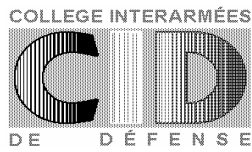


REPUBLIQUE FRANCAISE
MINISTERE DE LA DEFENSE



**Enseignement général de défense
Module EG5 « Expression communication négociation »**

Synthèse de la conférence sur le thème de
**« La politique de communication du ministère de la défense et des
forces armées »**

prononcée par Monsieur Jean-François Bureau le 19 septembre 2005

Fiche documentaire

- 1 – Synthèse de la conférence : « la politique de communication du ministère de la défense et des forces armées », par Monsieur Jean-François Bureau.
- 2 – politique de communication du mindef.doc
- 3 – Chef d'escadron (gendarmerie) Francis Formell (France)
- 4 – 19 septembre 2005
- 5 – Division B / Groupe B4
- 6 – Compte-rendu de la conférence sur la politique de communication du ministère de la défense et des forces armées
- 7 – A partir de nombreux sondages d'opinion, le conférencier analyse la manière dont les Français jugent la politique de défense de la France. Il en déduit les actions de communication à mener et les risques éventuels.
- 8 – Mots clefs : *défense, sondage, communication, légitimité, identité, proximité, ouverture, anticipation, professionnalisation, performance.*



**COLLEGE INTERARMEES
DE DEFENSE**

CE Francis Formell (B4)

**MODULE EG5
« EXPRESSION COMMUNICATION NEGOCIATION »**

Synthèse de la conférence sur le thème de
**« La politique de communication du ministère de la défense et des
forces armées »**

prononcée par Monsieur Jean-François Bureau le 19 septembre 2005

1. Rappel de la problématique

Ce module a pour objectif de nous fournir des outils et des fondamentaux afin de parfaire notre aptitude à communiquer, en interne comme en externe. Son domaine recouvre aussi bien la simple transmission d'informations qu'une stratégie complexe de négociation.

Après avoir étudié une modélisation de la communication puis le monde des médias, cette conférence permet de se recentrer sur la communication du ministère de la défense.

Monsieur Jean-François Bureau est directeur de la délégation à l'information et à la communication de la défense depuis 1998 ;

2. Idée maîtresse

La communication du ministère de la défense vise à renforcer la légitimité et l'identité de l'institution. Elle doit être coordonnée, planifiée et surtout pas arrogante. Si les forces armées sont aujourd'hui globalement bien perçues, notamment grâce à la professionnalisation, il est important de ne pas couper le lien avec la nation. Afin d'éviter que l'indifférence ne s'installe, les actions favorisant la proximité et l'ouverture sont à privilégier.

3. Synthèse de la conférence

Les responsables de communication doivent rester humbles car il est difficile de prévoir à l'avance les effets produits. La communication de la Défense ne doit pas être arrogante en assénant des vérités mais au contraire faire preuve de pédagogie. Elle a pour but de renforcer la légitimité de l'institution aux yeux des Français mais également, en interne, de renforcer l'identité donc la cohésion. Cependant, il faut se méfier de cette distinction car nombre de facteurs sont communs. Il est indispensable d'assurer la cohérence de chaque communication et de les inscrire dans la continuité.

La professionnalisation et les attentats du 11 septembre ont eu une influence directe sur la manière dont les Français perçoivent la Défense. La principale forme d'agression redoutée consiste en une action terroriste (64 %). Cette menace est structurante dans l'esprit des Français depuis 15 ans. On peut assister à une diminution de la perception du risque d'agression nucléaire (28 % en 2001 contre 9 % en 2004) et corrélativement une augmentation du risque chimique depuis 2001 (11 % en 2001 contre 22% en 2004).

Les Français adhèrent fortement au concept de défense européenne et démontrent leur volonté de développer la coopération entre les pays européens en matière d'armement. En revanche, près de deux

tiers d'entre eux sont hostiles aux exportations d'armement. De même, ils ne souhaitent pas que la France acquière de l'armement à l'étranger.

Il demeurent favorables à la dissuasion nucléaire (58 %) et autorisent l'utilisation de l'arme nucléaire uniquement si la France subit une agression nucléaire (45 %) ou, d'une façon plus minoritaire, en cas d'agression majeure (20 %).

L'approbation de l'emploi de la force armée se situe à un niveau très élevé et s'est renforcée depuis la professionnalisation des armées. Conscients d'être dans un monde plus instable depuis la fin de la Guerre froide, si le nombre de français favorables à un maintien du budget n'a pas évolué (46 %), en revanche, on assiste à une progression de ceux qui sont pour une hausse du budget (30 %) et une baisse de ceux qui militent pour une diminution (13 %) inversant ainsi la tendance précédente.

Les français ont une bonne image de l'armée (86 %), sentiment relativement stable et flatteur pour les armées qui sont dans le peloton de tête des institutions françaises. Depuis la professionnalisation, l'écart de perception entre les différentes armées s'est considérablement réduit, l'armée de terre rattrapant le niveau de la marine et de l'armée de l'air. Par contre, la gendarmerie obtient un score de satisfaction plus faible (77 %), comparable à celui de la police. On assiste dernièrement à une légère remontée, à confirmer dans le temps, qui peut s'expliquer par la réaffirmation de son caractère militaire. Les officiers conservent l'estime des Français.

Les Français sont très critiques envers la puissance publique et se plaignent d'un Etat éloigné de leurs préoccupations. Or, dans ce contexte particulier, la Défense possède une image décalée. Elle est perçue comme une institution en qui on peut avoir confiance, qui va au contact des citoyens. Elle apparaît comme une forme d'assurance anti-crise capable de remettre en fonction le pays lorsqu'il traverse des périodes difficiles à la suite, par exemple, d'une catastrophe naturelle.

Par conséquent, l'objectif actuel de la communication du ministère de la défense est de conserver ce haut niveau de confiance. Le risque majeur identifié est l'installation d'une sorte d'indifférence, d'un désintéressement pour les affaires de défense. Afin d'éviter cet écueil, la politique actuelle de communication recommande de renforcer la proximité et de privilégier les contacts directs avec les citoyens. Les reportages ne suffisent plus car le scepticisme envers les médias s'est renforcé. En outre, à travers les campagnes de recrutement, les armées vont au contact des français, expliquent leurs missions, exposent leurs moyens, et se dévoilent, à l'inverse de nombreuses autres administrations.

Cependant, il ne faut pas laisser de place à l'improvisation ; il est indispensable de coordonner les communications des différentes armées et de la gendarmerie, d'anticiper et de planifier l'ensemble des actions. La professionnalisation des principaux acteurs doit se poursuivre.

Aujourd'hui, environ mille personnes au sein du ministère consacrent plus de 30 % de leur activité à la communication. Ils constituent une structure organisée qui dispose de moyens. Cependant, dans le contexte budgétaire actuel, une optimisation permettant une réduction de 5 % du format est souhaitée.

4. Commentaires

Les armées bénéficient actuellement du climat d'insécurité engendré par les attentats terroristes dont ont été victimes les pays occidentaux. Les Français ne remettent pas en cause leurs moyens ni leur existence. Les statistiques qui ont été présentées permettent de connaître la perception qu'ont les Français de la Défense. En revanche, le conférencier ne nous a pas expliqué si les sondages réalisés servaient à définir une politique de communication ou à constater et mesurer a posteriori l'efficacité de la politique menée. D'autre part, bien qu'il ait indiqué les grandes orientations, il aurait été intéressant de connaître comment ces orientations allaient se traduire en actions concrètes. Les coûts de la communication n'ont pas été développés ni les méthodes utilisées pour vérifier si l'investissement était rentable. Enfin, les sondages permettant de percevoir les tendances, les outils évaluant l'influence de la politique de communication dans l'inflexion des tendances auraient pu être développés.