

BULLETIN OFFICIEL DES ARMÉES



Édition Chronologique n° 41 du 21 août 2014

PARTIE PERMANENTE
Marine nationale

Texte 29

INSTRUCTION N° 0-9887-2014/DEF/CEMM
relative à l'organisation de la fonction communication dans la marine nationale.

Du 8 juillet 2014

LE CHEF D'ÉTAT-MAJOR DE LA MARINE.

INSTRUCTION N° 0-9887-2014/DEF/CEMM relative à l'organisation de la fonction communication dans la marine nationale.

Du 8 juillet 2014

NOR D E F B 1 4 5 1 3 5 8 J

Références :

- a) Instruction n° 11/DEF/EMM/ORJ du 15 janvier 2009 (BOC N° 9 du 23 février 2009, texte 15 ; BOEM 113.1).
- b) Instruction n° 0-4175-2012/DEF/DPMM/DIR du 8 mars 2012 (BOC N° 19 du 27 avril 2012, texte 13 ; BOEM 110.3.3.2, 113.6) modifiée.

Textes abrogés :

- a) Instruction n° 106/DEF/CEMM/CAB du 10 janvier 2000 (n.i. BO).
- b) Directive n° 150/DEF/EMM/OMI du 21 juillet 2005 (BOC, 2005, p. 5403 ; BOEM 113.2) modifiée.
- c) Décision n° 105/DEF/CEMM/CAB du 10 janvier 2000 (n.i. BO).
- d) Note n° 0-33492-201/DEF/CEMM/CAB/COM du 5 juillet 2010 (n.i. BO).

Classement dans l'édition méthodique : BOEM 113.2

Référence de publication : BOC n° 41 du 21 août 2014, texte 29.

Préambule.

En appui de l'action et des opérations de la marine, le chef d'état-major de la marine (CEMM) met en œuvre une communication propre et autonome. Responsabilité de commandement, cette communication se nourrit de l'activité des différentes composantes de la marine. Elle s'inscrit dans le cadre plus large de la communication des armées et de la défense.

Une communication efficace et maîtrisée demeure indispensable à une meilleure connaissance et une claire compréhension de l'action de la marine par la communauté nationale. Fondée sur la crédibilité de nos équipages, elle est essentielle à l'adhésion de nos concitoyens aux efforts nécessaires pour développer, entretenir et employer une marine de haute mer forte, moderne, capable de prendre toute sa part à la défense des intérêts de la Nation.

En valorisant l'action quotidienne de ses différentes composantes et en soulignant leur complémentarité, la communication est en outre un gage important de la cohésion de la marine, donc de son efficacité et de sa résilience.

Contribuant simultanément à susciter l'adhésion de la société civile et à renforcer la fierté de servir des marins, la communication soutient enfin les objectifs d'un recrutement vital pour une organisation dont le capital humain constitue une richesse essentielle.

Cette instruction fixe le périmètre de la fonction communication, décrit les missions de ses principaux acteurs, et en établit les grands principes de gouvernance.

1. LA FONCTION COMMUNICATION DE LA MARINE.

Afin de garantir cohérence et réactivité, la communication de la marine porte un message global qui se décline en fonction des différentes cibles de communication (externe, interne, monde maritime, etc.). L'image de la marine et sa cohésion sont ainsi dynamisées par la combinaison des actions de communication opérationnelle et institutionnelle, en interne et en externe ; elle est en outre soutenue dans le cadre des activités de recrutement et de rayonnement.

1.1. Missions.

L'organisation de la fonction « communication » doit permettre de mener les actions suivantes :

- accompagner les forces de la marine en action, afin de rendre compte de cette action, de la faire connaître et comprendre du grand public, et de susciter l'adhésion ;
- porter la parole du chef d'état-major de la marine en interne comme à l'extérieur de la marine, sur l'ensemble des sujets relevant de sa responsabilité, y compris les activités nucléaires ;
- conduire la communication de crise de la marine avec une attention particulière pour le nucléaire ;
- apporter dans les domaines de la communication et de l'image conseil et expertise technique aux autorités de la marine, et plus généralement à l'ensemble des marins ;
- créer de manière autonome les contenus, y compris illustrés, pour les différents vecteurs de communication de la marine et assurer leur diffusion multi-supports ;
- orienter le recueil puis assurer la validation et la mise à disposition des images propres à porter les messages de la marine (fonction « image ») ;
- assurer pour la marine l'interface avec les acteurs de la communication du ministère de la défense [délégation à l'information et à la communication de la défense (DICOD), cellule « communication » de l'état-major des armées (EMA/COM), organisme d'information et de communication de la défense (OICD), établissement de communication et de production audiovisuelle de la défense (ECPAD)] ou des autres administrations (secrétariat général de la mer, gendarmerie, douanes, autorités judiciaires, etc.) ;
- entretenir des relations pérennes avec les médias nationaux, régionaux et spécialisés ;
- définir et conduire une politique des partenariats (éditions, tournages, gestion de la « marque marine nationale ») et de l'évènementiel (manifestations grand public, objets promotionnels) pour l'ensemble de la marine ;
- préserver l'image de la marine et garantir la cohérence de la présence de la marine sur internet et les médias sociaux ;
- fournir une expertise dans le domaine de la formation des marins à la communication.

1.2. Communication opérationnelle.

La communication est constitutive de toute manœuvre opérationnelle, dont elle concourt directement à l'atteinte des objectifs. La communication opérationnelle est conduite par le chef d'état-major des armées (CEMA) qui dispose d'une cellule communication (EMA/COM) travaillant en liaison étroite avec la DICOD et le service d'information et de relations publiques (SIRPA) marine (pour les opérations où des éléments de la marine sont engagés). Elle fait l'objet d'une doctrine interarmées.

En accompagnant l'activité des forces maritimes sur le plan médiatique, la communication opérationnelle renforce la crédibilité de la marine et contribue à la prise de décisions par les autorités comme au moral des équipages. Pour la marine, elle recouvre ainsi principalement :

- la satisfaction du contrat opérationnel fixé par l'EMA (déploiements, planifiés ou sur alerte, d'équipes « communication » lors des opérations et grands exercices interarmées, avec ou sans dimension maritime) ;
- la fourniture d'une expertise marine en appui de l'EMA/COM ;
- la couverture des déploiements opérationnels ou des activités de préparation opérationnelle de la marine non prises en charge par l'EMA (missions permanentes notamment) ;
- la participation aux opérations d'action de l'État en mer (équipes d'évaluation et d'intervention, etc.).

1.3. Communication institutionnelle.

En amont de la communication opérationnelle, la communication institutionnelle porte à la fois sur des thèmes permanents (missions, moyens, organisation et transformation de la marine) et des sujets d'actualité. Elle est conduite au niveau central par le SIRPA marine, en liaison avec le cabinet du CEMM (CEMM/CAB), le délégué au rayonnement (DRAY), le service de recrutement de la marine (SRM), les différents bureaux de l'état-major de la marine (EMM), ainsi qu'avec les organes de communication des autres armées, directions et services. Elle repose au niveau local sur un réseau d'officiers communicants placés auprès des autorités organiques et territoriales, à même de concentrer et de faire converger vers l'échelon central les informations pertinentes, comme de diffuser vers les unités les directives de communication.

La communication institutionnelle s'appuie prioritairement sur les supports propres à la marine, singulièrement sur la galaxie *Cols Bleus* (magazine mensuel, lettre électronique hebdomadaire, site internet, application, réseaux sociaux) animée par le SIRPA marine, ainsi que sur le site institutionnel du ministère de la défense.

Tournée principalement vers le grand public, la communication opérationnelle et institutionnelle touche évidemment les marins, sur l'action desquels elle est fondée, et leurs familles. Elle contribue ainsi largement à la communication interne.

1.4. Communication interne.

La communication interne est indissociable des responsabilités de commandement. Elle relève de tout officier ou cadre exerçant des fonctions de commandement, de direction ou d'animation d'équipe, et vise à porter à l'ensemble des marins les messages du CEMM, à présenter et expliquer les grandes orientations de la marine, à entretenir la connaissance de la marine dans sa diversité. Elle concourt à l'animation et à la qualité du dialogue interne, qui fait l'objet d'une instruction du CEMM.

La communication interne est dirigée par le CEMM, par l'intermédiaire de son cabinet, avec l'appui de l'EMM, la direction du personnel militaire de la marine (DPMM) et le SIRPA Marine - conseiller technique pour la mise en forme de messages et les moyens à mettre en œuvre pour atteindre les cibles choisies.

Les commandants organiques et territoriaux animent la communication interne au sein des entités placés sous leurs ordres ; leurs cabinets veillent à coordonner leurs actions avec l'échelon central.

Dans les unités, les commandants et sous leur responsabilité les capitaines et adjudants de compagnie ont un rôle clé en matière de circulation de l'information, d'appropriation du message et d'animation des échanges.

En complément de la chaîne hiérarchique et de l'exercice quotidien du commandement de proximité, qui en constituent les vecteurs privilégiés, la communication interne est portée par :

- les différents supports propres à la marine, qui comprennent notamment le blog du CEMM, Intramar, la galaxie *Cols Bleus*, les messages généraux (GNM et GNP) ;
- les différents courriers et publications adressés directement par le CEMM et les hautes autorités de la marine à leurs subordonnés, ainsi que par les déplacements de ces autorités dans les ports.

1.5. Communication de recrutement et écoles.

Les actions de communication de la marine ont pour objectif de faire connaître le rôle et les missions de la marine au grand public mais également de susciter des vocations. Les actions de communication institutionnelle, à la fois externe et interne, sont donc étroitement liées à la communication spécifique de recrutement conduite par le SRM. Se distinguant par la spécificité de ses objectifs, de ses cibles et des vecteurs utilisés, cette communication de recrutement n'en constitue pas moins, une composante singulière de la communication de la marine.

Dans une moindre mesure, les écoles de la marine, par leurs interactions avec le monde de l'éducation et de l'enseignement supérieur, sont susceptibles de conduire une communication propre, sous l'autorité du DPMM.

Ces communications ne peuvent être dissociées de la communication grand public de la marine, et doivent donc se faire en constante coordination.

1.6. Fonction rayonnement.

Le rayonnement concerne l'ensemble des actions destinées à faire connaître, comprendre et renforcer le fait maritime et son importance auprès de toutes les composantes de la société, tous milieux et toutes classes d'âge confondus (décideurs, groupes ou relais d'influence, institutions, entreprises, associations, université, éducation nationale, etc.). Au-delà du fait maritime dans son ensemble, le rayonnement cherche évidemment à favoriser la promotion du fait naval et de l'image de la marine.

À ce titre, le rayonnement, sa politique et ses actions, sont à coordonner sans cesse avec la communication (externe, interne, de recrutement) qu'ils utilisent et appuient tout à la fois.

2. LES ACTEURS DE LA COMMUNICATION DE LA MARINE.

La communication est d'autant plus crédible et légitime qu'elle est portée par les marins qui agissent. La sensibilité et les spécificités de la communication moderne nécessitent cependant la mise en place, aux différents niveaux de l'organisation hiérarchique de la marine, de spécialistes à même de conseiller et de garantir la cohérence des actions de communication. Ces spécialistes constituent le réseau des communicants de la marine. Pour porter ses fruits, leur action doit être orientée et coordonnée.

2.1. Au niveau central.

2.1.1. Le service d'information et de relations publiques de la marine.

Sous l'autorité du CEMM, le SIRPA marine assure le pilotage de la communication institutionnelle vers le grand public et participe à la communication opérationnelle en soutien ou en complément de la cellule communication du chef d'état-major des armées et de la délégation à l'information et à la communication de défense. Il s'appuie sur les autorités de coordination et les bureaux experts de l'EMM pour construire les messages et maîtriser le tempo de la communication de la marine. Ses interlocuteurs principaux sont les médias avec lesquels il est en relation permanente (relations presse).

Il entretient également un contact direct et régulier avec le grand public par le biais d'activités diverses telles que salons, expositions, réalisation de documents et de produits multimédias en partenariat avec des professionnels de ces secteurs (relations publiques).

Il est par ailleurs le conseiller technique des autorités de la marine et des officiers de communication [officiers communication régions (OCR), officiers communications des forces (OCF) et officiers chargés de la communication (OCC)] pour la mise en forme et la cohérence de la communication destinée au grand public et au personnel de la marine.

Autorité pilote de la fonction image, le chef du SIRPA marine arrête les grandes directives dans ce domaine. Il fixe les objectifs de production tout au long de l'année aux groupes images; il en délègue le pilotage quotidien aux officiers de communications régionaux (voir *infra*).

2.1.2. Le délégué au rayonnement de la marine.

Les attributions du DRAY sont fixées par une instruction [cf. référence a)] du major général de la marine.

Sous l'autorité directe du CEMM, il assure le pilotage général de la fonction « rayonnement ».

Par ses fonctions de directeur du centre d'études stratégiques de la marine (CESM), le DRAY utilise par ailleurs l'enseignement, la réflexion stratégique et les publications au service du rayonnement.

Il est aussi le délégué à la réserve citoyenne de la marine (institution naturellement au service du rayonnement), secrétaire permanent du comité de liaison et d'information des associations de la marine (CLIAMa) et interlocuteur privilégié des présidents de ces associations.

Correspondant naturel de l'académie de marine, il exerce enfin la tutelle des peintres officiels de la marine et des écrivains de marine.

2.1.3. Le service de recrutement de la marine.

Les missions du SRM sont définies par une instruction [cf. référence b)] du directeur du personnel militaire de la marine à qui il est subordonné. Ce service est notamment chargé :

- de l'information du public sur les carrières militaires et le volontariat dans la marine ;
- de la promotion externe de l'ensemble des recrutements équipage et officiers par l'intermédiaire de son bureau communication.

Pour mener à bien ces missions, le SRM dispose des deux grands leviers d'action suivants :

- les campagnes nationales de recrutement, qui permettent de communiquer à l'échelle nationale et d'assurer la diffusion de l'information sur les métiers de la marine ;
- le réseau des bureaux marine des centres d'information et de recrutement des forces armées (CIRFA marine), à même de délivrer une information de proximité sur ses métiers.

En poursuivant ses objectifs propres de recrutement, le SRM concourt directement à la promotion de l'image de la marine auprès du public. Son action est donc très largement complémentaire de celle du SIRPA Marine, avec lequel il se coordonne depuis la conception des campagnes jusqu'aux actions de terrain, menées de concert entre équipes des deux services pour en maximiser les effets.

2.2. Au niveau local.

Les autorités opérationnelles, territoriales et organiques de la marine mènent une communication externe et interne liée à leurs responsabilités.

Les préfets maritimes, également commandants de zone et d'arrondissement maritimes, sont notamment responsables :

- de la communication locale dans le domaine du nucléaire ;
- de la communication sur l'action de l'État en mer ;
- de la communication opérationnelle lorsque cette responsabilité leur est déléguée par le CEMA ;
- de la communication relative aux affaires territoriales de leur arrondissement, en liaison avec le préfet du département.

Les commandants de force maritime sont responsables de l'information sur l'organisation, l'entraînement et l'activité courante de leur force.

Ils disposent pour cette mission de conseillers spécialistes de la communication, agissant en lien direct avec le SIRPA marine.

2.2.1. L'officier de communication régionale.

Sous l'autorité des préfets maritimes, commandants de zone et d'arrondissement maritimes, l'OCR assure les fonctions de :

- porte-parole de l'amiral auprès duquel il est placé, pour l'ensemble de ses attributions (préfet maritime, commandant de zone maritime, commandant d'arrondissement maritime) ;
- responsable local de la diffusion de l'information relative aux activités nucléaires de la marine, élaborée le cas échéant par l'échelon central ;
- responsable de la communication de crise, notamment au titre de l'action de l'État en mer et dans le domaine nucléaire [responsabilité de l'autorité maritime territoriale (AMT)] en liaison avec les services de la préfecture ;
- fédérateur des instances locales de communication ;
- interlocuteur marine des communicants de la chaîne de l'organisation territoriale interarmées de défense (OTIAD) et des autorités civiles ;
- point de contact marine pour les médias régionaux ;
- autorité d'emploi du groupe images (GI) de son ressort, dont il exerce la tutelle fonctionnelle. En liaison avec le SIRPA marine et le chef du GI, il fixe le programme d'activité des opérateurs images et les régimes d'alerte en fonction des besoins nationaux [module d'alerte de communication opérationnelle (MACO) et marine] et locaux [astreinte, équipe d'évaluation et d'intervention (EEI)]. Il priorise les différentes demandes de concours, qui lui sont adressées pour action ; il valide enfin la production des images et s'assure de sa diffusion ;
- contributeur aux supports de communication de la marine.

Pour ce faire, il s'appuie autant que de besoin sur les différents communicants de sa zone géographique de responsabilité ; dans le respect des prérogatives de leurs autorités de rattachement respectives, il dispose sur eux d'une autorité de coordination fonctionnelle. Il consulte systématiquement les OCF dont des éléments sont concernés par son action et ses projets.

Dans le cadre de ses missions, il reçoit des directives du chef du SIRPA marine et lui rend compte de son action.

2.2.2. L'officier de communication de la force.

Placé auprès des commandants de force maritime, l'OCF assure les fonctions de :

- conseiller communication de l'amiral auprès duquel il est placé ;
- expert de sa force au profit du SIRPA marine et des OCR ;
- animateur du réseau des OCC des éléments de la force, dont il suit le niveau de préparation, et oriente le cas échéant la production ;
- coordonnateur des activités médiatiques de la force (embarquements notamment) ;
- contributeur aux supports de communication de la marine.

Dans le cadre de ses missions, il reçoit des directives du chef du SIRPA Marine et lui rend compte de son action.

L'OCF de l'amiral commandant la force d'action navale (ALFAN) est en outre responsable de l'organisation du module « communication » du stage des futurs commandants.

2.2.3. L'officier chargé de la communication.

Au sein de chaque élément de force maritime ou unité de la marine, le commandant désigne un officier chargé de la communication (OCC). Ce dernier est chargé de :

- conseiller son commandant sur les impacts médiatiques des décisions prises ;
- anticiper et planifier la communication associée aux actions conduites par l'unité (élaboration du plan de communication de l'unité) ;
- organiser le recueil des images et leur transmission. Il s'assure en particulier qu'il dispose du personnel qualifié et du matériel approprié ;
- organiser les manifestations de relations avec le public (journées portes ouvertes, cérémonies officielles, relations avec la ville marraine, etc.) ;
- contribuer aux outils de communication de la marine.

À l'exception des bases d'aéronautique navale, des écoles et de quelques unités, où des postes dédiés peuvent être identifiés au plan d'armement, les fonctions d'OCC sont exercées par des officiers non spécialistes de la communication, en complément de leurs fonctions principales.

2.2.4. Les groupes images régionaux.

Dans chacun des trois arrondissements maritimes de métropole, un GI est constitué au sein de la formation opérationnelle de surveillance et d'information territoriale (FOSIT). Il a pour missions principales :

- d'assurer le recueil et la production d'images fixes et animées illustrant les opérations et l'activité générale de la marine ;
- de mettre à disposition dans les meilleurs délais ces images et produits multimédias, pour les besoins des supports de la marine ou pour répondre à des besoins extérieurs (cette mise à disposition s'effectue par le biais de la médiathèque de la marine) ;
- de répondre aux besoins ponctuels de médiatisation d'un événement particulier.

Le commandant de la FOSIT est l'autorité organique du GI ; il veille en particulier, en liaison avec le SIRPA marine, au suivi de la préparation opérationnelle des opérateurs images [aptitudes service à la mer (SAM) et opérations extérieures (OPEX), formations et stages, etc.].

2.2.5. Les communicants déployés.

Afin de couvrir les OPEX, les déploiements opérationnels et les entraînements majeurs, des équipes de communication peuvent être déployées sur ordre de l'EMA/COM ou du SIRPA marine en étroite liaison avec l'état-major des opérations de la marine (EMO/M). Comprenant généralement un conseiller communication (CONSCOM), elles peuvent intégrer une ou plusieurs équipe(s) de reporters d'images, le cas échéant encadrée(s) par un officier images.

Placé directement sous les ordres du commandant de l'unité ou de la force constituée, le CONSCOM exerce une autorité fonctionnelle sur l'ensemble des communicants (OCC, opérateurs images) des unités subordonnées au commandement auquel il est attaché. Il est en relation avec les communicants placés aux différents niveaux de la chaîne de commandement, et rend compte de son action au SIRPA marine.

Les officiers ainsi déployés sont désignés, selon des modalités arrêtées par le SIRPA marine, dans la population des officiers servant dans les postes de communicants marine, le cas échéant étendue à celle des officiers qualifiés affectés hors marine ou hors poste de communicant.

Ces mises pour emploi revêtent alors un caractère prioritaire sur l'emploi organique.

Les reporters d'images sont désignés, selon des modalités arrêtées par le SIRPA marine, parmi les officiers marinières des GI.

3. GOUVERNANCE DE LA FONCTION COMMUNICATION DE LA MARINE.

3.1. Animation et coordination de la fonction communication.

À l'échelon central, la communication est dirigée par le CEMM, qui arrête les grands objectifs et messages de la communication de la marine. Il s'appuie pour ce faire sur les principaux acteurs centraux concernés, qu'il réunit autant que de besoin :

- le chef du SIRPA marine, conseiller communication et porte-parole ;
- le chef du cabinet du CEMM ;
- le délégué au rayonnement de la marine ;
- l'officier du cabinet du CEMM en charge de la communication interne ;
- le chef du SRM ;
- le chef du bureau « condition du personnel de la marine » (CPM) ;
- le correspondant du personnel officier (CPO) et le major-conseiller.

Sous l'autorité du CEMM, le chef du SIRPA marine anime et coordonne au quotidien la communication de la marine, dans le respect des prérogatives fixées par ailleurs - délégué au rayonnement et SRM notamment. Il assure, le cas échéant, la gestion pour la marine de la communication de crise.

Appliquant le principe général de transparence et respectant les exigences de protection du secret de défense, le chef du SIRPA marine conduit la communication sur les activités nucléaires de la marine, et assure la diffusion de l'information au niveau central. Aux côtés de l'amiral « autorité de coordination pour les affaires nucléaires, la prévention et la protection de l'environnement » pour la marine (ALNUC), il représente le CEMM au sein du comité directeur de la communication nucléaire de défense (CDCND), chargé sous la

présidence du DICOD d'élaborer la politique générale de communication de la défense dans le domaine nucléaire.

Dans le cadre de l'organisation du ministère de la défense pour l'information en cas d'événement entraînant une situation d'urgence radiologique lors d'une activité ou dans une installation nucléaire intéressant la défense (1), il est porteur pour la marine de l'expertise en matière de communication nucléaire. Il représente le chef d'état-major de la marine, autorité de synthèse, dans les instances ministérielles de communication. Il contribue dans ce cadre à l'élaboration de la stratégie de communication, exécutée le cas échéant à l'échelon local.

Dans le cadre de la structure transverse de la marine, le chef du SIRPA marine est :

- autorité de domaine d'expertise particulier (ADP) « communication et image » ;
- expert métier pour le domaine « métiers de l'image ».

Il est enfin gestionnaire des emplois (GE) des métiers de l'image, et conseiller pour la gestion des officiers communicants pour le bureau « officiers » de la direction du personnel militaire de la marine (PM1).

3.2. Relations entre acteurs locaux.

L'efficacité de la communication de la marine, qui s'appuie sur un réseau largement décentralisé et optimisé, repose en grande partie sur la qualité des échanges entre les différents pôles, et le souci de chacun d'inscrire son action dans le cadre plus vaste de la marine. En particulier :

- les OCF, responsables pour leur force de la communication relative aux questions organiques, à la préparation opérationnelle, à l'entretien, sont systématiquement tenu informés des éléments concernant les moyens de leur force ;
- les OCR, responsables de la communication à caractère territorial ou opérationnel dans leur arrondissement, région et zone maritimes, sont systématiquement tenus informés des questions à caractère « communication » concernant les éléments de forces maritimes qui y sont basés ou déployés.

3.3. La fonction image au service de la communication.

L'image occupe un rôle central dans toute action de communication. Elle est le vecteur indispensable des messages de la marine, en raison notamment de son adaptation aux médias numériques et aux réseaux sociaux. L'organisation et les moyens humains et matériels dédiés au recueil et à la diffusion d'images, fixes ou animées, de la marine en action sont ainsi prioritairement tournés vers l'appui à la fonction communication dans ses différentes composantes. Dans la chaîne opérationnelle, les spécialistes de l'image de la marine ont comme mission première et essentielle l'accompagnement de la marine en action.

La fonction image fait partie intégrante de la fonction communication et recouvre l'ensemble des activités liées au recueil et au traitement d'images (hors renseignement, recueil d'images techniques et formation), à la réalisation de reportages photographiques et audiovisuels, à la conception d'infographies et de produits multimédias.

Le SIRPA marine est « autorité pilote » de la filière image pour la production photographique et audiovisuelle à des fins de communication opérationnelle et institutionnelle. En fixant les objectifs de production (plan de production annuel) déclinés des directives de communication, il coordonne les travaux des opérateurs images et assure l'exploitation et la diffusion de la production, par le biais de la médiathèque nationale. Le SIRPA marine délègue en partie le pilotage quotidien de la production Images aux officiers de communication régionale (OCR).

Employeur direct, l'OCR a la tutelle fonctionnelle des groupes images et en anime ainsi le plan de charge quotidien en arbitrant et priorisant toutes les demandes de prestation, validant les images effectuées.

L'organisation particulière de la fonction Image fait l'objet d'une instruction spécifique sous timbre SIRPA marine.

3.4. La formation à la communication.

Les objectifs généraux de formation dans le domaine de la communication sont définis par l'état-major de la marine, en liaison avec le SIRPA marine et la direction du personnel militaire de la marine. Une attention particulière est portée à la sensibilité de la communication liée à l'activité nucléaire (propulsion, armes, incidents éventuels).

Les formations spécifiques aux techniques de communication sont délivrées par les organismes spécialisés, sous la responsabilité de la DICOD. Une sensibilisation aux enjeux et techniques de communication est par ailleurs dispensée dans les écoles de la marine, au CESM et à l'école de guerre (EDG).

Parallèlement à ces formations, les autorités organiques peuvent demander le concours ponctuel du SIRPA marine pour des séances d'information et d'entraînement aux techniques de communication, ou rechercher auprès des OCR le concours des GI pour des formations aux techniques de l'image.

De même, à l'occasion des activités d'entraînement qu'ils conduisent, les commandants doivent avoir le souci permanent de la préparation de leurs unités aux actions de communication opérationnelle et institutionnelle. Ils peuvent faire appel à leur OCF et au SIRPA marine pour les conseiller et les appuyer dans cette tâche.

3.5. Directive de communication.

Une directive d'application de la présente instruction fixe chaque année les grandes orientations du CEMM pour la communication de la marine ; émise en début d'année scolaire, elle est remise à jour aussi souvent que nécessaire. Elaborée collégalement sous la conduite du SIRPA marine, elle intègre les éléments de cadrage du rayonnement et de la communication interne.

4. DISPOSITIONS DIVERSES.

L'instruction n° 106/DEF/CEMM/CAB du 10 janvier 2000 ⁽²⁾ relative à la communication dans la marine, la directive n° 150/DEF/EMM/OMI du 21 juillet 2005 modifiée, relative à la politique d'emploi et à l'organisation de l'audiovisuel et de la photographie dans la marine, la décision n° 105 DEF/CEMM/CAB du 10 janvier 2000 ⁽²⁾ relative à la coordination de la communication dans la marine, et la note n° 0-33492-2010/DEF/CEMM/CAB/COMM du 5 juillet 2010 ⁽²⁾ relative à l'organisation de la communication interne dans la marine, sont abrogées.

La présente instruction est publiée au *Bulletin officiel des armées*.

Pour le ministre de la défense et par délégation :

L'amiral,
chef d'état-major de la marine,

Bernard ROGEL.

(1) Instruction ministérielle n° 17070 du 18 novembre 2004 (n.i. BO).

(2) n.i. BO.