



UNION NATIONALE DES COMBATTANTS

Fondée en 1918 • Reconnue d'utilité publique par décret du 20 mai 1920

Directive pluriannuelle de communication

Association intergénérationnelle centenaire, l'UNC est riche de sa diversité et de son maillage territorial. Pendant des décennies, elle a tenu sa force et son influence de ses très nombreux adhérents. En raison de la disparition progressive des combattants d'AFN et du taux d'engagement moindre des armées françaises depuis la fin de la guerre d'Algérie, l'UNC, comme toutes les autres associations du monde combattant, subit une baisse inéluctable de ses effectifs.

Ce constat conduit l'UNC à mettre en œuvre une stratégie offensive dans le domaine de la communication, avec pour objectif de faire connaître l'UNC telle qu'elle est : une association ouverte sur la société, crédible et efficace, rassemblant tous ceux qui ont porté les armes de la France, qu'ils soient ou qu'ils aient été engagés volontaires, réservistes ou appelés du contingent, leur famille et ceux qui partagent les mêmes objectifs. Ainsi l'UNC veut contribuer à être, à terme de 5 à 10 ans, le « catalyseur » du rajeunissement et de l'unité du monde combattant, grâce à son dynamisme fait d'actions concrètes.

Cet effort dans notre communication doit nous permettre de freiner l'érosion, voire de préserver nos effectifs tout en substituant à une influence fondée auparavant sur le nombre, une influence s'appuyant sur les services rendus et les relais d'opinion.

1 - LE CONTEXTE

11 - Une société de l'image et de l'information

Nous évoluons dans une société de l'information et de l'image. Notre communication doit être en phase avec ce phénomène, tout en s'attachant à garder des repères. Dans ce contexte, nous devons être capables de réagir vite et également nous efforcer de façonner une « image de marque », délestée des aspects parfois caricaturaux du monde combattant qui s'avèrent dissuasifs pour le recrutement.

12 - Un déficit de connaissance de nos concitoyens

L'UNC « d'aujourd'hui », comme toutes les associations du monde combattant, reste en grande partie méconnue du grand public, et aussi, mais dans une moindre mesure, des décideurs civils et militaires. Incontestablement, un effort s'impose pour profiter de toute opportunité ou événement pour se faire mieux connaître.

13 - La crise du monde associatif

Le monde associatif dans son ensemble vit une mutation profonde, confronté à des générations qui hésitent à s'engager quelle que soit l'association. Le même phénomène est observé dans les syndicats et les partis politiques qui ont tous vu leurs effectifs fondre ces dernières décennies. Cette tendance, accentuée par la pandémie de 2020-2021, contraint les associations à mettre en place une dynamique nouvelle pour attirer les éléments moteurs des jeunes générations.

Parallèlement, les pouvoirs publics s'interrogent de plus en plus ouvertement sur l'avenir des associations du monde combattant dont ils ont du mal à discerner sur lesquelles s'appuyer pour soutenir les forces armées, promouvoir l'esprit de défense et contribuer à la résilience de la Nation.

14 - Des questions légitimes sur les particularités de l'UNC

L'amélioration des dispositions de la législation combattante, fruit de l'action des associations de combattants - dont une majeure partie due à l'UNC - depuis la fin de la première guerre mondiale, combinée aux efforts déployés par les armées, notamment depuis la professionnalisation, vis-à-vis de la condition militaire, conduisent légitimement à s'interroger sur l'utilité d'adhérer à l'UNC, alors même que la « concurrence » entre associations est d'autant plus vive que toutes sont confrontées à un effondrement démographique et à la crise des recrutements.

Il est donc plus que jamais nécessaire de mettre en avant les singularités de l'UNC et de son offre, afin de persuader nos interlocuteurs, possibles adhérents ou décideurs politico-militaires que notre association est la seule à agir dans le tout le spectre qui intéresse le monde combattant.

2 - LES OBJECTIFS DE COMMUNICATION

L'UNC a 3 objectifs stratégiques de communication :

- renforcer la cohésion interne,
- recruter de nouveaux adhérents,
- asseoir, auprès des pouvoirs publics, l'UNC comme l'interlocuteur incontournable sur toutes les questions concernant le monde combattant et la mémoire.

3 - LES DIFFÉRENTS PUBLICS CIBLES

31 - Les différentes catégories de ressortissants¹

311 - Les Opex

Les Opex constituent la cible prioritaire en termes de communication. Depuis la fin du conflit algérien en 1964, plus de 250 000 soldats français, professionnels ou appelés volontaires, sont intervenus sur tous les théâtres au cours de plus de 30 opérations. 65% du personnel actuellement sous les drapeaux est sous contrat et la durée moyenne de service, toutes catégories confondues, est d'environ 12 ans.

Il s'agit d'une population particulièrement hétérogène qui, à la différence des autres catégories, a vécu des parcours et des situations opérationnelles très diverses. Elle est également partiellement féminisée. Elle a par ailleurs bien plus de droits que n'en ont eu les précédentes générations du feu et tous, à de très rares exceptions près, sont titulaires de la carte du combattant (CC) et du titre de reconnaissance de la Nation (TRN).

C'est parmi ces Opex que se trouve une frange particulière qui doit être l'objet de toute l'attention de l'UNC, les blessés.

Après avoir quitté le service actif, cette population éprouve peu d'intérêt à adhérer à une association du monde combattant. Elle lui préfère les amicales d'unité ou les associations de

¹ Il n'est pas tenu compte dans l'ensemble de ce document des ressortissants de la seconde guerre mondiale (environ 700) et de la guerre d'Indochine (environ 900). Ils représentent en effet seulement 1 % des effectifs de l'UNC.

spécialité dans lesquelles elle se reconnaît plus et où elle trouve, une fois quitté l'uniforme et malgré l'éloignement, la solidarité et la fraternité d'un passé commun.

Les Opex représentaient 6 % des effectifs de l'UNC fin 2023, soit environ 9 500 personnes.

312 - Les soldats de France

Près de 25 ans après la suspension effective de la conscription², les soldats de France sont encore et toujours un large vivier de recrutement. En effet, plusieurs millions de jeunes Français se sont succédé dans les unités des trois armées et de la gendarmerie dans le cadre de la conscription. Ces appelés du contingent, qui ont participé concrètement à la défense de la France, méritent notre attention, même si leurs motivations peuvent être différentes des Opex ou des AFN.

Les engagés, d'active ou sous contrat, non titulaires de la CC et du TRN sont aussi des soldats de France susceptibles de rejoindre nos rangs, tout particulièrement ceux issus de la gendarmerie. Leur nombre a fortement décru ces dernières années compte tenu du niveau d'engagement des armées françaises depuis 1990. La très forte décélération des projections en Opex pourrait partiellement et/ou temporairement inverser la tendance.

Les réservistes peuvent revendiquer également ce statut. L'ambition du ministère des Armées³ dans ce domaine offre à l'UNC de réelles opportunités, malgré la concurrence des associations catégorielles de réservistes qui sont très impliquées dans la rénovation de la réserve opérationnelle aux côtés des pouvoirs publics.

Enfin, la catégorie de soldat de France peut s'entendre de façon plus extensive. Certains départements y engagent l'ensemble des corps en uniforme : pompiers, policiers...

Les soldats de France représentaient 19 % des effectifs de l'UNC fin 2023, soit environ 27 600 personnes.

313 - Les associés

Les associés, à la différence des catégories précédentes, n'ont pas, ni de près ni de loin, participé à la défense de la France ni à la protection des vies et des biens des Français. En revanche, ils partagent les valeurs de l'UNC et y trouvent avant tout une façon de concrétiser leur attachement prioritaire aux questions de mémoire.

Cette population, très hétérogène, ne se sent donc que peu concernée par la défense des droits à réparation et des dispositifs de soutien aux militaires blessés ou en reconversion. Elle n'a par ailleurs pas d'histoire commune ou de témoignages à faire partager.

Cette catégorie est virtuellement un gisement de recrutement sans limite. C'est ici que se recrute les jeunes porte-drapeaux et les cadets⁴. Elle revêt donc, paradoxalement, un enjeu stratégique pour l'image de rajeunissement de l'UNC.

Les associés représentaient 9 % des effectifs de l'UNC fin 2023, soit environ 13 500 personnes.

314 - Les veuves de guerre, de combattants et les orphelins

Les veuves de guerre et de combattants constituent une population importante en nombre qui s'accroît en proportion inverse de la diminution des effectifs. Les orphelins représentent une part très marginale au sein de cette catégorie.

² Les derniers appelés ont été rendus à la vie civile en 2002.

³ 1 réserviste pour 2 militaires d'active en 2035, soit près de 100 000 réservistes contre 40 000 aujourd'hui.

⁴ Au travers des missions d'intérêt général du service national universel.

Les veuves cherchent avant tout au sein de l'UNC à lutter contre la solitude et à faire perdurer la solidarité et les liens de camaraderie tissés avant le décès de leur conjoint. Elles éprouvent cependant des difficultés à trouver leur place au sein des associations locales.

Se trouvant parfois dans un certain dénuement, elles doivent souvent être conseillées administrativement et juridiquement, et sont les bénéficiaires majoritaires des aides sociales dispensées par l'UNC.

Les veuves et orphelins représentaient 16 % des effectifs de l'UNC fin 2023, soit environ 23 500 personnes.

315 - Les AFN

Les combattants d'AFN, dont le nombre diminue inexorablement, représentent actuellement un peu moins de la majorité de nos effectifs. Ce sont les « gros bataillons » de notre maillage territorial. Il s'agit d'une population d'octogénaires, peu sensibles aux nouvelles technologies, qui recherchent maintenant la convivialité et la défense légitime de leur action en Afrique du Nord, sujet sur lequel ils restent particulièrement sensibles.

Certains d'entre eux rejoignent encore l'UNC, que ce soit des 1962-1964, à peine moins âgés, ou bien des associations locales complètes qui ne trouvent plus parmi leurs adhérents des candidats pour occuper des postes de mandataires.

Les AFN représentaient 49 % des effectifs de l'UNC fin 2023, soit environ 73 500 personnes.

32 - Le monde militaire

321 - Les militaires en activité

Les militaires en activité côtoient régulièrement le monde combattant à l'occasion des cérémonies patriotiques auxquelles des détachements d'unités participent. Ils en ont donc une vision en partie réduite aux porte-drapeaux, souvent âgés.

Préférant de beaucoup la solidarité d'unité ou de spécialité, leur jeune âge et les réflexes individualistes générationnels ne les incitent pas à adhérer alors qu'ils sont en activité et qu'ils ne comprennent pas ce que peut leur apporter une telle démarche. Leur carrière nomade, mêlant mutations et projections, les empêchent également de se projeter dans une adhésion territorialisée. De surcroît, beaucoup pensent qu'ils n'ont pas le droit d'être adhérent à ce qu'ils assimilent parfois à des « syndicats ».

Il faut donc pouvoir entrer en contact avec nos futurs adhérents Opex pour les informer de leur intérêt à adhérer, en ayant accès aux quartiers militaires pour se faire connaître et reconnaître. Cela peut se faire à l'occasion des portes ouvertes, en participant systématiquement aux prises d'armes et fêtes d'unités, et en assurant une présence régulière au sein du guichet Atlas⁵ de la garnison, par lequel doit passer tout militaire muté ou radié.

322 - Les autorités militaires

Les autorités militaires locales considèrent souvent le monde combattant comme un maquis peu compréhensible et rechignent donc à ouvrir leurs portes aux associations, soit par réflexe corporatiste, afin de ne pas créer de concurrence à leurs amicales, soit craignant, en acceptant l'une, d'être obligé de le faire pour toutes les autres. La qualité des relations tissées entre une

⁵ Atlas : Accès en tout temps, en tout lieu au soutien, guichet unique multiservices d'accès au soutien individuel et de délivrance de prestations.

autorité militaire locale et une association est une question de personne et doit souvent être réévaluée à chaque mutation, tous les deux ans.

Le regard des autorités de haut niveau est tout autre. Elles sont conscientes que les associations contribuent directement à entretenir la résilience, les forces morales et la vitalité des forces armées, veillent sur le fameux lien armées-Nation et sont un relais absolument essentiel entre les armées et la société civile.

Néanmoins, derrière ce discours positif se cache une incompréhension devant l'éclatement du monde combattant, entre associations généralistes, mémorielles et catégorielles, que ces hautes autorités verraient bien rationaliser, leur préférant le monde plus lisible des amicales et associations d'unité ou de spécialité.

33 - Le monde de l'Éducation nationale

Les interactions entre le monde combattant et l'Éducation nationale sont très hétérogènes. Il est fréquent avec les enseignants du primaire, à l'occasion des cérémonies commémoratives auxquelles participent régulièrement et de façon dynamique des classes complètes, tout particulièrement dans les petites communes. Il est beaucoup plus rare avec les enseignants du secondaire chez lesquels on retrouve encore la méfiance voire l'hostilité atavique de ce monde pour le nôtre.

Le développement des classes de défense, les jumelages entre une association et un établissement scolaire, les partenariats divers avec les rectorats, les participations d'adhérents à la journée défense et mémoire du service national universel⁶ et le recrutement de quelques enseignants, dont certains ont des responsabilités au sein des bureaux, ne doivent pas cacher que, pour l'UNC, le monde de l'Éducation nationale est une *terra incognita* pour laquelle il nous faut trouver des clefs pour rentrer localement et des relais au niveau national.

34 - Les pouvoirs publics et les élus

341 - Les pouvoirs publics

Les pouvoirs publics n'ont aucun doute sur le fait que les associations du monde combattant sont les premiers soutiens de nos armées dans le monde civil et qu'elles participent pleinement au travail de mémoire et à la résilience de la Nation. Les acquis de la législation combattante et le maintien des prestations afférentes ne font pas l'objet de débats.

Un devoir de vigilance s'impose néanmoins, tant est grande la tentation, pour un État impécunieux, de trouver des marges de manœuvre financière dans le budget des anciens combattants. Cette vigilance doit s'appliquer également contre la tendance actuelle à la repentance historique.

Les relations de l'UNC avec les pouvoirs publics en général et le secrétariat d'État de tutelle et l'ONaCVG en particulier sont bien naturellement étroites et constructives. L'UNC est considérée comme l'une des trois ou quatre associations majeures du monde combattant et, surtout, regardée comme la seule pouvant mobiliser encore une masse d'adhérents et de drapeaux, grâce à un maillage territorial unique. Elle est par ailleurs aujourd'hui l'une des plus présentes et actives dans les travaux qui sont menés sous l'égide de l'État.

Un travail permanent d'influence est néanmoins nécessaire pour continuer à se démarquer de la « concurrence » et à expliquer que l'aisance financière de certains ne leur suffit pas pour revendiquer une position hégémonique dans le monde combattant.

⁶ Le service national universel est piloté par l'Éducation nationale.

342 - Les élus

Les élus nationaux, départementaux ou locaux côtoient en permanence le monde combattant. Ils y sont attachés car ils savent qu'il est un acteur incontournable de la mémoire et de la citoyenneté sur le terrain mais aussi et surtout car ils n'en méconnaissent pas le potentiel électoral.

Les élus locaux sont très attachés à la présence de drapeaux aux cérémonies commémoratives dans leur commune. Ils sont donc un soutien de poids pour le maintien du tissu associatif.

De nombreux élus sont membres de l'UNC, plutôt à l'échelon local, et certains ont même des fonctions au sein des instances d'association.

Ces relais d'influence doivent nous permettre de protéger les acquis de la législation combattante et de continuer à promouvoir les attentes du monde combattant.

4 - LES AXES DE COMMUNICATION⁷

L'Union nationale des combattants, première association du monde combattant par l'unicité et l'homogénéité de sa structure, son maillage territorial et la variété de son recrutement :

- **rassemble** les hommes et les femmes qui ont un jour porté les armes pour la défense de la France, les veuves et orphelins de guerre, les veuves d'anciens combattants, tous ceux qui ont participé à la protection des vies et des biens des Français, et tous ceux qui partagent nos valeurs ;
- **agit** pour la défense et les intérêts du monde combattant, tout en exprimant sa solidarité pour les plus faibles, dont les veuves et les blessés ;
- **perpétue** le souvenir des combattants « morts pour la France » ;
- **contribue** au travail de mémoire et à la formation civique des jeunes générations ;
- **nourrit** l'esprit de défense par ses témoignages, ses réflexions et son soutien aux forces armées, de police et de secours.

5 - LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

- **Inform**er le public interne (responsables des fédérations et des associations, adhérents) de la vie et des actions concrètes de l'UNC au travers des supports de communication de l'association.
- **Promouvoir** l'image et les actions concrètes de l'UNC auprès du public externe au travers des supports de communication de l'association.
- **Réagir** aux événements intéressant le monde combattant, aux déclarations politiques ou à tout autre fait concernant directement ou indirectement l'UNC.
- **Rayonner**, à tous les niveaux de l'UNC, en établissant un réseau de relations privilégiées avec les décideurs civils et militaires, l'Éducation nationale et les élus.
- **Influencer** les décideurs civils et militaires, l'Éducation nationale et les élus en les persuadant que l'UNC est l'interlocuteur privilégié pour porter la cause du monde combattant.

⁷ Un axe de communication est l'idée directrice qui dicte le ton de la communication. C'est autour de cet axe que les outils de communication, les messages, l'affichage, les stratégies, les supports médiatiques et les activités doivent être construits. L'axe de communication représente les valeurs que l'entité souhaite véhiculer.

6 - LES MESSAGES CLEFS⁸

61 - Les messages génériques

- Expérience

L'UNC a fêté son centenaire en 2018. Depuis la fin de la première guerre mondiale, l'UNC est à l'origine d'un grand nombre d'acquis de la législation combattante en matière de réparation (pensions, retraites, ...) et de reconnaissance (CC, TRN, ...). Elle est partie prenante, au niveau national et départemental, de l'Office national des combattants et victimes de guerre, organisme géré de façon paritaire.

« Depuis plus de 100 ans, L'UNC se tient à vos côtés. »

- Crédibilité

L'UNC est un partenaire privilégié des pouvoirs publics dans la défense des intérêts du monde combattant, dont l'avis est régulièrement sollicité par les gouvernements en place et les parlementaires.

« L'UNC est l'association la plus représentative et la plus écoutée du monde combattant. »

- Solidarité

L'UNC s'adresse sans exclusivité à toutes les générations de combattants, aux veuves et orphelins de guerre ou de combattant, mais également à ceux qui ne sont pas détenteurs de la CC mais qui ont participé à la défense de la France et à la protection des vies et des biens des Français, et à tous ceux qui partagent ses valeurs. Elle apporte en toutes circonstances un soutien moral mais aussi des aides financières.

« L'UNC est en permanence aux côtés de tous ses adhérents dans la difficulté. »

- Efficacité

Association la plus représentative du monde combattant, l'UNC représente plus de 90 fédérations départementales, près de 3 500 associations locales réparties sur tout le territoire français, en métropole et outre-mer, et même à l'étranger, et environ 150 000 adhérents. Ce maillage territorial constitue un potentiel inégalé de rayonnement et d'influence. Elle continue à se battre au quotidien pour adapter la législation combattante aux nouveaux conflits. Elle bénéficie de référents locaux pour l'accompagnement des blessés et l'aide à la reconversion.

« L'UNC est à l'origine de toutes les grandes avancées législatives au profit du monde combattant. »

- Convivialité

L'UNC prolonge la fraternité d'armes par ses diverses activités. C'est une association qui rassemble et unit.

« L'UNC est une association où il fait bon se retrouver et partager les valeurs patriotiques. »

Expérience, crédibilité, solidarité, efficacité et convivialité, des caractéristiques qui permettent de retenir 6 bonnes raisons d'adhérer à l'UNC.

- Adhérer à l'UNC, c'est recevoir une information continue sur l'actualité du monde combattant et des conseils sur les droits des combattants et victimes de guerre, au

⁸ Ces messages sont complémentaires de ceux développés dans le dossier éléments de langage.

travers de différents supports (lettres d'information, magazine *La Voix du Combattant*, site internet et réseaux sociaux).

- Adhérer à l'UNC, c'est pouvoir le cas échéant bénéficier d'une aide sociale (aide financière, aide à la reconversion, soutien en tant que blessé) ou d'un accompagnement dans des démarches personnelles auprès de l'ONaCVG ou d'autres organismes à caractère social.
- Adhérer à l'UNC, c'est être unis dans la défense des droits des combattants pour les préserver de tout risque de banalisation.
- Adhérer à l'UNC, c'est contribuer dans un cadre intergénérationnel à l'action patriotique du travail de mémoire et à l'esprit de défense.
- Adhérer à l'UNC, c'est participer aux cérémonies et manifestations mémorielles, locales ou nationales.
- Adhérer à l'UNC, c'est se retrouver en toute convivialité pour échanger et partager.

62 - Les messages complémentaires pour les groupes cibles

621 - Les différentes catégories de ressortissants

- Les Opex
 - L'UNC a la capacité de défendre les acquis des droits à reconnaissance et à réparation, régulièrement remis en question par les pouvoirs publics, à la différence des amicales d'unité ou de spécialité qui n'ont pas du tout les mêmes instruments d'influence.
 - L'UNC fournit une aide administrative voire financière aux militaires en phase de reconversion.
Elle travaille dans ce domaine en lien étroit avec des associations patronales et est partenaire d'une association spécialisée dans le reclassement d'anciens militaires.
 - L'UNC apporte un soutien moral et matériel aux blessés, physiques comme psychologiques, ayant quitté le service actif, en complément des dispositifs mis en place par les armées, au travers d'un réseau de référents territoriaux, eux-mêmes souvent blessés.
- Les soldats de France
 - L'UNC n'est pas une association d'anciens militaires d'active ayant tous participé à des opérations extérieures.
 - Plus que jamais, tous ceux qui ont porté les armes, participé à la défense de la France et à la protection des vies et des biens des Français doivent s'engager pour être également les porteurs du patriotisme dans notre société.
 - Adhérents à part entière, les soldats de France bénéficient des mêmes droits et des mêmes prérogatives que les autres catégories, dont celle de pouvoir siéger dans les instances départementales et nationales.
De nombreuses fédérations départementales sont d'ailleurs dirigées par des soldats de France et certains d'entre eux siègent au sein des instances nationales.
 - L'UNC défend l'attribution du TRN aux réservistes opérationnels ayant participé à des Opint, ce qui leur ouvrirait, entre autres, la possibilité de devenir ressortissant de l'ONaCVG.

- Les associés

- L'UNC n'est pas une association d'anciens militaires d'active ayant tous participé à des opérations extérieures.
- A la différence des associations purement mémorielles, l'UNC peut à la fois contribuer à l'action du travail de mémoire et offrir, particulièrement pour les plus jeunes et leur famille, un cadre pour concourir à l'esprit de défense et renforcer le lien armées-Nation, devenant ainsi les porteurs du patriotisme dans notre société.
- Le dispositif des cadets de l'UNC offre ce cadre à des jeunes, volontaires du SNU ou non, attirés par un engagement militaire ou non.
- Adhérents à part entière, les associés bénéficient des mêmes droits et des mêmes prérogatives que les autres catégories, dont celle de pouvoir siéger dans les instances départementales et nationales.

- Les veuves de guerre, de combattants et les orphelins

- L'UNC dispose d'une commission consultative spécialisée pour les veuves et les orphelins qui lui permet d'agir pour faire entendre leur voix auprès des services de l'État et des élus de la Nation, et défendre leurs droits à reconnaissance et réparation, comme par exemple celui de la demi-part fiscale.
- L'UNC, au travers de cette commission, propose un soutien moral et est en mesure de fournir aide et conseils pour la rédaction de dossiers à caractère administratif, de demandes d'indemnisations complémentaires ou en cas de litiges avec les organismes d'assurances. Elle favorise la prise de contact avec les organismes institutionnels, en renseignant les intéressés et en intervenant si besoin, à l'occasion de diverses démarches, notamment auprès de l'ONaCVG ainsi qu'auprès des médecins et assistants sociaux.
- L'UNC peut apporter des aides financières ponctuelles, dans l'attente ou en complément des aides accordées par les commissions solidarité de l'ONaCVG.
- Les veuves sont les plus grandes bénéficiaires des aides dispensées par la commission consultative aide sociale et solidarité de l'UNC.

- Les AFN

- L'UNC continue à défendre les intérêts des anciens combattants d'AFN et tout particulièrement la mémoire de leur participation à la guerre d'Algérie, contre toute réinterprétation de l'histoire et volonté de repentance.
- L'UNC défend la mémoire des 617 militaires français disparus entre 1954 et 1962 et après cette date.
- L'UNC accueille toujours avec respect et bienveillance en son sein des anciens combattants d'AFN, que ce soit à titre individuel ou à titre collectif.

622 - Le monde militaire

- Les militaires d'active⁹

- Tout militaire en activité a le droit d'adhérer à une association du monde combattant sans être obligé d'attendre de quitter l'uniforme¹⁰.

⁹ En complément des messages spécifiques aux Opex.

¹⁰ L'actuel chef d'état-major de l'armée de terre est adhérent de l'UNC.

- Les autorités militaires

- Contrairement aux amicales d'unité ou de spécialité, seules les associations du monde combattant en général, et l'UNC tout particulièrement, ont fait progresser la législation combattante, que ce soit le droit à reconnaissance ou celui à réparation, et seules ces associations pourront les défendre, alors qu'ils sont en permanence remis en question par les pouvoirs publics.
- Il est nécessaire « d'ouvrir les portes » des unités militaires pour faire connaître aux militaires en activité et à ceux qui vont bientôt quitter le service l'étendue des actions des associations du monde combattant en général et de l'UNC en particulier.
- Dans le domaine de l'aide aux blessés, l'UNC, grâce au maillage territorial de ses référents départementaux, agit comme un « SAMU social », repérant et aidant ceux que les structures de l'État ont perdu de vue.
- L'UNC agit dans le domaine de la reconversion et de l'aide aux blessés non pas en concurrence mais en complément des dispositifs mis en place par le ministère des Armées.

623 - Le monde de l'Éducation nationale¹¹

- Plus que toutes autres associations du monde combattant ou mémorielle, l'UNC, par son caractère intergénérationnel et la diversité de son recrutement, est une association « passeur de mémoire ».
- L'entretien de la mémoire combattante, en favorisant les interactions entre les scolaires de tous niveaux et les associations du monde combattant, est un moyen essentiel pour éduquer les enfants à la citoyenneté.

624 - Les pouvoirs publics et les élus¹²

- Les pouvoirs publics

- L'UNC, par l'unicité et l'homogénéité de sa structure, son maillage territorial et la variété de son recrutement, est l'association la plus représentative et la plus dynamique du monde combattant.
- Respecter et protéger le monde combattant assure la pérennité d'une population qui est une actrice essentielle de la citoyenneté et de la résilience de la Nation dans les territoires.

- Les élus

- L'UNC, par l'unicité et l'homogénéité de sa structure, son maillage territorial et la variété de son recrutement, est un acteur essentiel de la vie locale.
- Faciliter localement la vie des associations en assurant leur pérennité permet de maintenir ce lien vital entre toutes les générations qui entretient auprès des citoyens l'histoire et la mémoire combattante.

7 - LES OUTILS DE COMMUNICATION

L'UNC dispose d'une palette de moyens et d'outils pour répondre aux objectifs de communication.

¹¹ Ces messages spécifiques peuvent être complétés par les travaux du comité consultatif d'action civique et de mémoire.

¹² Il ne s'agit pas ici de confondre revendications portées par l'UNC et messages de communication pour promouvoir l'UNC. Ces messages spécifiques peuvent être complétés néanmoins par les travaux du comité consultatif législation.

- Magazine mensuel : *La Voix du Combattant*¹³
- Lettres d'information mensuelles : *Actu du président, UNC-Infos*
- Site internet de l'UNC
- Réseaux sociaux : Facebook, LinkedIn, YouTube
- Communiqués et messages rédigés à l'événement
- Dossier éléments de langage
- Fournitures à la disposition de toutes les fédérations et associations locales : dépliants de présentation, affiches, chemises à rabats, autocollants ...
- Objets promotionnels en vente au magasin du siège : agendas, porte-clefs, gourdes, chopes, casquettes...

8 - LES ACTEURS DE LA COMMUNICATION

La communication, quelle soit interne ou externe, est l'affaire de tous car chaque adhérent est un recruteur potentiel et participe au rayonnement de l'association.

Cependant, pour être efficiente, elle doit être maîtrisée et coordonnée. Elle s'articule donc de la façon suivante.

81 - Le président national

Le président national, avec le bureau national, définit la politique globale de communication de l'UNC et les actions à mener annuellement pour répondre aux objectifs stratégiques de l'association, après avis du conseil d'administration national. Il s'appuie pour cela sur le comité consultatif communication et réseaux sociaux, et sur le directeur administratif du siège.

Le président national prend tout particulièrement à sa charge les actions de rayonnement et d'influence auprès des pouvoirs publics et des élus nationaux.

82 - Le comité consultatif communication et réseaux sociaux

Le comité consultatif communication et réseaux sociaux conçoit la communication de l'UNC. Il rédige la directive pluriannuelle de communication et le plan d'actions annuel, conformément aux directives du président national et les soumet pour approbation au conseil d'administration national. Il propose pour approbation au conseil d'administration national un budget annuel.

Il est également responsable du dossier éléments de langage, élaboré en coordination avec les autres comités consultatifs, dont il veille à la mise à jour permanente. Il réalise l'agenda annuel de l'UNC, vendu par le magasin.

Le directeur administratif du siège participe aux travaux du comité consultatif communication et réseaux sociaux, sans voix délibérative.

83 - Le directeur administratif du siège

Le directeur administratif du siège assure la fonction de conseiller communication du président national, compte tenu des contacts quotidiens qu'il entretient avec lui.

Il met en œuvre le plan d'actions, pilote au quotidien la communication nationale de l'UNC et rend compte au président national et au comité consultatif.

A ce titre, il :

- prépare les contacts avec la presse nationale ;

¹³ Le mensuel de l'UNC doit faire l'objet d'une attention particulière en raison de son rôle en termes de cohésion interne et de sa capacité à attirer de nouveaux adhérents, pourvu qu'il soit sorti du cercle restreint des adhérents.

- fait fonction de directeur de la rédaction du magazine *La Voix du Combattant* ;
- prépare les comités de rédaction de *La Voix du Combattant* ;
- rédige les deux lettres mensuelles d'information du siège ;
- rédige et diffuse les communiqués de presse ;
- anime le site internet du siège national ;
- anime le compte LinkedIn du siège national¹⁴ ;
- supervise la réalisation des supports de communication.

84 - Les présidents de fédération départementale

Les présidents de fédération départementale adaptent à leur niveau et leur environnement spécifique les objectifs de communication du siège national.

Ils doivent entretenir un réseau de relations personnalisées avec les pouvoirs publics, les élus, l'Éducation nationale, les institutions militaires de leur département et la presse régionale.

Ils doivent s'appuyer sur un chargé de communication qui est, entre autres, responsable de superviser l'envoi d'articles sur les activités du département et des associations locales au secrétariat de la rédaction de *La Voix du Combattant*¹⁵, et d'animer le compte Facebook de la fédération départementale.

85 - Les présidents d'association locale

Les présidents d'association locale adaptent à leur niveau et leur environnement spécifique les objectifs de communication du siège national et de la fédération départementale.

Ils doivent entretenir un réseau de relations personnalisées avec les pouvoirs publics, les élus, l'Éducation nationale, les institutions militaires de leur zone de responsabilité et la presse locale.

Ils doivent faire remonter vers la fédération départementale un maximum d'articles relatant les activités de leur association, en vue d'une publication dans *La Voix du Combattant*. Ils veillent à animer le compte Facebook de leur association s'il en existe un.

¹⁴ Le compte Facebook du siège national est actuellement animé par un administrateur, membre du comité consultatif communication et réseaux sociaux.

¹⁵ Cela concerne également les quelques fédérations qui possèdent leur propre magazine.