



Synthèse de la conférence sur le thème de
« La communication opérationnelle »
Prononcée par Le colonel Gérard DUBOIS le 8 octobre 2004.

Fiche documentaire

- 1 – Conférence du module Enseignement Opérationnel
- 2 _ La communication opérationnelle
- 3 – Chef d'Escadron Pascal JULIEN (Gendarmerie Nationale)
- 4 – 8 octobre 04.
- 5 – Division D
- 6 – compte rendu de la conférence.
- 7 – Le conférencier s'est efforcé de démontrer que la communication présentait un enjeu politique majeur et qu'elle devait être perçue comme une véritable fonction opérationnelle .Il a ensuite présenté l'organisation retenue dans les armées françaises pour assurer cette fonction en OPINT et en OPEX.
- 8 – Mots clefs : *communication opérationnelle –image – Opinion publique.*



COLLEGE INTERARMEES
DE DEFENSE
CE JULIEN (D6)

ENSEIGNEMENT OPERATIONNEL

Synthèse de la conférence sur le thème de
« Communication opérationnelle »

Prononcée par le Colonel DUBOIS le 8 octobre 2004.

La communication se fait par définition sous l'autorité du gouvernement. En effet, les opinions publiques sont d'une importance majeure, aussi la communication présente un véritable enjeu politique.

Elle fait l'objet dans les armées d'une structure spécifique adaptée aux besoins de l'opération.

I – LA COMMUNICATION DE DEFENSE :

Le MINDEF dispose de la DICOD ; elle est plus spécialement chargée d'expliquer les motifs d'une opération dans laquelle les armées françaises sont engagées.

L'EMA dispose d'un bureau communication qui communique sur les effectifs engagés et les actions menées. Il travaille en liaison permanente avec la DICOD par des échanges constants d'informations

Les Etats majors d'armées fournissent les moyens nécessaires à la communication.

II – LA COMMUNICATION OPERATIONNELLE :

La communication opérationnelle a pour but de faire comprendre l'opération en cours et de lui donner l'image souhaitée.

Il s'agit dès lors de :

- crédibiliser l'action des forces,
- obtenir l'adhésion des opinions publiques,
- lutter contre la désinformation,
- valoriser l'image des armées,
- accompagner l'action des forces sur le théâtre ;

La communication externe est fondamentale lorsqu'elle s'adresse à la Nation ; elle permet la compréhension et l'adhésion aux opérations ; ce soutien national a des conséquences importantes sur le moral des forces engagées et donc leur efficacité ; enfin, cette communication à destination du public a des conséquences importantes en termes de recrutement ;

Celui qui ne communique pas n'existe pas ; la communication est une véritable fonction stratégique.

Elle est partagée entre les différents échelons hiérarchiques sous la direction du chef d'état-major des armées qui dispose d'une cellule communication.

Les cibles de cette communication sont :

- les décideurs politiques et militaires,
- les organisations internationales,
- les opinions publiques nationales et internationales qui font l'objet d'un traitement adapté,
- les belligérants et les parties en cause,
- l'environnement local de la force déployée,
- les forces françaises au titre de la communication interne ;

Les principes sont constants :

- la fonction communication participe à la réalisation de la finalité globale de l'opération au même titre que les autres fonctions opérationnelles,
- le chef militaire est responsable de sa communication opérationnelle dans son champ de compétence,
- la dimension communication doit être intégrée dans la manœuvre d'ensemble ;

III – LA COMMUNICATION OPERATIONNELLE EN OPINT :

Elle est difficile pour différentes raisons :

- la dimension interministérielle est une contrainte difficile à maîtriser car il faut définir sa place en liaison avec le préfet, représentant de l'Etat,
- les cibles sont parfois très difficiles à gérer, notamment les élus locaux qui entraîneraient facilement les armées dans des dispositifs inadaptés ou des missions indues.
- La dimension politique locale doit être bien connue et maîtrisée avant toute opération de communication ;

Elle s'inscrit dans un cadre interarmées et répond à une organisation pyramidale :

- le CEMA exprime des directives de communication sur l'opération en cours,
- l'OGZD dispose de structures pour mettre en œuvre ces directives,
- le DMD, qui ne dispose pas de moyens organiques, peut recevoir des moyens en renfort pour appliquer ces directives au plan départemental si elles se déclinent jusqu'à son niveau ;

Des règles fondamentales sont à respecter :

- il faut un énorme travail d'anticipation, être réactif et bien informé,
- s'approprier son espace de manœuvre,
- bien valider le discours et les éléments de langage,
- communiquer à son seul niveau de responsabilité,
- neutralité et rigueur en permanence ;

IV – LA COMMUNICATION OPERATIONNELLE EN OPEX :

Elle se divise en quatre types différents :

- la communication à destination des médias,
- la communication locale à destination des populations,
- la communication de réseaux, qui doit être particulièrement bien ciblée,
- la communication interne qui prend une importance majeure ;

Il faut adopter une structure adaptée aux besoins locaux :

Exemple du KOSOVO

- la communication à destination des média : centre presse avec porte parole et cellules d'analyse des média chargées de leur gestion ;
- la communication locale à destination des populations, par le biais d'affiches et de tracts afin de valoriser l'action des forces sur le théâtre,
- la communication interne assurée par la radio AZUR FM ;

V – LES RELATIONS AVEC LES COMMUNICANTS :

Les relations avec les journalistes sont complexes et sensibles ; il ne faut cependant pas les percevoir comme des adversaires, ni se livrer totalement.

- accepter les critiques lorsqu'elles sont légitimes,
- accompagner les journalistes et les intégrer pour qu'ils aient accès à l'information ; ils peuvent accompagner des unités en première ligne mais pour une durée limitée pas pour une campagne complète, car avec le temps des relations fortes se développent et on finit par ne plus savoir qui est qui,
- mettre au contact du journaliste le spécialiste et l'acteur plutôt que l'officier d'état major qui n'aura pas vécu l'action, le communicant doit être crédible en externe et légitime en interne ; pas de journaliste face à un journaliste,
- prévoir les moyens de transport pour ces équipes de la presse et le soutien logistique,
- ne jamais mentir mais ne pas forcément tout communiquer,
- bien préparer son message et ses éléments de langage en liaison avec la hiérarchie afin que le journaliste trouve bien sur le théâtre ce qui lui a été annoncé à Paris,
- Bien intégrer le volet international de l'opération et prendre en compte les sensibilités des opinions publiques concernées en associant pleinement les alliés à la manœuvre médiatique,
- Enfin ne pas oublier que la communication est contrainte par le politique; si le mensonge est interdit, le devoir de réserve peut imposer le silence en certaines circonstances.

Conclusion

La communication est une fonction opérationnelle présentant des enjeux importants en terme de réussite de la mission confiée, aussi le chef doit l'intégrer dans toute sa manœuvre.