

RETEX sur la JNR Ile-de-France à « La Défense »

Préambule :

Cette manifestation organisée, dans le cadre de la « Journée Nationale du réserviste » 2010, le 7 mai, sur le site emblématique du secteur économique de « La Défense » visait principalement à sensibiliser, suivant les directives du SEDAC, les dirigeants des entreprises, sur les valeurs que portent ou peuvent porter les réservistes au sein de leurs entreprises.

Cette activité a pu se dérouler grâce aux soutiens financier et logistique apportés par la RTIDF. La Délégation Militaire des Hauts-de-Seine, sur le territoire de laquelle se situait cette activité, a diffusé largement l'information aux élus et aux autorités civiles du département. Un dispositif de 10 tentes militaires fut installé sur le Parvis situé entre la CNIT, l'Arche et le centre commercial. Il a été quasi intégralement armé par des réservistes opérationnels et citoyens de toutes les forces armées et de la gendarmerie ainsi que des associations. Cette « opération » devait permettre à tous les visiteurs de se renseigner sur les possibilités offertes par nos armées sur les réserves militaires.

Sans avoir atteint tous les buts initialement fixés, cette manifestation doit être considérée comme globalement productive et surtout, éventuellement prometteuse pour l'avenir.

Cette première analyse permet de dégager une liste non exhaustive des points satisfaisants et ceux où il y a une marge de progression qui reste à étudier pour atteindre plus de notoriété et d'efficacité.

Points satisfaisants :

- L'organisation et le déroulement a bien fonctionné avec notamment une bonne coordination entre la partie organisationnelle, le soutien général de la RTIDF et celui logistique à la charge du 526[°]BT.
- La participation des trois armées Terre, Air, Mer, des Services Communs Santé et Essence et de la Gendarmerie est une belle réussite et a permis une représentativité optimale de la réserve. En 10 ans de JNR, cela doit être une des rares manifestations de ce genre.
- La participation, en renfort du dispositif, des organismes institutionnels (CSRM, PRT, DRHAT, CIRFA ...) souligne l'intérêt porté aux réserves. Dans le concept d'un colloque leur participation serait néanmoins plus utile.
- Les réservistes ont été des acteurs de la conception à l'animation des stands en passant par la réalisation du dispositif.
- La communication sur l'événement a bien été diffusée à l'ensemble du monde de la réserve par les différents réseaux des réservistes.
- Les stands étaient tous d'une qualité soignée et attrayante pour les visiteurs.
- L'affluence, jugée moyenne, doit être considérée, tout de même, comme satisfaisante au vu de la difficulté rencontrée pour communiquer sur l'évènementiel, de l'absence de couverture médiatique et des conditions météorologiques médiocres (temps frais et maussade).
- Le volume des visiteurs peut être évalué à hauteur d'un millier, avec en plus la distribution de 1500 dépliantes durant la matinée.
- Le soutien logistique du 526[°]BT, aux ordres du lieutenant-colonel Chamoux et de son équipe de réservistes, a été en tout point exemplaire et remarquable d'efficacité.
- Les visites du Directeur de Cabinet du SEDAC, du Gouverneur Militaire de Paris, des autorités militaires de la RTIDF ainsi que des nombreux Délégués aux Réserves ont été perçues comme un signe fort de reconnaissance par tous les réservistes.
- L'engagement financier, même s'il n'est pas négligeable, est acceptable eu égard aux objectifs atteints. Sans l'augmenter exagérément, la « rentabilité » de cette journée peut aisément être améliorée.

Points perfectibles :

- La diffusion de l'information et la communication vers le monde de l'entreprise et des acteurs socio-économiques n'ont pas été suffisantes et performantes : des relais plus fiables et une diffusion largement en amont.
- Les visites des élus locaux et régionaux ont été quasiment inexistantes : mieux informer, mieux communiquer, mieux sensibiliser. La présence des autorités gouvernementales aurait eu un impact sûrement significatif.
- Le dispositif du « village réserve » doit être ré-étudié afin de le rendre plus attractif et « ouvert » sur l'extérieur : orientation Arche-Arc de Triomphe, ouverture des tentes sur 2 cotés, plus de matériels en exposition etc...
- Cette opération a été principalement perçue, par les visiteurs, comme une opération de recrutement des armées : améliorer la « visibilité » et la communication (banderole, distribution de dépliants etc...)
- Il n'y a eu aucune présence de dirigeants d'entreprises, excepté ceux issus de la réserve. La rencontre avec les chefs d'entreprise ne pourra s'effectuer que dans une configuration et un contexte mieux conçus et adaptés à leur statut : organisation d'un colloque dans une salle de conférence sur le site, avec présence des autorités gouvernementales et militaires, du Préfet, des Elus locaux et régionaux. Contacts avec les représentants patronaux (Medef, CGE PME ...) et socio-économiques (chambres de Commerce et de l'Industrie etc...)
- La structure organisationnelle de cette opération doit être plus conséquente avec une répartition des missions en fonction des relations et des compétences. L'implication des réservistes dans le montage et la réalisation doit elle être, aussi, plus importante. Les réseaux de réservistes doivent être encore mieux optimisés afin d'obtenir une meilleure synergie.

Conclusions :

Le démarrage et la montée en puissance de cette manifestation a été lente et difficile, car il fallait d'abord convaincre et trouver les interlocuteurs idoines dans les différents domaines de responsabilités. Nous avons, donc, perdu beaucoup de temps et d'énergie au détriment de l'essentiel qui est la communication.

Avec l'expérience de cette première réalisation, nous avons maintenant tous les contacts nécessaires et déjà, plusieurs solutions pour apporter une amélioration certaine à cette opération en termes de conception, d'organisation.

Reste à résoudre toute la problématique de la communication, de l'information et de la médiatisation.

L'idéal serait de pérenniser ce concept, sur le même lieu, pour des raisons évidentes de stratégie vis à vis des employeurs et du nombre de visiteurs potentiels.

Si la décision est actée de reconduire cette opération l'an prochain et les années à venir, le problème du financement se pose, à savoir sa prise en charge en inter-armées.

D'autre part, sans préjuger de la date de la prochaine JNR, le choix d'une période plus propice à ce type de manifestation, en extérieur, doit être, aussi, pris en considération.