

Extrait du Spyworld Actu

<http://www.spyworld-actu.com/spip.php?article8706>

# **Armée : le défi de la communication de crise**

- Défense - France -



Date de mise en ligne : jeudi 18 septembre 2008

---

**Spyworld Actu**

---

### **Jugée chaotique après l'Afghanistan, la communication officielle de l'armée a dû affronter de surcroît la pression nouvelle des « warblogs ».**

Trois semaines après l'embuscade tragique en Afghanistan et la disparition des dix soldats français, la campagne de recrutement de l'armée de terre est sortie sans la moindre retouche, sans même qu'une virgule ait été modifiée. « Engagez-vous. Nous nous engageons », promettent ainsi depuis le 1er septembre les affiches, relayées par des spots publicitaires. Signée de l'agence DDB, préférée à la sortante JWT ainsi qu'à Euro RSCG, cette campagne de communication, dotée d'un budget net de 1,2 million d'euros, vise, comme chaque année, à recruter les 13.500 jeunes qui viendront grossir les rangs de cette armée de terre, premier employeur de France devant des entreprises telles que Vinci.

Depuis 2000 toutefois, la communication s'est infléchie, n'hésitant plus à afficher la couleur - de façon littérale, grâce au kaki employé - afin qu'aucune ambiguïté ou confusion ne soit possible parmi les jeunes recrues : « Beaucoup d'hommes nous rejoignaient car, pour eux, armée de terre signifie emplois. Et c'est vrai, nous fédérons plus de 400 métiers, de celui d'électricien à celui de mécanicien en passant par le maçon, indique le colonel Desgrées de Lou, chef du bureau Information Communication auprès de la direction du personnel de l'armée de terre. Mais l'année 2000 coïncidait avec les opérations menées en Bosnie et quand ils arrivaient là-bas, sur le terrain, certains jeunes étaient surpris, parfois choqués : ils avaient fini par oublier qu'ils travaillaient pour l'armée et non pour une entreprise classique. Nous n'avions pas assez communiqué sur la spécificité du métier de soldat. »

#### **Plus de réalisme**

D'où ce virage, au début du troisième millénaire, vers plus de réalisme : « Les risques existent et ils ne sont pas dissimulés par l'armée », insiste Jean-Luc Bravi, coprésident de l'agence DDB, responsable du budget depuis 2006. Pour autant, aucun élément tragique ne figure sur les affiches ou dans les spots. Le sacrifice, la mort - celle que l'on risque et celle que l'on donne -, c'est dans les Cirfa (Centre d'information et de recrutement des forces armées) « qu'ils sont évoqués, reprend le colonel Desgrées de Lou. On ne donne pas impunément une arme à quelqu'un sans discuter longuement, voire parfois des mois, avec lui. Nous devons être sûrs de sa motivation. Il faut parfois un an avant de recruter quelqu'un. C'est pourquoi ce type de question des journalistes sur l'impact des événements en Afghanistan sur le recrutement nous déconcerte... »

De fait, est-ce la sélectivité des Cirfa, la longueur du processus de recrutement ou encore la couleur militaire clairement affichée dans les campagnes de communication ? La mort des dix soldats français dans la vallée d'Uzbeen n'a pas tari le flot de volontaires. Pourtant, comme le soulignait récemment dans « Libération » (\*) la sociologue Danièle Hervieu-Léger, présidente de l'École des hautes études en sciences sociales, « le traitement médiatique de l'événement a contribué à une transformation de ces morts au combat en un fait divers dramatique ». D'où, semble-t-il, le caractère exceptionnel et insupportable caractérisant un événement militaire que la société civile aurait, selon toute vraisemblance, jugé simplement tragique il y a une cinquantaine d'années.

Peut-on y voir pour autant une incapacité coupable des autorités à « produire un récit donnant sens à l'événement », l'enjeu des combats demeurant relativement abstrait pour les Français ? C'est la thèse avancée par Danièle Hervieu-Léger.

#### **Crise de confiance**

Mais on peut aussi estimer que la crise de confiance entre le pouvoir politique et l'armée depuis les incidents de Carcassonne, la démission du général Bruno Cuche, la publication du Livre blanc le 17 juin et la lettre anonyme signée du pseudonyme Surcouf parue le 19 juin dans « Le Figaro », la confusion entourant le récit de ces morts, la révélation tardive, enfin, de combats à l'arme blanche... n'ont fait que rendre encore plus chaotique la communication de l'armée et sa perception par l'opinion publique.

Non que l'armée soit atteinte de mutisme. Comme le rappelle le colonel Royal, conseiller en communication auprès du chef d'état-major de l'armée de terre : « Depuis 2005, les soldats ont le droit de s'exprimer auprès des médias sans demander l'autorisation. Le lieu commun de la grande muette est un cliché totalement éculé, même si les militaires doivent conserver un devoir de réserve et ne pas remettre en cause la hiérarchie dans ses choix stratégiques. » Lui-même, s'il réfute toute « difficulté de communication de l'armée », admet qu'« il y a eu une déclaration trop péremptoire et trop imprudente aussitôt après l'annonce de l'embuscade et des dix victimes ». Mais un communicant ayant pignon sur rue n'a pas de mots assez durs pour qualifier cette prise de parole : « Dans les grandes batailles de communication, nous avons toujours l'habitude de dire à nos clients : « Vous n'avez le droit de mentir que par omission. » Là, on aurait pu comprendre une stratégie qui aurait consisté pour l'armée à déclarer : « voilà ce que je vais vous dire et pourquoi ; voilà ce que je ne vais pas vous dire et pourquoi ». Mais là, les responsables ont fait semblant de jouer le jeu de la transparence en délivrant une histoire qui a très vite été démentie par les médias. C'était très sot. »

Une version réfutée par le colonel Benoît Royal, qui réfute toute discordance dans les déclarations : « C'est un petit peu comme un accident de voiture. On a une première vision, les grandes lignes de l'événement, que nous affinons ensuite. Dans un premier temps, nous n'avons eu qu'une information portant sur une embuscade et dix victimes. C'est seulement après que nous avons appris l'existence de blessures à l'arme blanche. » Par ailleurs, insiste-t-il, il faut tenir compte du chagrin des familles, de leur droit à préserver leurs morts : « Le ministre de la Défense, Hervé Morin, s'était engagé sur le secret auprès de ces familles. Mais les journalistes ont commencé à les solliciter ainsi que les blessés de façon inacceptable. A partir de là, Hervé Morin a considéré qu'il fallait dire la vérité et s'est désisté de sa promesse en indiquant qu'il y avait eu effectivement un mort par arme blanche. »

### L'enjeu des « warblogs »

Mais avait-il le choix ? Le Web est là. Aux Etats-Unis, dès la guerre en Irak, la grande muette américaine a été confrontée à une profusion de « warblogs » commentant de façon fouillée, critique, les opérations en Afghanistan et en Irak. Face à cette déferlante, l'armée a dû modifier sa ligne de communication en passant du contrôle de l'expression à son cadrage et à la fourniture de plus de contenu sur les opérations. En France, des pôles de référence se sont créés ces derniers mois, avec le pôle secret défense de Jean-Dominique Merchet, journaliste en charge de ces questions à « Libération », et le blog du journaliste Jean Guisnel, également en charge de la défense au « Point ».

De quoi donner le tournis au lecteur. D'un côté, en effet, il peut découvrir dans la presse écrite un certain nombre d'articles se faisant le relais du pouvoir politique et militaire. Témoin la passe d'armes, à peine travestie, entre « Le Monde » qui donne la parole à des blessés encore sous le choc à Kaboul le 21 août, et « Le Figaro », daté du lendemain, qui réfute, presque point par point, grâce à « plusieurs sources très proches du dossier », les témoignages recueillis.

Tandis que sur un autre versant, les « warblogs » jouent le rôle inédit de passeur, en permettant à des militaires anonymes - avec cette réserve que constitue toujours l'anonymat - de commenter de façon technique, renseignée, les opérations et de poser des questions pointues. Quitte à « allumer » la presse écrite comme cela a été le cas, le 3 septembre, dans le blog de Jean Guisnel. Ce dernier a remis en cause l'authenticité du document paru dans « Le Canard enchaîné », présenté comme écrit par des « officiers de renseignement » et commentant de manière critique

la manière dont s'est déroulé l'engagement français... Joint par « Les Echos », Claude Angeli, auteur de l'article et rédacteur en chef du journal, confirme la véracité du document et la fiabilité de sa source. Mais démenti par l'armée et reprenant surtout certaines imprécisions et expressions mises en ligne sur Lepoint.fr du 21 août, le document suscite l'interrogation. Si jamais il se révélait inexact, à qui profiterait-il ? A la faveur des événements d'Afghanistan et dans le contexte de malaise subi par l'armée, sa communication semble plus que jamais un enjeu explosif, soumis à des règles du jeu inédites.

(\*) « *Libération* » du 12 septembre 2008.

*Post-scriptum :*

<http://www.lesechos.fr/info/france/...>