humains notamment) -Obtenir l'adhésion de l'opinion publique .(convaincre) - Briser le moral de l'adversaire et influencer son propre camp. 	<p>GO</p> <ul style="list-style-type: none"> -Gérer 'lino entre médias et armées -Faire connaître l'activité des forces sur le théâtre. 	<p>GO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Préserver le moral des soldats (P) 	
Acteurs	<p>PR(RI) ,GVT: MAE (cellule de crise autour du dircab dès début) Le SID: aide technique dans le choix des méthodes... Médias nationaux EMA, SIRPA(a été critiqué G. GOLF)</p>	<p>- COMFORCE - COMTHEATRE - OFF PRESSE</p>	<p>- Chefs de Corps - CDT d'unité - OFF presse</p>	
Actions concrètes à mener selon les phases	<p>- Privilégier le contact direct avec l'opinion publique par</p>	<p>-Associer chef SIRPA à l'élaboration de la manoeuvre.</p>	<p>- Créer cellule presse pour accueillir les journalistes.(imm</p>	

	<p>conférence de presse ou entretiens télévisés et par contrôle de l'info</p> <ul style="list-style-type: none"> - Accréditation obligatoire des correspondants et passage au centre de presse installé sur le théâtre. - Utilisation de par tous les journalistes des photos et images réalisées par le SIRPA. - Méfiance de l'opinion publique. - Politique étrangère: assurer la coordination, la cohérence des différents organismes de l'état(ce n'était pas fait en début de crise du Golf) - Former l'opinion publique à l'esprit de défense dès le temps de paix - Persuasion de masse avec les limites qu'impose une démocratie. - utilisation des moyens légaux de limiter les droits de la presse(ce qui n'a pas été fait à Golf) - Protocole et 	<p>-Détachement officiers de liaison sur le théâtre au moment de l'arrivée des unités.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maintenir constant le lien entre les soldats et la France - Etablir rapports de confiance avec la presse. - Rassembler tous les journalistes à la zone presse pour leur faire un point de situation générale sur l'ensemble de la zone du théâtre. 	<p>ersion)</p>
--	--	---	----------------

	<p>charte avec les journalistes.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mise en oeuvre de moyens spéciaux pour maintenir la liaison métropole-théâtre(SIRPA, moyens inédits à GO) Info aux parlementaires par PM(GO) -Restreindre liberté de presse si action indécise ou tourne mal. 			
<p>Organisation structurelle, humaine et matérielle</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Prévoir log. adéquate 	<ul style="list-style-type: none"> - Créer une zone presse aménagée vie- travail - Immersion - pools de journalistes - Prévoir log. adéquate 		
<p>2- ACTION avec LES SUBORDONNES</p>	<p>GO (information interne, dont base arrière, famille)</p>	<p>GO</p>	<p>GO</p>	
	<p>« La guerre de l'info » niveau politico-militaire(GVT, EMA, SIRPA)</p>	<p>« La bataille de l'info » Niveau opératif (COMFORCE)</p>	<p>« Le combat de l'info » Niveau tactique (BATINF, brigade)</p>	
<p>Finalité(buts, objectifs)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Maintenir la discipline au sein des forces et l'obéissance active des 	<ul style="list-style-type: none"> - Obtenir la discipline consentie et l'obéissance active 	<p>IDEM</p>	

	subordonnés(P) - Rassurer l'opinion publique (les familles en particulier)			
Acteurs	GVT, EMA, SIRPA	COMFORCE COMTHEATRE	Chef de corps, CDTs d'unité, OFF presse	
Action concrètes à mener selon les phases	- Reportages - Poste aux armées: envoi courrier personnel, presse nationale à toutes les unités. - Diffusion quotidienne de bulletins destinés aux unités - Mise en place d'un numéro vert destiné aux familles	- Déterminer les différentes inquiétudes des familles - Prévoir les pour soutenir le personnel et les familles en difficulté	- Consignes précises à base arrière pour organiser soutien des familles et collecte courrier et journaux à acheminer sur le théâtre.	
Organisation, structure humaine et matérielle	- OFF PRESSE Poste aux armées	IDEM	IDEM	

3-Action sur l'environnement	(Désinformation et/ou information sur autorité pays hôte, ONG associations diverses			
Finalité(buts, objectifs)	GO Rassurer les populations et les autorités locales - Eviter toute panique	GO Instaurer et inspirer confiance aux populations et autorités locales	IDEM	
Acteurs	GVT, EMA(SIRPA)	- COMTHEATRE - OFFpresse	- Chef de corps - OFF PRESSE - CDTs d'unité, chefs de section	
Actions concrètes à mener selon les phases	- Prendre en compte les ressortissants pays concernés sur le sol	- Maintenir le contact permanent avec les populations et autorités locales, les tenir	IDEM - Avoir des personnels qui parlent les langues locales(si possible) ,	

	français.(musulmans GO) _	informer et éventuellement rétablir la vérité. - Prendre en compte les radios locales (moyens d'info) pour éviter désinformation et panique.(filtrer les messages des intervenants locaux.) - Déceler les actions de désinformation en direction des populations locales. - Opérations vérité en direction des populations locales pour gagner sa confiance. - Si possible créer une station radio.	interprètes fiables.
Organisation, structure humaine, matérielle	Documentaires	- Messages radio régulières - Equipes itinérantes de sensibilisation.	IDEM

4 ACTION SUR L'ENNEMI	Désinformation et / ou information	« La bataille de l'info » Niveau opératif (COMFORCE)	Le combat de l'info » Niveau tactique(BATINF, brigade)
Finalités(buts, objectifs	- «La guerre de l'info » Niveau politico-militaire(GVT, EMA, SIRPA) GO Monter la détermination de la France et obliger l'ennemi à reculer ou à changer d'attitude(P)	GO -Prendre l'ascendant sur l'ennemi	IDEM
Acteurs	GVT,	COMFORCE, COMTHEATRE OFF presse	Chefs de corps, CDTS d'unité
Actions concrètes à mener selon les	- Campagne de médiatisation	- AFFICHER la détermination de la	IDEM

phases	- Dialogue	force: rigueur - Message radio pour rassurer les populations acquises. Eventuellement action de désinformation sur l'ennemi.	
Organisation structure, humaine et matérielle	Communiqué de presse, SIRPA.	SIRPA Moyens locaux	

IV ACTION SUR L'ENNEMI	(désinformation et/ou information) « la guerre de l'info » niveau politico-militaire (Gvt., EMA, SIRPA)	« la bataille de l'info » niveau opératif (COMFORCE)	« le combat de l'info » niveau tactique (BATINF, brigade)
Finalités (buts, objectifs)	- Disposer de moyens de contre-propagande Si • <i>Légitimer notre action et la faire admettre internat. et isoler l'adversaire à ce niveau.</i> Favoriser l'implantation de la force (YG) - diminuer la pression ENI exercée contre le gvt FR et ses troupes via médias internationaux GO Monter la détermination de la France et obliger l'ennemi à reculer ou à changer d'attitude(P) convaincre l'ENI de notre détermination et de l'importance écrasante de nos forces GVT, -Elysée, Mindéf, CEMA, Sirpa, COS, AFF. Etrangères	Si • <i>Impressionner l'ennemi</i> Combattre les effets de la manipulation et protéger le moral de la force. (YG) - diminuer la pression ENI exercée contre les troupes FR via médias locaux - discréditer les officines de propagande GO -Prendre l'ascendant sur l'ennemi intimider les forces ENI - encourager les dissensions et la perte de confiance à l'égard des dirigeants ENI	Si • <i>Informier et contrecarrer la désinformation.</i> • Soutenir le moral de la troupe. • Saper le moral de l'adversaire.
Acteurs	GVT, -Elysée, Mindéf, CEMA, Sirpa, COS, AFF. Etrangères	(TU) -Linguistes pour écoutes YG - interprètes objectifs « donc » militaires	(TU) -Interprètes (YG) - interprètes objectifs « donc » militaires

	<p>GO COMFORCE, COMTHEATRE OFF presse</p> <p>Comthéâtre et Alliés</p>	<p>GO Chefs de corps, CDTS d'unité</p> <p>Comforce et Chefs de Corps</p>
<p>Actions concrètes à mener selon les phases</p>	<p>(TU) phase préparation</p> <p>phases déroulement</p> <p>phase désengagement</p> <p>Si</p> <ul style="list-style-type: none"> • Une forte campagne médiatique avant l'action. Un entretien de l'information par des communiqués au cours de celle-ci. <p>(YG)</p> <ul style="list-style-type: none"> - communiqués politiques forts, en cohérence avec le TRN et en riposte aux contre-vérités véhiculées <p>GO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Campagne de médiatisation - Dialogue <p>envoyer un flot permanent d'informations les plus concrètes et objectives</p>	<p>(TU) phase préparation</p> <p>phases déroulement</p> <ul style="list-style-type: none"> -Action contre les moyens d'information de l'ennemi (média, acquisition du RENS militaire) par COS ou Armée de l'air -Installation de moyens d'écoute puis éventuellement de brouillage <p>phase désengagement</p> <p>Si</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mise en oeuvre de tous les moyens disponibles y compris les moyens rens. Emissions radio, publications, tracts, ...) <p>(YG)</p> <ul style="list-style-type: none"> - écoute, évnt. brouillage, des radios-TV ENI - lecture de la presse de propagande et diffusion-réaction (tracts, journal, ...) - MEO « radio-vérité » militaire - communiqués militaires forts en riposte aux contre-vérités véhiculées - action de RENS (photos, témoignages, ...)pour démonter des mensonges <p>GO</p> <ul style="list-style-type: none"> - AFFICHER la détermination de la force: rigueur - Message radio pour rassurer les populations acquises. Eventuellement action de désinformation sur l'ennemi. <p>- phase 1: démontrer la résolution alliée ou</p>

		<p>FR et la grande capacité militaire AMIE face à l'agression possible du pays X</p> <p>phase II: Soutien mise en oeuvre du plan de déception</p> <p>renforcer la détermination alliée et FR et convaincre le pays X de cesser les hostilités</p> <p>-phase III : .Soutien mise en oeuvre du plan de déception</p> <p>soutenir les opérations offensives AMI et favoriser la compréhension internationale à l'égard de notre action militaire.</p>	
<p>Organisation structurelle, humaine et matérielle</p>	<p>Si</p> <p>Finalités (buts, objectifs)</p> <p>GO</p> <p>Communiqué de presse, SIRPA.</p>	<p>(TU)</p> <p>-Equipes de linguistes</p> <p>Moyens d'écoute (FM, VHF, HF, GONIO) /brouillage</p> <p>Utilisation d'images aérodynes</p> <p>GO</p> <p>SIRPA</p> <p>Moyens locaux</p>	