



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Armée suisse



Directives 93.030 f

Directives concernant les produits médiatiques destinés à la communication et à l'instruction au sein du Groupement Défense

Valable dès le 01.02.2023
Valable jusqu'au 31.01.2028



Directives concernant les produits médiatiques destinés à la communi- cation et à l'instruction au sein du Groupement Défense

du 01.02.2023

Le chef¹ de la Base logistique de l'armée (BLA), en accord avec le chef de l'Armée,
vu l'annexe 2, ch. 1, 2 et 4 du règlement de gestion du Groupement Défense du 1^{er} janvier
2018²

édicte les directives suivantes :

Section 1 Dispositions générales

Art. 1 But

Les présentes directives

- a. décrivent les produits médiatiques utilisés au sein du Groupement Défense (Groupement D) et leur usage ;
- b. définissent les tâches et les responsabilités liées à la production de produits médiatiques du Groupement D ;
- c. décrivent les ressources disponibles et les processus pour la création de produits médiatiques.

Art. 2 Champ d'application

¹ Les présentes directives s'appliquent

- a. au personnel du Groupement D ;
- b. aux militaires (mil), aux offices et aux organes de commandement ;
- c. aux tiers, qui fournissent des prestations dans la mesure où il s'agit de créer des produits médiatiques, ou aux tiers bénéficiaires de prestations, pour autant que cela soit défini dans une convention.

² Elles sont valables pour l'ensemble des produits médiatiques élaborés sous la responsabilité du Groupement D.

¹ Les termes au masculin désignant des personnes ont valeur inclusive.

² Règlements de gestion (admin.ch).

Section 2 Produits médiatiques et usages prévus

Art. 3 Produits médiatiques

¹ Les produits médiatiques sont des produits et prestations avec un contenu médiatique regroupé comme :

- a. des films, des courts métrages (clips), des produits audio et des films d'animation ;
- b. des programmes d'apprentissage interactifs, des applications mobiles, des produits 3D, de réalité augmentée et de réalité virtuelle ;
- c. des réalisations d'images (photographies) et des traitements de données d'images ;
- d. des imprimés et des graphiques ;
- e. la médiathèque du DDPS, l'agence multimédia en ligne du département proposant *Digital & Web Services* ;
- f. des supports techniques pour l'événementiel.

² Ne sont pas considérés comme des produits médiatiques au sens de ces directives :

- a. les dispositions et documents auxiliaires au sens des directives du 2 août 2021 concernant les dispositions et documents auxiliaires au sein du Groupement Défense (90.080)³ ;
- b. les produits médiatiques qui peuvent être créés avec des moyens de production courants tels que la palette MS Office ou qui ne nécessitent pas les connaissances de spécialistes ;
- c. les produits médiatiques destinés aux engagements et aux opérations réalisés sur mandat du cdmt Op lors d'un engagement ;
- d. les contenus de formation dans le cadre du programme de cours TRANSFER du cdmt MIKA ;
- e. les manifestations.

Art. 4 Usages prévus

¹ Les produits médiatiques peuvent être utilisés à des fins de communication et de formation.

² Les produits médiatiques destinés à la communication servent

- a. à l'échange et à la transmission d'informations ;
- b. à des fins de relations publiques ;
- c. à des fins de représentation, notamment pour des événements internationaux (excepté à des fins de représentation personnelle).

³ Les produits médiatiques destinés à l'instruction servent

- a. à des fins de transmission de savoir et de compétences ;
- b. à des fins de formation et le perfectionnement de la troupe et du personnel.

³ <https://www.lmsvbs.ch/nsui/itemDetail/14609>

Section 3 Tâches et responsabilités

Art. 5 Requirants et bénéficiaires de prestations

Les requérants et les bénéficiaires des prestations de produits médiatiques

- a. respectent le processus de demande et d'approbation ;
- b. justifient la nécessité du produit médiatique demandé ;
- c. sont responsables de l'exactitude matérielle du contenu, en tenant compte notamment des règles relatives à la protection des données et des informations ;
- d. veillent à ce que les produits médiatiques soient généralement créés en plusieurs langues ;
- e. gèrent les produits médiatiques et vérifient régulièrement leur nécessité, leurs dépendances et leur actualité ;
- f. assument la responsabilité de la diffusion des produits médiatiques de manière judicieuse et adaptée aux destinataires.

Art. 6 Centre des médias numériques de l'armée

Le Centre des médias numériques de l'armée (MNA)

- a. conseille les requérants des produits médiatiques dans leur choix ;
- b. examine la faisabilité en tenant compte des ressources ;
- c. crée des produits médiatiques approuvés ;
- d. développe et exploite la médiathèque du DDPS ;
- e. développe et exploite l'infrastructure de production du MNA, les produits médiatiques et les *Digital Services* complémentaires dans le cadre de la transformation numérique ;
- f. fait des recherches sur les images et les vidéos ;
- g. fournit des prestations dans les domaines des médias, des données et du transfert de films et les archive ;
- h. examine les nouvelles technologies et applications dans le domaine des produits médiatiques ;
- i. décide des demandes de produits pour la communication déposées par des personnes extérieures au Groupement D.

Art. 7 Communication Défense

La Communication Défense (Comm D)

- a. crée des produits médiatiques et des contributions rédactionnelles ;
- b. édicte des directives basées sur le concept de communication Défense ;
- c. décide s'il y a lieu de donner suite aux demandes de produits dans le domaine de la communication, dans l'esprit d'une communication intégrée, orientée sur des thèmes précis et sur la faisabilité ;

- d. est responsable de la réalisation et garantit le respect des directives du Groupement D et de l'armée pour les produits médiatiques dans le domaine de la Communication ;
- e. assure une utilisation parcimonieuse des ressources disponibles ;
- f. conseille et soutient les requérants lors de l'initialisation et de l'élaboration de produits médiatiques par les responsables Comm subord dir CdA.

Art. 8 État-major du commandement de l'Instruction

L'état-major du commandement de l'Instruction (EM cdmt Instr)

- a. édicte les autorisations relatives à l'utilisation de produits médiatiques dans le LMS DDPS ;
- b. recueille et examine les demandes de produits médiatiques dans le domaine de la formation et décide ensuite de leur réalisation en fonction de leur faisabilité ;
- c. mandate l'organe chargé de sa réalisation (MNA, gestion de la formation en ligne, industrie, y c. les solutions mixtes) ou lui attribue le projet en cas de décision positive ;
- d. assure les budgets nécessaires aux moyens de formation ;
- e. décide des demandes de produits à des fins d'instruction qui ne proviennent pas du Groupement D.

Art. 9 Chef d'état-major du chef de l'Armée

Le chef d'état-major du chef de l'Armée (CEM CdA)

- a. tranche en cas de divergences entre les requérants et l'instance de décision ;
- b. établit, le cas échéant, des priorités s'agissant de la réalisation de produits médiatiques.

Art. 10 Reprographie du Centre administratif du DDPS

La Reprographie du Centre administratif du DDPS (Repro CA DDPS)

- a. conseille les bénéficiaires de prestations dans le choix des matériaux appropriés ;
- b. contrôle la faisabilité et le financement ;
- c. crée des produits imprimés en grand format et en format spécial ;
- d. crée des produits imprimés en petit format pour l'usage de la troupe ;
- e. élabore des produits imprimés avec des contenus classifiés jusqu'au niveau SECRET inclus ;
- f. transmet les commandes d'impression en petit format à l'Office fédéral des constructions et de la logistique (OFCL) ;
- g. étudie les nouvelles technologies et applications dans le domaine des produits imprimés.

Secteur 4 Ressources

Art. 11 Finances

¹ Si des moyens financiers sont nécessaires pour la production de produits médiatiques, il s'agit de prendre en considération les crédits suivants :

- a. prioritairement, les crédits de projets et les crédits de programmes et crédits-cadres ;
- b. puis, les charges de fonctionnement de la BLA.

² Les publications sont financées par l'OFCL.

³ La Comptabilité de la troupe finance les manifestations auxquelles participent une majorité (plus de 50 %) de personnes touchant une solde.

⁴ Si les moyens financiers disponibles ne suffisent pas, le financement doit être demandé auprès de la gestion des moyens de la D.

⁵ Les responsables Comm D, de la gestion de l'apprentissage en ligne et du MNA discutent du développement et des ressources à leur disposition dans le domaine des Finances, les coordonnent régulièrement et en déduisent les éventuelles mesures à prendre.

Art. 12 Médiathèque du DDPS

Dans la médiathèque du DDPS, des produits médiatiques du MNA et de ses partenaires sont proposés pour être utilisés selon les dispositions en vigueur. Outre des produits médiatiques actuels, la médiathèque du DDPS comprend aussi des photos, des films et des vidéos historiques.

Art. 13 Infrastructure de production du MNA

L'infrastructure de production du MNA :

- a. contient des stations pour le travail médiatique, des studios d'enregistrement, des studios photo, du matériel technique pour l'événementiel et des moyens de production et de présentation mobiles pour l'utilisation sur place ;
- b. est utilisée pour l'exploitation d'un LAN de production avec le matériel informatique et les logiciels correspondants pour la création des produits médiatiques ;
- c. est utilisée pour publier, archiver et distribuer des produits médiatiques.

Section 5 Processus

Art. 14 Processus de demande et d'approbation des produits médiatiques à des fins de communication

Le processus de demande et d'approbation des produits médiatiques à des fins de communication comprend les étapes suivantes :

- a. dépôt de la demande de produit (document en ligne) auprès du DMA ;
- b. évaluation de la nécessité, de la faisabilité et du financement par les services compétents ;
- c. évaluation et décision par les instances d'autorisation suivantes :

- I. le chef Produits médiatiques Comm D pour les demandes internes au Groupement D;
- II. le chef MNA pour les demandes externes au Groupement D.

Art. 15 Processus de demande et d’approbation des produits médiatiques à des fins d’instruction

Le processus de demande et d’approbation des produits médiatiques à des fins d’instruction comprend les étapes suivantes :

- a. dépôt de la demande de produit (document en ligne) auprès du cdmt Instr, Prescriptions en matière de formation et pilotage ;
- b. évaluation de la nécessité, de la faisabilité et du financement par les offices ou groupes de projet compétents ;
- c. évaluation et décision par le chef Prescriptions en matière d’instruction et pilotage cdmt Instr des demandes internes et externes au Groupement D.

Art. 16 Processus des mandats d’impression Reprographie CA DDPS

Les processus des mandats d’impression comprennent les étapes suivantes :

- a. dépôt, par les bénéficiaires, de l’ordre d’impression (document en ligne) auprès de la reprographie CA DDPS ;
- b. évaluation du respect des exigences formelles, examen de la faisabilité et du financement ;
- c. mise en œuvre du mandat d’impression.

Section 6 Entrée en vigueur

Art. 17

Les présentes directives entrent en vigueur le 1^{er} février 2023 et restent valables jusqu’au 31 janvier 2028.

Chef BLA
Divisionnaire Rolf Siegenthaler

