

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

7 janvier 2026

## PROJET DE LOI DE FINANCES POUR 2026 - (N° 2247)

Commission	
Gouvernement	

N° 400

**AMENDEMENT**

présenté par

Mme Pouzyreff, M. Cormier-Bouligeon, Mme Le Grip, M. Marion et Mme Récalde

-----

**ARTICLE 49****ÉTAT B****Mission « Action extérieure de l'État »**

null

Modifier ainsi les autorisations d'engagement et les crédits de paiement :

*(en euros)*

<b>Programmes</b>	<b>+</b>	<b>-</b>
Action de la France en Europe et dans le monde	1 000 000	0
Diplomatie culturelle et d'influence	0	1 000 000
Français à l'étranger et affaires consulaires	0	0
Fonds d'urgence pour les Français de l'étranger	0	0
Nouvelle ligne de programme (ligne nouvelle)	0	0
<b>TOTAUX</b>	<b>1 000 000</b>	<b>1 000 000</b>
<b>SOLDE</b>	<b>0</b>	

---

## EXPOSÉ SOMMAIRE

Face à la guerre hybride menée par les compétiteurs de la France, en particulier la Russie, notre pays doit notamment continuer à renforcer sa capacité à déployer une communication proactive à destination de l'international et mener des actions visant à modifier les perceptions.

A cet effet, le présent amendement vise à renforcer les moyens relatifs à la communication stratégique des services presse des ambassades et de la direction de la communication et du personnel (DCP), en faisant porter les efforts en direction du recrutement de profils spécialisés dans les stratégies d'influence afin de passer d'une communication institutionnelle à une véritable communication d'influence.

L'objectif est de mieux doter la DCP du Quai d'Orsay pour mener des campagnes efficaces sur les nouveaux canaux de communication et ainsi, renforcer l'impact et l'engagement des publics. Cela peut se traduire par des recrutements de profils qualifiés ou des contrats de prestation de services avec des opérateurs spécialisés en communication digitale.

C'est pourquoi cet amendement propose, au sein de la mission « Action extérieure de l'État », d'abonder de 1 000 000 € les crédits (en AE et CP) dédiés à l'action 01 « Coordination de l'action diplomatique » du programme 105 « Action de la France en Europe et dans le monde » et réduit du montant correspondant de 1 000 000 € l'action 06 « Soutien administratif et logistique » du programme 185 « Diplomatie culturelle et d'influence ».

Un axe d'effort de la stratégie de communication de la France à l'étranger réside dans une plus forte mobilisation des relais d'influence et, notamment, une meilleure valorisation des projets financés par la France dans le domaine culturel ou dans le cadre de l'aide au développement.

De fait, la communication institutionnelle traditionnelle visant à mettre en avant le financement de projets solidaires ne suffit plus. Les algorithmes des réseaux sociaux ne valorisent pas ce type de contenus institutionnels. Dans certaines zones, la défiance vis-à-vis de la parole publique est telle que la mise en avant des projets peut même se retourner contre le but poursuivi car cela expose nos partenaires qui sont ciblés par la désinformation et la diffamation. Il s'agit de privilégier des campagnes de communication beaucoup plus fines, indirectes, pour créer de l'engagement et de l'impact sur les réseaux sociaux.

L'enjeu pour les ambassades est de recruter des profils rompus à l'influence et à la communication au sein des services presse, tandis que ces missions sont bien souvent assurées par des profils juniors ou des VIA. À terme, ces personnes doivent pouvoir constituer les correspondants naturels des équipes de la direction veille et stratégie à Paris, disposant d'outils de veille et en mesure faire remonter rapidement des informations et de participer à la diffusion efficace des narratifs en activant et en animant des réseaux et en identifiant des relais d'influence.

Cet amendement est conjointement porté par les députées Natalia Pouzyreff et Marie Récalde auteures du rapport d'information sur « l'opérationnalisation de la nouvelle fonction stratégique influence ».