

# L'armée est-elle une entreprise?

Autor(en): **Weck, Hervé de**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Revue Militaire Suisse**

Band (Jahr): **150 (2005)**

Heft 6-7

PDF erstellt am: **21.07.2024**

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

ETH-ZÜRICH  
20. Juni 2005  
BIBLIOTHEK

# SOMMAIRE

Juin-Juillet 2005

## L'armée est-elle une entreprise?

	Pages
<b>Editorial</b>	
■ L'armée est-elle une entreprise? 3	
<b>Situation politico-militaire</b>	
■ Terrorisme islamiste et technologie de l'information	6
<b>Nouvelles brèves</b>	
■ Situation en Irak	8
<b>Service d'appui</b>	
■ Les Forces aériennes en Asie du Sud	12
■ Enseignements de l'opération «COLIBRI» - G 8 (1)	16
<b>Coopération internationale</b>	
■ Métier de soldat – Soldat de métier	21
<b>Recrutement</b>	
■ La solution suédoise	28
■ Une armée suisse branchée et «cool» au recrutement	32
<b>Dossier «Europe»</b>	
■ Sérieuses turqueries (1)	33
<b>Dossier «Balkans»</b>	
■ Le Sandjak de Novi Pazar	37
<b>Armées étrangères</b>	
■ Evolution de l'Armée de Terre française (1)	43
<b>Déminage</b>	
■ Raccourcir les délais de déminage!	48
■ Déminage humanitaire : Digger DTR	52
<b>Revue des revues</b>	53-54
<b>SSO: comité central</b>	I-IV
<b>RMS-Défense Vaud</b>	V-VIII

On connaît depuis longtemps le langage « politiquement correct » qu'il convient d'adopter si l'on ne veut pas passer pour réactionnaire ou pour machiste. Les *nègres* sont devenus des *noirs*, voire – mieux et plus branché – des *black*, même si cela ne fait pas forcément disparaître leurs problèmes ou le racisme dont ils sont les victimes. La culture *black*, c'est le sommet! Dans ces conditions, plus questions de demander une *tête de nègre* à la pâtisserie, mais une *tête de choco*...

On semblerait inconvenant de parler d'aveugles ou d'obèses: ce sont des *malvoyants* et des *personnes pondéralement défavorisées*. On passerait pour anti-féministe en n'adaptant pas les substantifs quand ils désignent des personnes du sexe faible. Pardonnez-moi ce péché mortel, je n'aurais pas dû utiliser une tournure qui met en question l'égalité homme-femme! Il y a maintenant des *sapeuses-pompières*, des *professeuses*, des *auteures* – j'ai même découvert des *autrices* – et des *entraîneuses*... dans le monde du football ou du rugby. Est-il encore pensable de s'adresser à madame le ministre, madame le maire ou madame le syndic, de dire docteur à celle que vous consultez comme médecin de famille? Dans l'armée suisse, faudra-il faire s'annoncer une *grenadière de chars*, une *fusilière* ou une *appointée sapeuse de sonnette*, avant de lui remonter les bretelles ou de lui tailler un *short*<sup>1</sup>? Quoi qu'il en soit, ces innovations linguistiques n'ont pas fait progresser d'un

pas la cause des femmes ou leur présence dans les assemblées législatives et les exécutifs.

Dans leurs exercices de relations publiques, des officiers généraux suisses utilisent des expressions qui ne manquent pas d'inquiéter. L'armée est devenue un *fournisseur*, une *entreprise* qui offre des services à des *clients* qui s'appellent autorités civiles, Fédération nationale de ski, de yodel ou de lutte suisse. «L'armée produit de la sécurité»... Le Chef de l'armée est amené à s'occuper de certains de ses *clients*, des soldats en cours de répétition, qui ne sont pas contents des *prestations* qu'on leur demande de faire devant les missions diplomatiques de Genève, de Berne et de Zurich. Les *centres de compétence* des Forces terrestres, en clair les arsenaux, sont aussi les fournisseurs de *clients*, officiers, sous-officiers et soldats, qui, récemment encore, se contentaient de toucher leur matériel de corps. Le DDPS a des *partenaires sociaux*, des fonctionnaires, dont plusieurs

<sup>1</sup> Deux expressions qui, en France, signifient «engueuler» quelqu'un.

milliers perdent leur emploi, restructuration et mesures d'économie obligent.

Ces quelques exemples que révèlent-ils? Que les conseillers en communication, très inspirés, pensent que l'armée passera mieux si on l'assimile à une entreprise qui respecte les mêmes règles et les mêmes normes que le monde économique. Il ne faut plus utiliser en public une terminologie militaire spécifique, trop agressive et autoritaire. Cette stratégie de communication n'a pas empêché le monde politique, même les partis bourgeois, de se désintéresser de la sécurité et de la défense, avec les résultats que l'on sait depuis la naissance de l'Armée XXI.

Comparer l'armée à une entreprise heurte d'autre part la logique, même celle d'un piètre disciple de Socrate ou de Descartes. Le Chef de l'armée vend-il à ses *clients* les *prestations* et les *services* qu'il leur

fournit, cherche-t-il à faire du profit et à favoriser des actionnaires avides de gros dividendes? Si tel était le cas, l'institution souffrirait moins des mesures d'économie décidées par les Chambres! En réalité, les prestations de l'armée sont quasiment gratuites pour le *client*, ce qui explique qu'il y a toujours autant de demande. A notre connaissance, on n'a pas facturé au Gouvernement des Grisons ou au Forum de Davos le prix coûtant de la main-d'œuvre mise à disposition, des heures de *Super-Puma* et de *F/A-18*.

Par ailleurs, le Département de la défense, s'associe au Département fédéral des affaires étrangères pour *fournir des services* lors du G8, au Kosovo ou en Indonésie. Alors que, dans le monde de l'économie, les associés se montrent financièrement solidaires, quelles ont été les prestations financières du Département de Micheline Calmy-Rey?

Non! L'armée n'est pas une *entreprise*, mais une organisation complexe qui doit montrer son efficacité dans des situations de crise, ce qui justifie que le chef militaire, quel que soit son grade, peut demander à ses hommes d'obéir immédiatement sans discuter, même s'ils ne sont pas convaincus des mesures prises. Ils peuvent être amené – écrasante responsabilité – à leur demander le sacrifice de leur vie pour la sécurité ou la sauvegarde de l'Etat, la sauvegarde des conditions d'existence en Suisse, voire ailleurs dans le monde.

On est loin de la micro et de la macro-économie, de l'entreprise qu'on étudie avec méthode et expertise dans les facultés de sciences économiques. Ce qu'Alfred de Vigny désignait par *Servitude et grandeur militaire* ne relève pas du service à la clientèle, de l'économie, de l'argent et du profit.

**Colonel Hervé de Weck**