



GOVERNEMENT

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Instruction interministérielle n° SGMCAS/DFAS/DICOM/2026/71 du 21 mai 2026 visant à améliorer l'encadrement et le suivi du recours aux prestations de communication

Le ministre du travail et des solidarités
La ministre de la santé, des familles, de l'autonomie
et des personnes handicapées

à

Mesdames et Messieurs les directeurs généraux,
directeurs et délégués d'administration centrale
Mesdames et Messieurs les directeurs généraux
des agences régionales de santé (ARS)

Mesdames et Messieurs les directeurs régionaux de l'économie,
de l'emploi, du travail et des solidarités (DREETS)

Monsieur le directeur régional et interdépartemental de l'économie,
de l'emploi, du travail et des solidarités (DRIEETS)

Mesdames et Messieurs les directeurs de l'économie,
de l'emploi, du travail et des solidarités (DEETS)

Référence	NOR : TRSZ2612950J (numéro interne : 2026/71)
Date de signature	21/05/2026
Emetteurs	Ministère du travail et des solidarités Ministère de la santé, des familles, de l'autonomie et des personnes handicapées Secrétariat général des ministères chargés des affaires sociales (SGMCAS) Direction des finances, des achats et des services (DFAS) Délégation à l'information et à la communication (DICOM)
Objet	Améliorer l'encadrement et le suivi du recours aux prestations de communication.
Actions à réaliser	- Renforcer la maîtrise du recours aux prestations de communication ; - Obtenir l'accord sur l'engagement des projets de recours à des prestations de communication ; - Améliorer le pilotage et la capitalisation des prestations de communication.
Résultats attendus	- Maîtrise des dépenses de communication ; - Encadrement du recours des dépenses de communication.
Echéance	Permanente.

<p>Contacts utiles</p>	<p>Délégation à l'information et à la communication Fabrice MOREAU Mél. : fabrice.moreau@sg.social.gouv.fr Giovanni ROMEO Mél. : giovanni.romeo@sg.social.gouv.fr Quentin TUTTLE Mél. : quentin.tuttle@sg.social.gouv.fr</p> <p>Direction des finances et des achats Sous-direction des achats et du développement durable (SDADD) Christine FLAMANT Mél. : christine.flamant@sg.social.gouv.fr Claude LAWSON Mél. : claudelawson@sg.social.gouv.fr Patrice DUMAS Mél. : patrice.dumas@sg.social.gouv.fr</p> <p>Boîte fonctionnelle : Mél. : appuiprojetscommunication@sg.social.gouv.fr</p>
<p>Nombre de pages et annexes</p>	<p>4 pages + 8 annexes (24 pages)</p> <p>Annexe 1 : Mieux connaître et maîtriser le recours aux prestations de communication. Mobiliser les ressources internes et limiter le recours aux prestations extérieures</p> <p>Annexe 2 : Améliorer le pilotage, la capitalisation et la sécurisation des missions externalisées</p> <p>Annexe 3 : Périmètre du suivi budgétaire</p> <p>Annexe 4 : Dispositions applicables aux ARS</p> <p>Annexe 5 : Dispositions applicables aux opérateurs</p> <p>Annexe 5 bis : Liste des opérateurs mentionnés à l'annexe 5 dont les dépenses de fonctionnement excèdent 60 M€</p> <p>Annexe 6 : Suivi de la programmation et des dépenses des ARS et opérateurs</p> <p>Annexe 7 : Logigramme des dispositions prévues pour l'ensemble de la sphère ministérielle</p>
<p>Résumé</p>	<p>La présente instruction vise à renforcer la régulation du recours aux prestations de communication dans un objectif de performance accrue et d'économies de moyens. Elle crée un dispositif ministériel de pilotage renforcé pour les prestations relevant des groupes marchandises visés. Elle rappelle les règles d'usage du recours aux prestations de communication, notamment pour prévenir les conflits d'intérêt, améliorer le suivi des prestataires et mieux évaluer les prestations réalisées.</p> <p>La présente instruction s'applique aux services de l'administration centrale, aux services déconcentrés, aux ARS et aux opérateurs.</p>
<p>Mention Outre-mer</p>	<p>Le texte s'applique en l'état dans l'ensemble des Outre-mer.</p>
<p>Mots-clés</p>	<p>Communication ; prestation.</p>
<p>Classement thématique</p>	<p>Administration générale</p>
<p>Textes de référence</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Circulaire n° 6506/SG du Premier ministre du 4 octobre 2025 relative à la politique de communication de l'État ; - Instruction n° 6514/SG du Premier ministre du 15 décembre 2025 relative à la refonte de la stratégie et des moyens de la fonction communication de l'État ;

	- Note d'application Premier ministre / Service d'information du Gouvernement (SIG) : moratoire applicable aux dépenses de communication 2025.
Circulaire / instruction abrogée	Néant
Circulaire / instruction modifiée	Néant
Rediffusion locale	Les directions d'administration centrale doivent assurer la diffusion de la présente instruction aux opérateurs concernés dont elles assurent la tutelle.
Validée par le CNP le 13 mai 2026 - Visa CNP 2026-21 Visée au titre du COMEX par le SGMCAS	
Document opposable	Non
Déposée sur le site Légifrance	Non
Publiée au BO	Oui
Date d'application	Immédiate

La circulaire du Premier ministre du 4 octobre 2025 (n° 6506/SG) prescrit une révision de la politique de communication de l'État et de ses organismes, afin d'en accroître la performance et de générer des économies. Elle a instauré un moratoire immédiat jusqu'au 31/12/2025. Les modalités opérationnelles de cette mesure sont précisées par la note d'application Premier ministre / SIG.

L'instruction du Premier ministre du 15 décembre 2025 (n° 6514/SG) engage, quant à elle, la refonte de la stratégie et des moyens de la fonction communication de l'État.

Pour l'année 2026, cette instruction fixe trois orientations prioritaires :

1. renforcer la transparence sur les dépenses de communication de l'État ;
2. accentuer la sobriété budgétaire ayant vocation à s'appliquer à ces dépenses ;
3. réformer la fonction communication de l'État pour en améliorer l'efficacité de façon pérenne, au service de l'intérêt général et de l'information des citoyens.

Les exceptions qui avaient été formulées à l'occasion du moratoire 2025 ne sont pas reprises en 2026. Toutefois, de nouvelles exceptions sont prévues en vertu desquelles les dépenses correspondantes ne sont pas soumises à réduction.

La présente instruction et ses annexes précisent les modalités de mise en œuvre, au niveau ministériel, des points 1 et 2 susmentionnés, par la mise en place :

- d'un encadrement du recours à un prestataire extérieur, une amélioration du suivi et la capitalisation des prestations ;
- d'un suivi systématique des dépenses de communication pour les groupes marchandises (GM) ciblés afin de garantir la maîtrise budgétaire de ces dépenses.

La présente instruction s'applique pour les dépenses passées sur les GM listés en annexe 3, ou équivalence pour les opérateurs, à compter du premier euro.

Les services déconcentrés sont exonérés en raison du faible montant de leurs volumes d'achats. Cependant, ils bénéficieront d'un dialogue de gestion étroit avec la DICOM en ce qui concerne leur plan de communication et l'accompagnement nécessaire à la mise en œuvre de celui-ci.

Afin de garantir la bonne information et la coordination entre les services, tous les échanges liés à la mise en œuvre de la présente instruction se feront exclusivement via la boîte fonctionnelle appuiprojetscommunication@sg.social.gouv.fr. Cette modalité permettra de s'assurer que la DFAS/SDADD et la DICOM soient systématiquement destinataires et puissent traiter les demandes dans les meilleurs délais.

- En annexe 1, vous trouverez le mode opératoire pour **mieux connaître et maîtriser le recours aux prestations de communication ; mobiliser les ressources internes et limiter le recours aux prestations extérieures ;**
- En annexe 2, vous trouverez les attentes relatives à **l'amélioration du pilotage, à la capitalisation et à la sécurisation des missions externalisées ;**
- En annexe 3, vous trouverez le **périmètre du suivi budgétaire ;**
- En annexe 4, vous trouverez, **les dispositions applicables aux ARS ;**
- En annexe 5, vous trouverez, **les dispositions applicables aux opérateurs ;**
- En annexe 5 bis, vous trouverez la **liste des opérateurs mentionnés à l'annexe 5 dont les dépenses de fonctionnement excèdent 60 M€ ;**
- En annexe 6, vous trouverez le tableau pour le **suivi de la programmation et des dépenses des ARS et des opérateurs ;**
- En annexe 7, vous trouverez le **logigramme des dispositions prévues pour l'ensemble de la sphère ministérielle.**

Le pilotage et la coordination de cette nouvelle politique sont confiés à la DICOM du SGMCAS, en coordination avec la DFAS/SDADD, en charge de la politique ministérielle des achats.

Vous **veillerez à porter les textes en référence ainsi que la présente instruction à la connaissance des opérateurs dont vous assurez la tutelle et qui ont également la responsabilité de la mettre en œuvre** selon des modalités adaptées que vous déterminerez avec eux, avec l'appui de la DFAS si nécessaire.

La secrétaire générale,

A stylized signature in black ink, appearing to read 'Signé', written diagonally within a white rectangular box.

Virginie MAGNANT

Annexe 1

Mieux connaître et maîtriser le recours aux prestations de communication. Mobiliser les ressources internes et limiter le recours aux prestations extérieures

1. S'appuyer sur les travaux de programmation pour mieux connaître, prévoir et maîtriser les dépenses de communication

Les procédures de programmation des activités de communication constituent le cadre du pilotage des dépenses de ce domaine, partagé entre la DFAS et la DICOM.

Pour mémoire, conformément à l'instruction du Premier ministre du 15 décembre 2025 (n° 6514/SG), pour 2026, les dépenses doivent diminuer par rapport à l'exercice budgétaire 2024 à hauteur de 20 % pour les directions d'administration centrale, et 40 % pour les ARS et les opérateurs.

En administration centrale et en services déconcentrés, les procédures de programmation sont organisées comme suit.

Chaque début d'année, la DFAS/SDADD organise des dialogues de programmation avec l'ensemble des directions d'administration centrale (DAC) et collecte les programmations des services déconcentrés. En cours d'année cette programmation peut faire l'objet d'actualisations.

La DFAS/SDADD communique à la DICOM les projets des autres DAC et des services déconcentrés enregistrés dans la programmation puis son actualisation le cas échéant, afin qu'elle en vérifie l'opportunité.

Outre l'opportunité, deux points sont contrôlés :

- la régularité et la qualité de l'acte d'achat ;
- la soutenabilité financière au vu de la programmation initiale et du taux d'engagement constaté au regard du plafond autorisé.

La validation de la DICOM sur l'opportunité des projets est transmise à la DFAS/SDADD de manière globale dans le cadre de la programmation initiale, avec un délai d'instruction de 14 jours calendaires.

Pour les nouveaux projets programmés en cours d'année, la DICOM donnera son accord sur l'opportunité au cas par cas, dans un délai de 5 jours calendaires à compter de la saisine complète du dossier.

Pour les projets non validés par la DICOM, celle-ci informe la DAC ou le service déconcentré concerné en précisant les motifs du refus.

Dès l'accord de la DICOM, la DFAS/SDADD vérifie si cette dépense respecte le plafond et met en œuvre ses process habituels (conformément au contrat de service pour l'administration centrale) relatifs à l'ingénierie contractuelle, au choix du support, aux possibilités de mutualisation, etc.

Dès lors qu'un projet a fait l'objet d'une validation par la DICOM et la DFAS/SDADD au titre de leurs compétences respectives, aucune validation complémentaire ne sera requise lors de son lancement opérationnel.

En parallèle, la DICOM élabore un plan de communication annuel transverse couvrant l'ensemble des acteurs des ministères chargés des affaires sociales. Ce plan est amendé et actualisé en tant que de besoin, puis transmis à la DFAS/SDADD.

À l'issue des dialogues de programmation des achats et après collecte des éléments des DAC et des services déconcentrés, la DFAS/SDADD élabore une synthèse identifiant les projets de marchés ministériels et de commandes relevant des accords-cadres interministériels ou des centrales d'achats. Cette synthèse offre une vision globale des dépenses de communication prévues pour l'année à venir, et du respect des plafonds.

Les projets non enregistrés dans la programmation (initiale et actualisée au fil de l'eau) ne seront pas étudiés et aucune commande ne pourra être engagée.

2. Modalité de suivi des dépenses de prestations de communication

2.1. Portée de l'objectif de réduction

Les plafonds d'engagements à l'euro près pour le périmètre de l'État seront communiqués par la DFAS/SDADD sur la base des orientations de la Direction du budget.

Au titre de l'année 2026, les dépenses de prestations de communication sont concernées par l'objectif de réduction des dépenses engagées, qu'elles relèvent des ARS et opérateurs (40 % de réduction par rapport à 2024) ou de l'État (20 % de réduction par rapport à 2024), et, dans ce dernier cas, quel que soit le programme budgétaire support de l'engagement.

Pour les services déconcentrés, leur consommation sera plafonnée au montant de l'exécuté 2024 en autorisations d'engagement (AE). Les groupes de marchandises concernés par ces plafonds sont stabilisés (voir annexe 3) mais peuvent être actualisés annuellement.

Le plafond de l'administration centrale et des services déconcentrés est déterminé en tenant compte de l'exclusion des :

- dépenses de communication liées aux fonds européens alloués pour un projet spécifique ;
- dépenses favorisant la collecte de dons de toute nature ;
- commercialisation de stands, etc. ;
- dépenses de valorisation des travaux de recherche, colloques et publications, production de support de formation, rapports, etc. ;
- dépenses de communication en cas de crise majeure ou sectorielle ;
- dépenses en matière de lutte contre la « guerre informationnelle », visant à protéger les intérêts français dès lors qu'ils sont menacés par une puissance étrangère en dehors du territoire national.

Par ailleurs, le cabinet du Premier ministre a rappelé lors de la réunion interministérielle du 31 mars 2026, que seuls les objets de communication interministériels retenus par le Service d'information du Gouvernement (SIG) pourront faire l'objet d'investissements média. Il détermine pour chacun de ces objets de communication le ministère menant (éventuellement un ministère co-menant) et les ministères concourants.

Les ministères menants et co-ménants auront la charge de mettre en place :

- Une note de cadrage co-construite avec les ministères concourants et validée par le SIG ;
- Des comités de projets (COPROJ) réunissant les différentes parties prenantes (les ministères concourants et si pertinent en lien avec les DICOMs, les opérateurs ainsi que les services déconcentrés intéressés).

Les prestations de « Création et d'investissement média » (GM 38.02.07 Achat et gestion d'espace publicitaire) pour l'ensemble des objets interministériels font l'objet d'un montant d'investissement maximal qui doit être suivi et respecté.

Aucune dépense d'achat d'espace publicitaire ne peut être programmée en dehors des 23 objets interministériels définis dans le cadre de la réunion interministérielle (RIM). Tout projet de campagne avec achat d'espace devra être adressé à la DICOM via la programmation demandée dans la présente instruction et en cas de demande nouvelle dans l'année, le plus en amont possible. Il est rappelé que la DICOM est garante au titre des ministères chargés des affaires sociales du non-dépassement strict des dépenses attachées à chaque objet et de la cohérence stratégique des prises de parole incluant de l'achat d'espace. Toute éventuelle campagne sur des sujets de recrutement ou de communication de crise, susceptible de permettre de déroger au plafond des dépenses, devra également faire l'objet d'une saisine expresse de la DICOM.

Afin de maîtriser ces cibles de dépenses, il est mis en place dès 2026 un suivi renforcé des dépenses de communication engagées sur les GM (et, pour les opérateurs sur les comptes correspondants) listés en annexe 3, ainsi qu'un suivi des dépenses de création et d'investissement média sur tout le champ ministériel.

Dans le cadre du premier comité ministériel achats (CMA) de l'année, la DFAS/SDADD présente un suivi de l'exécution des dépenses en matière d'achats de prestations de communication. Ce suivi permet, au niveau ministériel (administration centrale, services déconcentrés, ARS, opérateurs), d'assurer le respect de nos engagements et la mise en œuvre des actions prévues dans la présente instruction.

2.2. Suivi de l'exécution des plafonds de dépense

La DFAS/SDADD assure un suivi mensuel a posteriori des engagements à partir des données Chorus des services d'administration centrale et des services déconcentrés. Elle déploie un dispositif d'alerte et d'information à destination de ces services, en fonction du niveau d'engagement constaté par rapport au plafond autorisé.

3. Mieux mobiliser les ressources internes disponibles

Au sein des services d'administration centrale, des services déconcentrés, des ARS et opérateurs, des ressources internes peuvent, le cas échéant, être mobilisées pour répondre à des besoins de communication. La mobilisation interne doit intervenir en priorité, avant tout recours à un prestataire externe.

Le recours à une prestation externe n'intervient que lorsque toutes les solutions internes ont été examinées et jugées insuffisantes pour répondre au besoin.

Courant 2026, une réflexion sera menée par la DICOM sur l'opportunité de réinternaliser un certain nombre d'activités actuellement confiées à des prestataires externes, en lien avec les conclusions qui sont portées par la Mission inter-inspections sur l'organisation des moyens dédiés à la communication.

De plus, un recensement des ressources opérationnelles et des possibilités de mutualisation/synergies de chaque ARS et opérateur sera réalisé courant 2026 par la DICOM.

4. Veiller à la régularité et à la qualité de l'acte d'achat

L'acte d'achat de la prestation de communication devra veiller à respecter les principes suivants :

- programmation du projet d'achat dans le système d'information APPACH pour les services d'administration centrale ;
- vision globale donnée du projet, avec un éventuel séquençage ;
- qualité de la transcription des besoins ;

- adéquation du prix de la prestation demandée avec la prestation proposée ;
- choix du support d'achat le plus approprié dans le respect des règles des marchés publics (marchés interministériels, ministériels...) ;
- opportunité d'internaliser les compétences et expertises qui correspondent à des besoins permanents ou réguliers et à des commandes récurrentes.

Cet examen de la régularité et de la qualité de l'acte d'achat est réalisé pour les directions d'administration centrale par la DFAS/SDADD avec le porteur de projet et la DICOM si nécessaire. Il vient en complément du dispositif de contrôle des marchés prévu par la note DAJ-DFAS du 15 novembre 2024 relative à la mise en œuvre de l'avis sur la régularité des contrats de la commande publique au sein des ministères sociaux.

Améliorer le pilotage, la capitalisation et la sécurisation des missions externalisées

1. Mieux piloter les prestations de communication

Le recours à des prestations de communication doit s'accompagner d'un pilotage renforcé afin de garantir la qualité des livrables, leur impact et la bonne maîtrise de la dépense.

L'expression du besoin fait l'objet d'une attention particulière. Toute offre commerciale est analysée avec vigilance par le porteur de projet, quel que soit le support d'achat mobilisé.

Le service prescripteur est responsable de la bonne exécution de la prestation. Chaque mission est pilotée par un chef de projet interne, désigné formellement et conduite en équipe avec le prestataire.

Chaque prestation externalisée fait l'objet d'une évaluation par le prescripteur. Les livrables sont partagés en interne afin de renforcer l'expertise collective.

2. Prévenir les conflits d'intérêts

Les agents impliqués dans des prestations de communication doivent prévenir toute situation de conflit d'intérêts et exercer leurs fonctions avec impartialité, intégrité et probité. Les agents concernés se réfèrent aux règles internes de déontologie des achats.

Les marchés de communication prévoient des clauses visant à prévenir les conflits d'intérêts.

3. Protéger les données

Les services acheteurs porteront une attention toute particulière aux éventuelles transmissions de données à leurs prestataires, afin de les limiter aux informations strictement nécessaires à la réalisation des prestations de communication concernées. Elles devront systématiquement opter pour la minimisation des données transmises, grâce notamment à l'agrégation, l'anonymisation ou la pseudonymisation de celles-ci.

Les cahiers des charges des marchés ou expressions de besoin devront impérativement contenir des clauses obligeant les prestataires à respecter les standards de protection des données et de confidentialité en vigueur, notamment en matière de protection des données à caractère personnel. Ces clauses devront, en outre, permettre de s'assurer qu'aucune donnée collectée par les fournisseurs des prestations ne soit ultérieurement communiquée en dehors des donneurs d'ordre administratifs concernés par le marché.

Tous les systèmes manipulant des données à caractère personnel doivent être conformes au Règlement général sur la protection des données (RGPD).

En outre, conformément à la circulaire n° 6282-SG du Premier ministre du 5 juillet 2021, actualisée par la circulaire n° 6404/SG de la Première ministre du 31 mai 2023, relative à la doctrine d'utilisation de l'informatique en nuage par l'État (« cloud au centre »), les systèmes manipulant des données d'une sensibilité particulière doivent s'appuyer sur une offre commerciale Cloud, qualifiée SecNumCloud, conformément aux spécifications définies par l'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information (ANSSI), et immunisée contre le droit extracommunautaire.

Enfin, ces clauses devront imposer qu'à l'issue de chaque mission, l'intégralité des données transmises au prestataire doit être retournée au donneur d'ordre administratif et ensuite supprimée sans délai et définitivement par le prestataire.

4. Maîtriser l'accès des prestataires extérieurs

Pour les sociétés de communication qui doivent avoir un accès régulier aux sites de l'administration centrale des ministères chargés des affaires sociales, le principe d'obtention d'un badge est le suivant : les directions qui recourent à des prestataires doivent faire une demande de badge via leur bureau des ressources humaines et des affaires générales (BRHAG) auprès de la DFAS/Service des patrimoines (SPAT)/Bureau de l'accueil et de la sécurité (BAS). Le BAS fournit les badges avec un code couleur « prestataires » qui sera remis par les BRHAG. La validité du badge est toujours limitée à la durée de la prestation.

La demande peut comporter l'accès à des services spécifiques. Dans ce cas, la demande sera présentée par le BAS à la Division des cabinets (DDC) pour validation.

Les services déconcentrés, les ARS et les opérateurs arrêtent les mesures leur permettant de maîtriser l'accès des prestataires extérieurs.

Annexe 3

Périmètre du suivi budgétaire

Le périmètre des prestations de communication a été précisé. À ce jour, au sens de la nomenclature des achats de l'État, il recouvre un ensemble de 15 groupes de marchandises.

Groupe de marchandises (GM)	Libellé groupe de marchandises
38.01.01	Objets promotionnels ou protocolaires
38.01.02	Fournitures et équipement événementiel
38.01.03	Achat de contenu photo ou vidéo
38.01.04	Matériel audiovisuel
38.02.01	Création conception supports de communication
38.02.02	Prestations d'événementiel
38.02.03	Prestation de montage d'exposition
38.02.04	Conseil en communication
38.02.05	Agence de communication et publicité
38.02.06	Agence de presse et veille média
38.02.07	Achat et gestion d'espace publicitaire
38.02.08	Affichage et publicité légale
38.02.09	Frais représentation
38.02.10	Inscription à des événements professionnels
40.01.07	Enquête et analyse d'opinion

Ces 15 GM feront l'objet d'un suivi budgétaire mensuel pour les services d'administration centrale et les services déconcentrés.

Pour les ARS, la nomenclature des achats étant identique à celle de l'État, le suivi des dépenses se fera sur la base de ces 15 GM.

Pour les opérateurs, les comptes « équivalents » aux groupes de marchandises de l'État, dans leurs propres systèmes d'information, sont concernés. Chaque organisme doit identifier les comptes sur lesquels il fait porter des dépenses de communication. À titre indicatif, l'assiette d'économies suivie par défaut par la Direction du budget couvre les comptes suivants :

- 623 « Publicités, publications, relations publiques »
- 6254 « Frais d'inscription aux colloques »
- 6257 « Réceptions »

Dispositions applicables aux ARS

La DICOM avec l'appui de la DFAS a la responsabilité :

- de porter les textes en référence ainsi que la présente instruction à la connaissance des ARS ;
- de mettre en œuvre la présente instruction selon des modalités adaptées déterminées en lien avec les ARS ;
- d'assurer un travail renforcé de suivi et de reporting.

Chaque ARS adresse à la DICOM avec l'appui de la DFAS, via la boîte fonctionnelle, sa programmation annuelle achats sur le périmètre communication **au plus tard 1 mois après la date de publication de l'instruction et pour le 31 janvier les années suivantes**. Cette programmation présente de manière distincte les dépenses de « Création et d'investissement média » (GM 38.02.07 Achat et gestion d'espace publicitaire) - cf. annexe 1, §2.

La programmation couvre l'ensemble des dépenses de communication, dès le premier euro, sur le budget principal et sur le Fonds d'intervention régional (FIR).

La programmation de chaque ARS est assortie d'une note présentant les orientations stratégiques et les mesures retenues pour atteindre un objectif chiffré de réduction des dépenses, conformément aux baisses budgétaires attendues. Cette note détaille les consommations 2024 et 2025. Toutes les évolutions sont communiquées à la DFAS/SDADD via la boîte fonctionnelle.

La programmation fera l'objet d'une validation préalable par la DICOM avec l'appui de la DFAS. Les mises à jour feront également l'objet d'un accord pour toute opération de communication d'un montant supérieur à 50 000 € TTC.

Dans le cadre de la programmation initiale, cette validation préalable est rendue de manière globale avec un délai d'instruction de 14 jours calendaires.

Pour les nouveaux projets programmés en cours d'année et dont le montant est supérieur au seuil mentionné ci-dessus, l'accord préalable est délivré au cas par cas, dans un délai de 5 jours calendaires.

Dès lors qu'un projet a fait l'objet d'une validation par la DICOM avec l'appui de la DFAS, aucune validation complémentaire ne sera requise lors de son lancement opérationnel.

Pour 2026, la fixation de la cible de dépenses autorisées à l'euro près, conforme à l'objectif de réduction de 40 %, nécessite que les ARS transmettent, à la DICOM et à la DFAS, **au plus tard 1 mois après la date de publication de l'instruction**, leurs consommations de l'année 2024.

Cette cible est déterminée en tenant compte des exceptions suivantes aux :

- Dépenses de communication visant à générer des recettes propres, notamment dans le cadre d'une activité commerciale, ou ressources propres strictement fléchées sur des dépenses identifiées : Fonds européens alloués pour un projet spécifique ;
- Dépenses favorisant la collecte de dons de toute nature ;
- Commercialisation de stands, etc. ;
- Dépenses de valorisation des travaux de recherche, colloques et publications, production de support de formation, rapports, etc. ;
- Dépenses de communication en cas de crise majeure ou sectorielle ;

- Dépenses en matière de lutte contre la « guerre informationnelle », visant à protéger les intérêts français dès lors qu'ils sont menacés par une puissance étrangère en dehors du territoire national.

Les autres dépenses sont quant à elles intégralement impactées par la baisse de -40 %. Pour les années suivantes, afin de contrôler le niveau des dépenses annuelles, dont les dépenses de « Création et d'investissement média » (GM 38.02.07 Achat et gestion d'espace publicitaire) - cf. annexe 1 - au regard du plafond d'engagement, chaque ARS transmet à la DICOM et à la DFAS **pour le 31 janvier de chaque année** leurs consommations de l'année N-1.

Chaque ARS adresse, sur la boîte fonctionnelle dédiée, le bilan annuel des engagements à la DFAS/SDADD, sur la base du document joint en annexe 6.

Pour les ARS, la nomenclature des achats étant identique à celle de l'État, le suivi des dépenses se fera sur la base de ces 15 GM.

L'examen de la régularité et de la qualité de l'acte d'achat est réalisé par le responsable achat de la structure. Les ARS définissent et mettent en œuvre les modalités permettant d'assurer ce contrôle. Ces modalités sont transmises à la DICOM pour validation avec l'appui de la DFAS dans un délai de deux mois à compter de la réception de la présente instruction.

Dispositions applicables aux opérateurs

La direction qui assure la tutelle de l'opérateur a la responsabilité :

- de porter à sa connaissance les textes en référence ainsi que la présente instruction ;
- de mettre en œuvre la présente instruction selon des modalités adaptées déterminées en lien avec lui, avec l'appui de la DFAS et de la DICOM si nécessaire ;
- d'assurer un travail renforcé de suivi et de reporting.

Chaque opérateur adresse à sa tutelle, sa programmation annuelle achats sur le périmètre communication **au plus tard 1 mois après la date de publication de l'instruction et pour le 31 janvier les années suivantes**. Cette programmation présente de manière distincte les dépenses de « Création et d'investissement média » (GM 38.02.07 Achat et gestion d'espace publicitaire) - cf. annexe 1 - relatives aux objets de communication prioritaires. La tutelle communique ce document à la DFAS/SDADD et à la DICOM dès réception via la boîte fonctionnelle.

Pour les opérateurs dont les dépenses de fonctionnement excèdent 60 M€, la programmation couvre l'ensemble des dépenses de communication, dès le premier euro.

Pour les opérateurs dont les dépenses de fonctionnement sont inférieures à 60 M€, la programmation couvre uniquement les dépenses de communication supérieures à 100 000 € TTC par projet.

Pour les organismes de sécurité sociale (Caisse nationale de l'assurance maladie [CNAM], Caisse nationale des allocations familiales [CNAF], Caisse nationale d'assurance vieillesse [CNAV], Caisse nationale de solidarité pour l'autonomie [CNSA], Agence centrale des organismes de sécurité sociale [ACOSS], Caisse centrale de la mutualité sociale agricole [CCMSA]...), les modalités d'application de l'objectif d'économies, non abordées dans la présente instruction, seront précisées par la Direction de la sécurité sociale.

Pour les opérateurs dont les dépenses de fonctionnement sont supérieures à 60 M€, cette programmation est assortie d'une note présentant les orientations stratégiques et les mesures retenues pour atteindre un objectif chiffré de réduction des dépenses, conformément aux baisses budgétaires attendues. Cette note détaille les consommations 2024 et 2025. Toutes les évolutions sont communiquées à la DFAS/SDADD par l'intermédiaire de la tutelle.

La programmation fera l'objet d'une validation préalable par la tutelle et la DICOM. Les mises à jour feront également l'objet d'un accord pour toute opération de communication d'un montant supérieur à 50 000 € TTC.

Dans le cadre de la programmation initiale, cette validation préalable est rendue de manière globale avec un délai d'instruction de 14 jours calendaires.

Pour les nouveaux projets programmés en cours d'année et supérieurs au seuil mentionné ci-dessus, l'accord préalable est délivré au cas par cas, dans un délai de 5 jours calendaires.

Dès lors qu'un projet a fait l'objet d'une validation par la tutelle et la DICOM, aucune validation complémentaire ne sera requise lors de son lancement opérationnel.

Pour 2026, la fixation de la cible de dépenses autorisées à l'euro près, conforme à l'objectif de réduction de 40 %, nécessite que les opérateurs transmettent à leur tutelle, **au plus tard 1 mois après la date de publication de l'instruction**, leurs consommations de l'année 2024.

Cette cible est déterminée en tenant compte des exceptions suivantes aux :

- Dépenses de communication visant à générer des recettes propres, notamment dans le cadre d'une activité commerciale, ou ressources propres strictement fléchées sur des dépenses identifiées : Fonds européens alloués pour un projet spécifique ;
- Dépenses favorisant la collecte de dons de toute nature ;
- Commercialisation de stands, etc. ;
- Dépenses de valorisation des travaux de recherche, colloques et publications, production de support de formation, rapports, etc. ;
- Dépenses de communication en cas de crise majeure ou sectorielle ;
- Dépenses en matière de lutte contre la « guerre informationnelle », visant à protéger les intérêts français dès lors qu'ils sont menacés par une puissance étrangère en dehors du territoire national.

Les autres dépenses sont quant à elles intégralement impactées par la baisse de -40 %.

Pour les années suivantes, afin de contrôler le niveau des dépenses annuelles dont les dépenses de « Création et d'investissement média » (GM 38.02.07 Achat et gestion d'espace publicitaire) - cf. annexe 1 - au regard du plafond d'engagement, chaque opérateur transmet à sa tutelle **pour le 31 janvier de chaque année** leurs consommations de l'année N-1.

Pour les opérateurs dont les dépenses de fonctionnement excèdent 60 M€, un bilan intermédiaire est transmis dans les mêmes conditions pour le 15 septembre.

La tutelle adresse, sur la boîte fonctionnelle dédiée, le bilan annuel et intermédiaire (structures concernées uniquement) des engagements à la DFAS/SDADD, sur la base du document joint en annexe 6.

Les nomenclatures d'achat des opérateurs différant de la nomenclature de l'État par groupes marchandises (GM), chaque entité indique, dans le format prévu à l'annexe 6 de la présente instruction, la correspondance entre les GM issus de la nomenclature État et sa propre nomenclature (cf. annexe 3).

L'examen de la régularité et de la qualité de l'acte d'achat est réalisé par le responsable achat de la structure. Les opérateurs définissent et mettent en œuvre les modalités permettant d'assurer ce contrôle. Ces modalités sont transmises à leur tutelle pour validation dans un délai de deux mois à compter de la réception de la présente instruction. La tutelle transmet ensuite les dispositifs validés à la DFAS/SDADD.

Annexe 5 bis

Liste des opérateurs mentionnés à l'annexe 5 dont les dépenses de fonctionnement excèdent 60 M€

Opérateurs

- ABM : Agence de la biomédecine
- AFPA : Agence nationale pour la formation professionnelle des adultes
- ANS : Agence du numérique en santé
- ANSES : Agence nationale de sécurité sanitaire, de l'alimentation, de l'environnement et du travail
- EFS : Établissement français du sang
- FT : France Travail
- SPF : Santé publique France

SUIVI DES DEPENSES 2026 DE PRESTATIONS DE COMMUNICATION

Désignation selon la nomenclature Etat	Code	Montant € TTC (en AE)	Montant € TTC (en CP)
Objets promotionnels ou protocolaires	38.01.01		
Fournitures et équipement événementiel	38.01.02		
Achat de contenu (photo et vidéo)	38.01.03		
Matériel audiovisuel	38.01.04		
Création conception supports de communication	38.02.01		
Prestations d'événementiel	38.02.02		
Prestation de montage d'exposition	38.02.03		
Conseil en communication	38.02.04		
Agence de communication et publicité	38.02.05		
Agence de presse et veille media	38.02.06		
Achat et gestion d'espace publicitaire	38.02.07		
Affichage et publicité légale	38.02.08		
Frais de représentation	38.02.09		
Inscription à des évènements professionnels	38.02.10		
Enquête et analyse d'opinion	40.01.07		
Total dépenses 2026		0,00 €	0,00 €

Les achats et gestion d'espace publicitaire doivent être décomposés par objets de communication (cf onglet "Décomposition Achat espace") et ceci dès la programmation et lors de chaque bilan.

SUIVI DES DEPENSES 2025 DE PRESTATIONS DE COMMUNICATION

Désignation selon la nomenclature Etat	Code	Montant € TTC (en AE)	Montant € TTC (en CP)
Objets promotionnels ou protocolaires	38.01.01		
Fournitures et équipement événementiel	38.01.02		
Achat de contenu (photo et vidéo)	38.01.03		
Matériel audiovisuel	38.01.04		
Création conception supports de communication	38.02.01		
Prestations d'événementiel	38.02.02		
Prestation de montage d'exposition	38.02.03		
Conseil en communication	38.02.04		
Agence de communication et publicité	38.02.05		
Agence de presse et veille media	38.02.06		
Achat et gestion d'espace publicitaire	38.02.07		
Affichage et publicité légale	38.02.08		
Frais de représentation	38.02.09		
Inscription à des évènements professionnels	38.02.10		
Enquête et analyse d'opinion	40.01.07		
Total dépenses 2025		0,00 €	0,00 €

Achat et gestion d'espace publicitaire

Compte-rendu de la réunion interministérielle du 31 mars 2026

Concernant spécifiquement les objets de communication interministériels 2026 - 2027, le cabinet du Premier ministre valide la liste des 23 objets.

Le cabinet du Premier ministre ajoute que la mise en oeuvre de ces objets de communication devra répondre aux principes suivants :

- Le levier media est réservé aux objets interministériels ;
- Un investissement maximal pour les prestations de « Création et d'investissement média » pour l'ensemble des objets interministériels sera fixé et devra être respecté.

Les ministères sociaux sont concernés par les 16 objets de communication listés dans le tableau ci-dessous.

L'établissement réparti dans ce tableau, ses dépenses annuelles en matière d'achat et gestion d'espace publicitaire afin de vérifier le respect de l'enveloppe interministérielle.

Objet de communication	Achat et gestion d'espace publicitaire TOTAL € TTC (en AE)	Achat et gestion d'espace publicitaire TOTAL € TTC (en CP)
L'engagement citoyen et les campagnes d'incitation au vote		
La simplification		
La sécurité du quotidien		
Prévention et santé publique		
Les mesures de lutte contre les violences sexistes et sexuelles et les violences intrafamiliales		
La majorité numérique fixée à 15 ans pour pouvoir s'inscrire sur les réseaux sociaux		
Le plan de lutte contre les narcotrafics		
L'action de l'Etat en matière de santé mentale		
La promotion des actions individuelles en faveur de la protection de l'environnement (« Chaque geste compte »)		
France Santé		
Le service public de la petite enfance		
La mise en place d'une allocation sociale unique regroupant plusieurs aides (RSA, prime d'activité, aides au logement)		
Les politiques en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes (Plan « Toutes et tous égaux »)		
L'aide à mourir		
La lutte contre la fraude sociale, fiscale, douanière et aux aides publiques		
Les métiers d'avenir		
TOTAL € TTC	0 €	0 €

Les 6 missions essentielles de l'État

Organiser le fonctionnement du pays, la vie démocratique et établir la loi.

Organiser et veiller au fonctionnement des institutions qui permettent de vivre en commun, de faire respecter la loi et de protéger la démocratie, sur l'ensemble du territoire. Un périmètre proche des fonctions régaliennes de l'État et de l'animation de la vie démocratique.

Protéger les citoyens, leur santé et leur cadre de vie.

Assurer quotidiennement la sécurité de chacun et préserver le cadre de vie national. Concerne à la fois la protection des personnes et des biens communs (patrimoine, environnement).

Accompagner efficacement les citoyens au quotidien et garantir l'accès aux services publics.

Face aux aléas de la vie et pour garantir l'égalité des chances conforme au pacte républicain, l'État met en place des services et des aides tout au long de la vie (services publics de proximité, aides publiques et prestations sociales). Il veille à réduire les inégalités d'accès aux soins, au logement, à l'éducation ou à l'emploi.

Consolider le pays et préparer son avenir : investir pour le bien commun, former les citoyens de demain, accompagner les transitions.

Ensemble des investissements publics au service du bien commun, entendus à la fois du point de vue matériel (infrastructures) et immatériel (culture, connaissance, valeurs républicaines), dans une logique de prévention et d'anticipation des défis de demain pour préserver la qualité de vie des générations présentes et futures.

Favoriser une économie forte et durable pour le pays.

Ensemble des politiques macroéconomiques visant à développer le tissu économique, favoriser la création d'emplois, encourager l'innovation, réindustrialiser le pays, réglementer les conditions de compétitivité des entreprises, former la main d'œuvre aux filières d'avenir et réduire la dette et le déficit publics.

Défendre et promouvoir la France sur la scène internationale.

Actions de promotion de la France en Europe et à l'international en matière diplomatique, économique, de défense pour garantir la paix, promouvoir les droits humains, protéger le territoire national et l'ensemble des citoyens, en France comme à l'étranger. « Hard & Soft Powers » des valeurs et de la culture française.

SELECTION DES OBJETS DE COMMUNICATION INTERMINISTRIELS 2026 – SUITE A LA RIM

Ce document présente la sélection des objets interministériels de communication, précisant le périmètre pour chacun d'entre eux, ainsi que les rôles attribués aux ministères (menant, co-menant, concourant) ;

1. ORGANISER LE FONCTIONNEMENT DU PAYS, LA VIE DEMOCRATIQUE ET ETABLIR LA LOI	
OBJET DE COMMUNICATION	MINISTRES MENANTS ET CONCOURANTS
<p>L'engagement citoyen et les campagnes d'incitation au vote</p> <p>Ces campagnes visent à renforcer la participation des citoyens à la vie démocratique. Elles englobent à la fois l'incitation au vote, l'information sur les échéances électorales (dates, modalités pratiques, inscription) ainsi que la valorisation des dispositifs d'engagement citoyen (ex. service civique, consultations publiques, etc.).</p>	<p>MENANT : SIG</p> <p>CONCOURANTS : INTERIEUR</p> <p>SPORTS JEUNESSE VIE ASSOCIATIVE (service civique) et ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET RECHERCHE (CROUS)</p> <p>JUSTICE (sujet étendu à la citoyenneté)</p> <p>TRANSITION ECOLOGIQUE ET COHESION DES TERRITOIRES</p> <p>AFFAIRES ETRANGERES (élections consulaires)</p> <p>SANTE/SOCIAL</p>
<p>La simplification</p> <p>Cet objet porte sur la simplification des démarches administratives pour les citoyens, la généralisation des services publics numériques, ainsi que la modernisation de l'organisation de l'État. Il inclut les dynamiques de décentralisation, de déconcentration et de clarification des compétences pour rendre l'action publique plus accessible, lisible et efficace.</p>	<p>MENANT : SIG</p> <p>CO-MENANTS : JUSTICE & ECONOMIE</p> <p>CONCOURANTS :</p> <p>SANTE/SOCIAL</p> <p>AGRICULTURE</p> <p>INTERIEUR</p> <p>COHESION DES TERRITOIRES</p>

2. PROTEGER LES CITOYENS, LEUR SANTE ET LEUR CADRE DE VIE	
OBJET DE COMMUNICATION	DICOMs MENANTES ET CONCOURANTES
<p>Les politiques de sécurité routière</p> <p>Ensemble des actions visant à améliorer la sécurité sur les routes : apprentissage et éducation au code de la route, prévention des comportements à risque, respect des règles de circulation, contrôles et sanctions des infractions ou conduites dangereuses.</p>	<p>MENANT :</p> <p>INTERIEUR</p> <p>CONCOURANTS :</p> <p>JUSTICE</p> <p>TRANSPORTS</p>
<p>La sécurité du quotidien</p> <p>Cet objet porte sur l'action de l'Etat pour garantir la sécurité des Français dans leur vie quotidienne, entendu comme un continuum allant de la prévention et de l'action des forces de l'ordre pour lutter contre la délinquance et les incivilités, jusqu'à la réponse judiciaire.</p>	<p>MENANT :</p> <p>INTERIEUR</p> <p>CONCOURANTS :</p> <p>JUSTICE</p> <p>SANTE/SOCIAL</p>
<p>Prévention et santé publique</p> <p>Cet objet regroupe les politiques publiques qui concourent à la bonne santé des Français. Il inclut la prévention, la promotion de comportements favorables à la santé (alimentation équilibrée, activité physique, lutte contre les addictions) ainsi que les campagnes d'information et de sensibilisation.</p>	<p>MENANT :</p> <p>SANTE/SOCIAL</p> <p>CONCOURANTS :</p> <p>SPORTS ET JEUNESSE</p> <p>AGRICULTURE</p> <p>TRANSITION ECOLOGIQUE</p>
<p>Les mesures de lutte contre les violences sexistes et sexuelles et les violences intrafamiliales</p> <p>Cet objet porte sur l'ensemble des politiques publiques visant à prévenir, détecter et sanctionner les violences sexuelles et sexistes et/ou les violences intrafamiliales, mais aussi à accompagner les victimes. Il inclut la formation des professionnels concernés, le renforcement de l'accompagnement et de la protection des victimes (dispositifs de signalement et de prise en charge), la sensibilisation du grand public et la coordination des acteurs institutionnels et associatifs.</p>	<p>MENANT :</p> <p>SIG</p> <p>CONCOURANTS :</p> <p>INTERIEUR</p> <p>ECONOMIE</p> <p>JUSTICE</p> <p>EDUCATION NATIONALE / SPORTS ET JEUNESSE / ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET RECHERCHE</p> <p>CULTURE</p> <p>SANTE / SOCIAL</p>
<p>La majorité numérique fixée à 15 ans pour pouvoir s'inscrire sur les réseaux sociaux</p> <p>- Pass culture (valorisation de la déconnexion aux écrans)</p> <p>Cet objet porte sur la mise en place d'une majorité numérique fixée à 15 ans, et plus largement sur la protection des mineurs dans l'espace numérique. Il englobe la lutte contre le cyberharcèlement, la protection des mineurs face aux usages en ligne et aux effets induits par les algorithmes, ainsi que le développement d'une éducation à l'hygiène numérique.</p>	<p>MENANT :</p> <p>ECONOMIE</p> <p>CONCOURANTS :</p> <p>EDUC NAT</p> <p>JUSTICE (mineurs victime, pôle harcèlement parquet de Paris)</p> <p>CULTURE</p> <p>INTERIEUR</p> <p>SANTE / SOCIAL</p> <p>AFFAIRES ETRANGERES</p>
<p>Le plan de lutte contre les narcotrafics</p> <p>Ensemble des actions menées par l'Etat pour lutter contre le narcotrafic. Il comprend les opérations menées sur le territoire national, la coopération renforcée entre services de l'Etat et partenaires internationaux, ainsi qu'une dimension européenne affirmée en matière de sécurité et de coordination policière et judiciaire. Il intègre également un volet de sensibilisation du grand public aux réalités et aux conséquences du narcotrafic, ainsi que des actions de prévention relatives à la consommation de drogues.</p>	<p>MENANT :</p> <p>SIG</p> <p>CONCOURANTS :</p> <p>INTERIEUR (+Outre-mer)</p> <p>AFFAIRES ETRANGERES</p> <p>JUSTICE</p> <p>EDUC NAT</p> <p>ARMEES</p> <p>SANTE / SOCIAL</p> <p>ECONOMIE (trafics douanes, ...)</p>

<p>L'action de l'Etat en matière de santé mentale</p> <p>Action de l'Etat en matière de santé mentale. Inclut la prise en charge des troubles psychiques, la lutte contre la stigmatisation, le développement d'une offre de soins de proximité et la promotion du bien-être psychologique à tous les âges de la vie.</p>	<p><u>MENANT :</u></p> <p>SIG</p> <p><u>CONCOURANTS :</u></p> <p>SANTE / SOCIAL</p> <p>EDUC NAT / ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET RECHERCHE</p> <p>JUSTICE</p> <p>AGRICULTURE</p> <p>CULTURE</p>
<p>La promotion des actions individuelles en faveur de la protection de l'environnement (« Chaque geste compte »)</p> <p>Cet objet vise à faire connaître et adopter les comportements individuels vertueux sur le plan environnemental. Il inclut la sensibilisation aux écogestes du quotidien (sobriété énergétique, réduction des déchets, consommation durable) ainsi que l'accompagnement des changements de pratiques.</p>	<p><u>MENANT :</u></p> <p>TRANSITION ECOLOGIQUE</p> <p><u>CONCOURANTS :</u></p> <p>AGRICULTURE</p> <p>CULTURE</p> <p>EDUC NAT (relais)</p> <p>SANTE / SOCIAL</p>

3. ACCOMPAGNER EFFICACEMENT LES CITOYENS AU QUOTIDIEN ET GARANTIR L'ACCES AUX SERVICES PUBLICS

OBJET DE COMMUNICATION	DICOMs MENANTES ET CONCOURANTES
<p>France Santé</p> <p>Ce dispositif vise à valoriser la structuration et le développement des maisons de santé au sein du réseau "France Santé", visant à renforcer l'accès aux soins sur l'ensemble du territoire. Il inclut la création, l'extension et la valorisation des structures de soins de proximité dans une logique d'amélioration de l'offre de soins, de plus grande coordination des professionnels de santé et de réduction des inégalités territoriales.</p>	<p><u>MENANT :</u></p> <p>SANTE / SOCIAL</p> <p><u>CONCOURANT :</u></p> <p>AMENAGEMENT DU TERRITOIRE ET DECENTRALISATION</p>
<p>Le service public de la petite enfance</p> <p>Structuration et déploiement d'un service public de la petite enfance visant à améliorer l'accès aux modes de garde des enfants de moins de 3 ans : développement de l'offre, amélioration de la qualité d'accueil, adaptation des services aux besoins des parents et accompagnement du développement des jeunes enfants. Il inclut également les évolutions des dispositifs de congés parentaux et de paternité, dans une logique de meilleur équilibre entre vie familiale et vie professionnelle.</p>	<p><u>MENANT :</u></p> <p>SANTE / SOCIAL</p> <p><u>CONCOURANT :</u></p> <p>CULTURE</p>
<p>La mise en place d'une allocation sociale unique regroupant plusieurs aides (RSA, prime d'activité, aides au logement)</p> <p>Réforme visant à simplifier et unifier plusieurs aides sociales existantes au sein d'une allocation unique, pour garantir une meilleure lisibilité du système de solidarité pour renforcer sa compréhension par les usagers, réduire le non-recours aux droits et assurer une redistribution plus juste et plus efficace.</p>	<p><u>MENANT :</u></p> <p>SANTE / SOCIAL</p>

SEMESTRE 2

4. CONSOLIDER LE PAYS ET PREPARER L'AVENIR

<p>Les politiques en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes (Plan « Toutes et tous égaux ») - Les politiques en faveur de l'égalité professionnelle</p> <p>Cet objet regroupe l'ensemble des politiques publiques visant à promouvoir l'égalité réelle entre les femmes et les hommes. Il englobe l'égalité professionnelle, la lutte contre les discriminations et la culture de l'égalité et la santé des femmes. Il inclut également l'action de l'Etat à l'échelle internationale pour défendre et diffuser ces valeurs féministes dans le reste du monde.</p>	<p>MENANT : SIG</p> <p>CONCOURANTS :</p> <p>SANTE / SOCIAL</p> <p>ECONOMIE</p> <p>AGRICULTURE</p> <p>EDUC NAT / SPORTS ET JEUNESSE / ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET RECHERCHE</p> <p>JUSTICE</p> <p>TRANSITION ECOLOGIQUE – AMENAGEMENT DU TERRITOIRE ET DE LA DECENTRALISATION, TRANSPORTS LOGEMENT ET VILLE</p> <p>ARMEES</p> <p>INTERIEUR</p> <p>CULTURE</p>
<p>La politique de relance du logement (construction de 15 000 logements étudiants, création du statut du bailleur privé, etc.)</p> <p>Ensemble des actions destinées à soutenir la construction de logements neufs et la rénovation de logements anciens. L'objectif est à la fois de renforcer le parc de logements locatifs mais aussi de favoriser l'accès à la propriété.</p>	<p>MENANT : LOGEMENT</p> <p>CONCOURANTS :</p> <p>ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET RECHERCHE (CNOUS)</p> <p>ECONOMIE</p>
<p>Le plan d'électrification (transports, logement, décarbonation de l'industrie)</p> <p>Cet objet porte sur la stratégie nationale d'électrification des usages dans les transports, l'industrie et le bâtiment. Il inclut le développement d'infrastructures adaptées, la production d'énergie vertes et décarbonées et l'incitation et l'accompagnement des particuliers et entreprises aux changements d'équipements.</p>	<p>MENANT : TRANSITION ECOLOGIQUE – TRANSPORTS - LOGEMENT</p> <p>CO-MENANT ECONOMIE</p>
<p>L'aide à mourir</p> <p>Cet objet concerne la politique de fin de vie et les conditions encadrant la mise en place d'une aide à mourir.</p>	<p>MENANT :</p> <p>SANTE / SOCIAL</p>

5. FAVORISER UNE ECONOMIE FORTE ET DURABLE POUR LE PAYS

OBJET DE COMMUNICATION	DICOMs MENANTE ET CONCOURANTES
<p>La lutte contre la fraude sociale, fiscale, douanière et aux aides publiques</p> <p>Mobilisation de l'État contre toutes les formes de fraude. Comprend la détection, la prévention et la sanction des fraudes sociales, fiscales, douanières ou liées à l'usage des fonds publics, dans un objectif d'équité, de gestion des publiques et de renforcement du lien de confiance dans le système.</p>	<p><u>MENANT</u> :</p> <p>ECONOMIE</p> <p><u>CO-MENANT</u> :</p> <p>SANTE / SOCIAL</p> <p><u>CONCOURANTS</u> :</p> <p>JUSTICE</p> <p>INTERIEUR</p>
<p>Les métiers d'avenir</p> <p>Ensemble des politiques publiques visant à préparer les compétences de demain, en lien avec les grandes transitions écologique, numérique et démographique. Cela inclut la valorisation des filières de formation dédiées, l'attractivité (notamment auprès des jeunes femmes) des filières scientifiques et techniques, ainsi que le renouvellement des générations dans les métiers essentiels à l'économie du pays, notamment dans le secteur agricole.</p>	<p><u>MENANT</u></p> <p>SIG</p> <p><u>CO-MENANT</u> :</p> <p>EDUC NAT - SANTE / SOCIAL</p> <p><u>CONCOURANTS</u> :</p> <p>SANTE / SOCIAL</p> <p>CULTURE</p> <p>AGRICULTURE</p> <p>INTERIEUR</p> <p>ECONOMIE</p> <p>TRANSITION ECOLOGIQUE</p> <p>ARMEES</p>

6. DEFENDRE ET PROMOUVOIR LA FRANCE SUR LA SCENE INTERNATIONALE

OBJET DE COMMUNICATION	DICOMs MENANTE ET CONOURANTES
<p>Le plan de réarmement français</p> <p>Action de l'Etat visant à adapter les forces armées françaises aux enjeux contemporains, via leur modernisation et le renforcement de leur capacité opérationnelle. Cela inclut le plan de réarmement, la mise en œuvre de la loi de programmation militaire, le développement des innovations industrielles et technologiques en matière de défense et l'adaptation continue de la défense nationale aux nouveaux contextes géopolitiques.</p>	<p><u>MENANT :</u></p> <p>ARMEES</p> <p><u>CONOURANTS :</u></p> <p>ECONOMIE</p>
<p>Attractivité économique de la France</p> <p>Cet objet porte sur les actions visant à renforcer l'attractivité économique du pays, en positionnant la France comme une destination privilégiée pour les talents, les investisseurs et les projets innovants. Il englobe la politique d'accueil des investissements étrangers, la valorisation du savoir-faire national, l'attractivité du territoire pour les étudiants internationaux et les talents qualifiés, ainsi que les conditions favorables à leur installation et à leur maintien sur le territoire.</p>	<p><u>MENANT :</u></p> <p>AFFAIRES ETRANGERES</p> <p>CO-MENANT :</p> <p>ECONOMIE</p> <p><u>CONOURANTS :</u></p> <p>CULTURE</p> <p>JEUNESSE ET SPORTS</p>
<p>Le service national</p> <p>Cet objet renvoie à la politique de renforcement de la cohésion nationale et de l'engagement des jeunes à travers le service national.</p>	<p><u>MENANT :</u></p> <p>ARMEES</p> <p><u>CONOURANT :</u></p> <p>EDUCATION NATIONALE</p>
<p>Le doublement des effectifs de la réserve</p> <p>Cet objet concerne l'ambition de renforcer l'ensemble des réserves françaises : militaires, de gendarmerie, de police et autres corps concernés. Il met en avant la mobilisation citoyenne au service de la nation, soutient le renforcement de la capacité de mobilisation de l'Etat en cas de crise et la reconnaissance de l'engagement des réservistes dans la sécurité et la défense nationale.</p>	<p><u>MENANT :</u></p> <p>ARMEES</p> <p><u>CONOURANT :</u></p> <p>INTERIEUR</p>

MODALITES INTERNES MISES EN ŒUVRE POUR LE RECOURS AUX DEPENSES DE COMMUNICATION

Thématique	Réponse
Mobilisation des ressources internes en première intention	
Modalités de contrôle	
Note présentant les enjeux stratégiques et les mesures retenues pour atteindre un objectif chiffré de réduction des dépenses	
Bonnes pratiques mise en œuvre pour le pilotage, la capitalisation et la sécurisation des prestations	

Annexe 7

Logigramme des dispositions prévues pour l'ensemble de la sphère ministérielle

