



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère des Affaires étrangères
et européennes

Le Ministre de la Défense

CHAMBRE DES DÉPUTÉS

Entrée le :

Luxembourg, le 27 DEC. 2019

CHAMBRE DES DÉPUTÉS

Entrée le :

27 DEC. 2019

n. réf.: A37.2556.19

Monsieur le Ministre
aux Relations avec le Parlement
p.a. Service Central de Législation

L-2450 LUXEMBOURG

Objet : Question parlementaire n°1564

Monsieur le Ministre,

J'ai l'honneur de vous transmettre ci-joint la réponse à la question parlementaire reprise sous rubrique.

Je vous prie de croire, Monsieur le Ministre, à l'expression de mes sentiments très distingués.

François Bausch
Ministre de la Défense

27 DEC 2019

Réponse de Monsieur le Ministre de la Défense à la question No 1564 du 4 décembre 2019 de l'honorable Député Dan Biancalana

Ad tiret 1 :

L'Armée a voulu mener cette enquête pour analyser l'organisation et le fonctionnement de l'Armée, de même que la perception que les gens peuvent avoir d'elle pour en engager un positionnement, un discours de marque et une stratégie de marque « employeur ». Dans ce contexte, une enquête interne et externe a été réalisée. L'enquête a permis d'analyser l'actuelle perception de l'Armée luxembourgeoise de l'intérieur mais aussi de l'extérieur.

Ad tirets 2 et 3 :

Afin d'alimenter ses processus de réflexion stratégique, l'Armée luxembourgeoise a implémenté un sondage de perception « miroir »

- auprès du grand-public sur base d'un échantillon représentatif de 500 répondants,
- auprès de son effectif qui a pu recueillir 653 répondants.

Les questionnaires comportaient un tronc commun et une partie dédiée au vécu interne de l'Armée. Les données ont été recueillies en juin 2018, moyennant un questionnaire papier pour les soldats et un questionnaire électronique pour les membres de l'Armée disposant d'une adresse e-mail.

La participation des membres de l'Armée était facultative.

Ad tiret 4 :

L'enquête a révélé que vu de l'extérieur les connaissances de ce qu'est l'Armée et de ce que fait l'Armée sont plutôt minimalistes. Du côté interne est à relever un désir d'une communication interne plus poussée quant aux activités et orientations futures de l'Armée.

L'enquête a donc montré un fort désir d'information confirmée du public. Par exemple, 72% du grand public serait désireux de recevoir plus d'informations sur le monde de l'Armée. De plus, la légitimité de l'Armée n'est pas contestée. Une majorité absolue de répondants (plus de 3 répondants sur 4) confirment que

- même un petit pays comme le Luxembourg doit participer aux enjeux de défense ;
- l'Armée est un pilier très important de l'engagement du pays vis-à-vis de la communauté internationale.

L'Armée profite essentiellement d'une dimension d'image comme employeur très sûr qui offre une multitude de carrières et de perspectives. Ce constat est confirmé par la motivation première de l'effectif de rejoindre l'Armée pour avoir des perspectives de carrières ultérieures.

En théorie, l'Armée profite de maints attributs reconnus en externe et en interne pour déployer un attrait élevé sur le marché de l'emploi:

- 58% du grand public pensent que l'apprentissage au sein de l'Armée aide à bien maîtriser la vie en général, 58% également pensent qu'au sein de l'Armée on fait un métier qui fait du sens pour la société, etc...
- 58% de l'effectif sont satisfaits de la possibilité qu'ils ont de réaliser un travail varié au sein de l'Armée, 49 % confirment le bon esprit d'équipe.

Les analyses tirées de cette enquête ont été communiquées en interne seulement.

Ad tiret 5 :

L'Armée a décidé de communiquer davantage sur ses missions variées au plan national et international pour mettre en évidence ses tâches variées et intéressantes. L'une des mesures concrètes de l'enquête en matière de communication interne a été la création d'une newsletter pour les membres de l'Armée.

De plus, l'Armée a embauché une deuxième personne comme conseiller en communication adjoint pour renforcer le département des communications notamment pour accentuer notre présence sur les médias sociaux. Cette personne débutera début janvier, permettant de mettre en œuvre une stratégie de communication plus proactive et de grande envergure. Ces mesures aideront à mieux expliquer les possibilités de carrière intéressantes et nombreuses dans l'Armée et à accroître encore son attrait en tant qu'employeur.