



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

réforme

Question écrite n° 21735

Texte de la question

M. Jean-Yves Le Déaut appelle l'attention de M. le Premier ministre sur les conditions d'organisation de l'importante campagne de « communication et d'information » concernant le projet de loi sur les retraites dont le Parlement débat. Cette campagne sans précédent, relayée dans tous les quotidiens régionaux et nationaux, organisée par ses services a mobilisé outre 30 millions d'euros sur les deniers publics, d'importants moyens parmi lesquels des consultants extérieurs et des cadres de la fonction publique auxquels il est demandé instamment, depuis plusieurs semaines, d'animer des réunions d'information de l'ensemble des personnels. La préfecture de Meurthe-et-Moselle, en lien avec le comité départemental de retraites et personnes âgées, avait même prévu une réunion le jour où le texte de loi était en discussion au Parlement, avec des députés représentant la seule majorité parlementaire. Il s'interroge sur cette méthode consistant à faire appel à des agents de l'Etat en vue de faire la promotion d'un projet de loi qui n'est pas voté par le Parlement. Ce principe ne constitue-t-il pas une atteinte au principe de neutralité de la fonction publique ? D'autre part, une telle instrumentalisation politique de la fonction publique paraît choquante, si l'on considère que des agents de l'Etat en grève contre ce projet de réforme gouvernemental subiront des retenues sur leurs salaires, pendant que d'autres agents sont réquisitionnés pour faire de la propagande durant leurs heures de travail. Il souhaiterait avoir des éclaircissements sur les modalités de cette campagne d'information, connaître son coût réel et lui demander si le marketing politique justifie de faire la promotion d'une réforme législative avec les mêmes procédés que ceux utilisés pour vendre une savonnette. - Question transmise à M. le ministre des affaires sociales, du travail et de la solidarité.

Texte de la réponse

L'attention de M. le Premier ministre a été attirée sur le coût des actions de communication qui ont accompagné la réforme des retraites. La campagne d'information sur la réforme des retraites s'est traduite par de nombreuses actions de communication, articulée selon deux axes : une communication à destination de l'ensemble des Français en tant que citoyens et une communication à destination des fonctionnaires, en tant qu'employés de l'État. Concernant la communication à destination de l'ensemble des Français, de nombreuses actions ont été réalisées, notamment les prestations suivantes : mise en place d'une plate-forme téléphonique (de fin avril à fin novembre 2003). Il a été créé un numéro de téléphone « Infos réforme retraites » au 0-825-396-396 (0,15 euro/minute), dont le coût s'est élevé à 872 703,13 euros (TTC). Mise en place d'un site Internet (de fin avril 2003 à fin avril 2004). Le budget consacré à cette prestation s'élève à 67 191,28 euros (TTC). Mise en place d'une cellule de presse (de fin avril à fin juillet 2003). Celle-ci avait notamment pour mission d'assurer le suivi de la presse, la mise en oeuvre des relations presse, la rédaction d'argumentaires et de dossiers thématiques. Cette prestation a coûté 123 188 euros (TTC). Mise en place d'un suivi de l'opinion (en mai, juin et juillet 2003). Cette prestation a coûté 102 991,75 euros (TTC). Réalisation d'une campagne d'information dans la presse (en mai 2003). Celle-ci a pris la forme d'une lettre du Premier ministre adressée aux Français (le 7 mai 2003) et d'encarts publicitaires plus classiques dans la presse quotidienne. Cette action de communication a coûté 4 222 878,14 euros (TTC), répartie en deux vagues successives. Réalisation d'un dépliant, distribué

dans les boîtes aux lettres avec une lettre aux Français (entre juin et juillet 2003). La lettre du Premier ministre s'adressant aux Français a été distribuée dans les boîtes aux lettres à tous les foyers français (26 852 000 exemplaires). Des problèmes de diffusion, imputables au prestataire chargé de l'acheminement, ont été rencontrés localement. Toutefois, cela a été répercuté sur le plan budgétaire et les paiements ont été minorés en conséquence, au vu des résultats de l'enquête demandée par le ministère. Cette prestation a coûté 2 982 412,36 euros (TTC) (selon 1 879 187,13 euros [TTC] pour la réalisation et 1 103 225,25 euros [TTC] pour la diffusion). Conception, réalisation, diffusion et promotion d'un guide des retraites (de juillet 2003 à avril 2004). Après le vote de la loi au Parlement, il a semblé nécessaire d'informer les Français sur le fonctionnement actuel de la retraite (intégrant donc la réforme). Ce guide a été diffusé auprès des caisses de retraites des différents régimes. Une campagne de promotion (mailing d'information, opération avec les radios locales, partenariat avec Le Parisien...) a été menée pour permettre une diffusion efficace. Ce dispositif d'information a coûté 1 364 170,76 euros (TTC). Concernant la communication à destination des fonctionnaires, de nombreuses actions étalées dans le temps ont été réalisées, notamment les prestations suivantes : mise en place d'une interface dédiée aux fonctionnaires sur la plate-forme téléphonique (de fin avril à fin novembre 2003). Celle-ci a été mise en place dès la fin avril 2003 et a été maintenue jusqu'à la fin novembre 2003. Cette prestation a coûté 720 625,88 euros (TTC). Mise en place d'un site Internet et Intranet (de fin avril à fin novembre 2003). Dans le cadre du site Internet relatif aux retraites www.retraites.gouv.fr il a été créé un sous-site dédié aux fonctionnaires pour leur donner des informations complètes et officielles. Le budget consacré à cette prestation est de 189 577,96 euros (TTC). Mise en place d'une cellule de presse dédiée à la fonction publique (de fin mai à fin juillet 2003). Celle-ci avait notamment pour mission d'assurer le suivi de la presse, la mise en oeuvre des relations presse, la rédaction d'argumentaires et de dossiers thématiques, sous l'angle de la fonction publique. Cette prestation a coûté 107 640 euros (TTC). Mise en place de réunions d'information et d'un réseau de fonctionnaires animateurs (de fin avril à fin juillet 2003). Afin de permettre une appropriation de la réforme par les fonctionnaires, il a été décidé de mettre en place des réunions d'information auprès de la hiérarchie des trois fonctions publiques, et de constituer un réseau de fonctionnaires animateurs, jouant un rôle de relais d'information dans chaque administration. Le budget consacré à cette opération est de 1 183 361,4 euros (TTC). Mise en place de groupes d'expression (de fin avril à fin novembre 2003). Il a été mis en place un dispositif d'écoute et d'analyse de grande ampleur qui a pris la forme de groupes d'expression (200) au cours desquels les fonctionnaires ont pu s'exprimer sur la réforme. Ce dispositif a coûté 919 963,20 euros (TTC). Réalisation d'un dépliant trois volets diffusé à l'ensemble des fonctionnaires (de fin mai à fin juillet 2003). Cette prestation a alors coûté 439 636,44 euros (TTC). Réalisation d'un guide des retraites diffusé à l'ensemble des fonctionnaires (de fin juillet à fin novembre 2003). Ce guide diffusé à l'ensemble des fonctionnaires des trois fonctions publiques a pour objet de permettre de mieux comprendre le fonctionnement de la retraite. Cette action a coûté 960 886,73 euros (TTC). L'intégralité du dispositif de communication a coûté 16 856 545,15 euros (TTC).

Données clés

Auteur : [M. Jean-Yves Le Déaut](#)

Circonscription : Meurthe-et-Moselle (6^e circonscription) - Socialiste

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 21735

Rubrique : Retraites : généralités

Ministère interrogé : Premier ministre

Ministère attributaire : affaires sociales, travail et solidarité

Date(s) clé(s)

Date de signalement : Question signalée au Gouvernement le 30 mars 2004

Question publiée le : 14 juillet 2003, page 5489

Réponse publiée le : 6 avril 2004, page 2849