



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

Premier ministre : SIG

Question écrite n° 91183

Texte de la question

Mme Delphine Batho interroge M. le Premier ministre sur la campagne de communication menée par le service d'information du Gouvernement (SIG) concernant la réforme du système de retraite. Alors que le projet du Gouvernement n'était pas encore rendu public et que le texte du projet de loi portant réforme des retraites n'avait pas été transmis à l'Assemblée nationale, puisqu'il l'a été le 13 juillet dernier, le SIG a lancé dès le 24 avril une campagne de communication de grande envergure concernant cette réforme. Des spots publicitaires ont massivement été diffusés tant sur Internet, qu'à la télévision ou sur les ondes ; des encarts publicitaires ont été publiés à de nombreuses reprises dans la presse écrite. Les slogans même, « Une réforme juste » ou « En 1990, 9,5 millions de retraités. En 2010, 16 millions de retraités. En 2030, 21 millions de retraités, nous devons trouver des solutions pour sauver nos retraites », relèvent de la propagande politique. Cette campagne est très éloignée des traditionnelles campagnes d'information ou de sensibilisation du SIG sur des sujets d'intérêt général concernant la sécurité routière ou le respect de l'environnement par exemple. En outre, elle s'est avérée vaine et inutile : cette campagne n'a fort heureusement pas empêché qu'une très large majorité de Français considère que la réforme du Gouvernement est injuste, ce dont témoignent également les mobilisations sociales d'une ampleur sans précédent. Dans ces conditions les dépenses onéreuses liées à cette propagande paraissent indécentes au regard de l'état des finances publiques et des réductions budgétaires qui frappent les services publics utiles à la population. C'est pourquoi elle lui demande de bien vouloir faire connaître le montant total des dépenses engagées par le SIG pour cette campagne de communication sur le projet de réforme des retraites, ainsi que le détail des dépenses de sondages, d'études, de conception, de création de ces publicités ainsi que le budget d'achat d'espace, en détaillant ces dernières dépenses par média et par titre.

Texte de la réponse

La communication et l'information des citoyens constituent un service public de l'État à part entière. S'agissant de la réforme des retraites, elle répond plus particulièrement à une attente forte d'information, tant sur les enjeux que sur ses conséquences pratiques pour chacun. Pour ce faire, l'ensemble des outils médias a été mobilisé à l'appui d'un plan de communication spécifique. Tout comme pour la réforme des retraites de 2003, le Gouvernement a ainsi développé une communication en plusieurs temps : premier temps (avril 2010) : expliquer le contexte dans lequel se situe la réforme et faire partager un constat. Deuxième temps (mai 2010) : expliquer le périmètre et les principes de la réforme (progressivité de sa mise en oeuvre, prise en compte de la pénibilité, absence de baisse des pensions, contribution des hauts revenus). Troisième temps (juillet 2010) : présenter le projet de réforme et ses implications concrètes pour les Français. Cette phase a fait l'objet d'un important travail pédagogique, incluant l'insertion d'un 4 pages présentant le projet dans les principaux titres de la presse quotidienne. Quatrième temps (octobre 2010) : présenter les évolutions du projet de réforme sur 2 points clés : la pénibilité et la retraite des femmes. Cinquième temps (novembre 2010) : expliquer le contenu de la réforme adoptée par le législateur et ses conséquences pratiques pour chacun. Cette communication est conforme à la loi n° 86-1067 relative à la liberté de la communication (dite « Loi Létard ») et à son décret d'application n° 92-280 du 27 mars 1992. Respectueuse du cadre législatif et réglementaire, la communication du Gouvernement a,

en particulier, été délivrée conformément aux dispositions de l'article 14 de ladite loi selon lequel : « Les messages d'intérêt général à caractère non publicitaire tels que ceux diffusés dans le cadre des campagnes des organisations caritatives et des campagnes d'information des administrations peuvent être insérés, le cas échéant, dans les séquences publicitaires. » La conception de la campagne de communication sur la réforme des retraites a fait l'objet d'un appel d'offres lancé par le ministère du travail au premier trimestre 2010. Sa diffusion a été assurée par le biais du SIG dans le cadre du marché interministériel d'achat d'espace dont est titulaire AEGIS MEDIA. Les dépenses du SIG ont été exécutées au titre des crédits prélevés sur son budget propre ou réaffectées dans le cadre d'un redéploiement de crédits de communication d'autres ministères. Cette opération n'a donc pas entraîné d'augmentation globale du budget de communication de l'État. Les prestations portées par le SIG ont concerné l'achat d'espace dans les conditions suivantes : premier temps (avril 2010) : 2 MEUR d'achat d'espaces TV et radio. Deuxième temps (mai 2010) : 1,1 MEUR d'achat d'espaces TV. Cinquième temps (novembre 2010) : 1,2 MEUR d'achat d'espaces radio et presse (encartage d'un dépliant dans le titre de presse magazine télévisée TV Mag). En outre, conformément à sa mission d'information de l'exécutif sur l'état de l'opinion, le département études et sondages du SIG a été amené à effectuer plusieurs études d'opinion, dans le cadre de son enveloppe budgétaire annuelle et sur ses marchés existants, pour montant total de 411 519 EUR décomposés ainsi qu'il suit : suivi régulier de la mobilisation autour de la réforme (tracking en 11 vagues, institut OPINIONWAY) : 44 132 EUR ; études IFOP : 367 387 EUR (répartis en 63 830 EUR d'études qualitatives préparatoires et 303 557 EUR de baromètre quantitatif entre février et octobre 2010).

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 : 91183

Rubrique : Ministères et secrétariats d'état

Ministère interrogé : Premier ministre

Ministère attributaire : Premier ministre

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 19 octobre 2010, page 11257

Réponse publiée le : 7 décembre 2010, page 13324