



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

statistiques

Question écrite n° 94014

Texte de la question

Mme Delphine Batho interroge M. le ministre d'État, ministre de la défense et des anciens combattants, sur les dépenses d'études d'opinion et de sondages de son ministère. Elle lui demande le montant global des dépenses d'études d'opinion et de sondages effectuées en 2008 et en 2009, ainsi que les montants prévus pour 2010 et 2011. Elle lui demande également de bien vouloir préciser le coût et le sujet de chaque sondage ainsi que le nom de l'institut qui l'a réalisé.

Texte de la réponse

Au sein du ministère de la défense et des anciens combattants, la délégation à l'information et à la communication de la défense (DICOD) est le seul organisme habilité par le service d'information du gouvernement à réaliser des études, des sondages d'opinion et des évaluations de campagnes de communication. Ces études ont pour vocation d'appréhender l'état de l'opinion à propos de sujets sur lesquels le ministère de la défense et des anciens combattants communique ou envisage de communiquer. Elles constituent également des outils de mesure ex ante et ex post de la pertinence des actions de communication menées, notamment sur les opérations de grande échelle telles que les campagnes de recrutement, permettant ainsi à la DICOD d'améliorer les messages à l'adresse des citoyens. Le montant global du budget des études, des sondages et des évaluations de campagnes de communication réalisés par la DICOD s'est élevé à 463 576 euros en 2008, à 471 366 euros en 2009 et à 501 410 euros en 2010. Les dépenses constitutives de chaque budget se répartissent comme suit : 1. Études barométriques annuelles réalisées par l'institut BVA : en 2008, un baromètre externe annuel sur l'opinion des Français sur la défense pour 47 253 euros ; en 2009, un baromètre externe annuel pour 63 806 euros ; en 2010, un baromètre externe et un baromètre interne annuels pour 102 377 euros. 2. Études omnibus (études menées simultanément pour le compte de plusieurs entreprises ; ce principe permet d'amortir les coûts de réalisation sur plusieurs commanditaires) réalisées par l'institut CSA (dont une enquête bimestrielle sur les opérations extérieures, des indicateurs trimestriels de communication et des questions d'actualité) pour 100 081 euros en 2008, 135 327 euros en 2009 et 120 042 euros en 2010. 3. Études ad hoc réalisées par l'institut LH2 (études thématiques qualitatives et quantitatives) pour 88 800 euros en 2008 et 64 045 euros en 2009 et 54 449 euros en 2010 (en 2008 : 3 études ad hoc ont été réalisées sur l'Afghanistan, l'OTAN et la modernisation de la défense ; en 2009, une étude sur la réintégration de la France dans le commandement intégré de l'OTAN ; en 2010, 3 études sur les jeunes et la défense, la défense et les Français, et la coopération franco-allemande). 4. Études d'impact d'émissions de radio ou de télévision concernant la défense réalisées par l'institut Médiascopie pour 72 238 euros en 2008, 44 610 euros en 2009 et 78 454 euros en 2010 et par l'institut Opinion Way pour 16 445 euros en 2009 et 10 704 euros en 2010. 5. Pré-tests et post-tests de campagnes de communication (dont les campagnes de recrutement des armées) par l'institut LH2 puis l'institut TNS Sofres pour 131 204 euros en 2008, 126 526 euros en 2009 et 99 696 euros en 2010 (4 études en 2008 : un pré-test de la nouvelle signature défense, deux post-tests pour la campagne de recrutement de l'armée de terre et un pré-test pour la campagne de recrutement de la marine ; 3 études en 2009 : un pré-test et un post-test de la campagne institutionnelle de la défense et un pré-test de la campagne de recrutement de

l'armée de terre ; 2 études en 2010 : un post-test pour la campagne de recrutement de l'armée de terre et un post-test pour la campagne d'image de la direction générale de l'armement). En outre, la DICOD participe au dispositif d'évaluation de la communication gouvernementale. Elle le cofinance à travers une étude barométrique annuelle réalisée par l'IFOP sur la communication de défense, dans le cadre d'un marché public passé par le service d'information du Gouvernement (SIG). Ce cofinancement s'est élevé à 24 000 euros en 2008 ; 20 607 euros en 2009 et 35 688 euros en 2010. Le budget prévisionnel pour l'année 2011, à périmètre égal, s'élève à 370 000 euros, soit une baisse de 26,21 % par rapport au budget 2010. Ce budget se décompose comme suit : études barométriques réalisées par l'institut BVA : un baromètre externe en janvier et un baromètre interne en février, pour un montant de 80 000 euros ; études omnibus avec l'institut CSA (dont l'enquête sur les opérations extérieures, les indicateurs trimestriels de communication et les questions d'actualité, passée à un rythme trimestriel), pour un montant de 70 000 euros ; études ad hoc réalisées par l'institut LH2 (soit deux études qualitatives thématiques qui seront déterminées en fonction de l'actualité de la défense), pour un montant de 30 000 euros ; études d'impact d'émissions radio ou de télévision, réalisées par l'institut Opinion Way pour un montant de 10 000 euros ; pré-tests et post-tests de campagnes de communication par l'institut TNS Sofres (dont les campagnes de recrutement des armées ; un post-test pour la campagne de recrutement de l'armée de terre ; un pré-test et un post-test pour la nouvelle campagne de recrutement de l'armée de l'air ; un post-test pour la campagne « Défense Mobilité »), pour un montant global de 150 000 euros ; enfin, la participation financière annuelle de la DICOD au dispositif d'évaluation de la communication gouvernementale, piloté par le service d'information du gouvernement (SIG), s'élève à 30 000 euros. Ainsi, la part du budget 2011 consacrée aux études et sondages est en baisse de 48 %. Celle concernant les mesures de performance des campagnes de communication augmente, quant à elle, de près de 33 %. Cette hausse s'explique par l'importance donnée cette année à l'évaluation de la performance des campagnes de recrutement, qui ont été profondément renouvelées. Tel est le cas pour la campagne inédite de recrutement d'ampleur pour l'armée de l'air, et celle sur le dispositif « Défense Mobilité » qui visera à valoriser les mesures de reclassement des militaires.

Données clés

Auteur : [Mme Delphine Batho](#)

Circonscription : Deux-Sèvres (2^e circonscription) - Socialiste, radical, citoyen et divers gauche

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 94014

Rubrique : Ministères et secrétariats d'état

Ministère interrogé : Défense et anciens combattants

Ministère attributaire : Défense et anciens combattants

Date(s) clé(e)s

Question publiée le : 23 novembre 2010, page 12592

Réponse publiée le : 10 mai 2011, page 4825