

Conseil national

09.3605

Interpellation Reymond

Explosion des coûts

Texte déposé

On a pu récemment lire dans la presse que les dépenses de la Confédération pour les relations publiques se sont une fois de plus fortement accrues en 2008: les dépenses globales ont augmenté de 5,4 millions (7,8 pour cent) pour atteindre 74,6 millions de francs. C'est dire que les moyens affectés aux relations publiques ont augmenté beaucoup plus rapidement que les dépenses ordinaires qui ont connu une croissance de 4,9 pour cent. Parallèlement, 260 personnes s'occupent désormais de questions d'information et de relations publiques dans l'administration fédérale, soit 23 de plus que l'année précédente.

En considérant les différents départements fédéraux, on est frappé par celui de l'économie qui affiche une croissance de 55 pour cent et qui prend largement la tête avec 13,3 millions de francs. A relever également une hausse massive au DFJP (4,3 millions de francs, soit plus 23 pour cent). Parallèlement, il semble que les dépenses pour les conseillers en général soient tombées de 468 à 272 millions de francs.

Partant de ces considérations, je prie le Conseil fédéral de répondre aux questions suivantes:

1. Comment expliquer l'explosion des coûts aux départements de l'économie ainsi que de la justice et de la police?
2. Dans quelle mesure les tâches de communication ont-elles changé au DFJP entre 2007 et 2008 pour justifier une augmentation des coûts de 23 pour cent?
3. Les dépenses annoncées de 74,6 millions de francs comprennent-elles aussi les honoraires pour les agences privées? Ces derniers sont-ils compris dans les dépenses générales pour les conseillers? Quelle part, respectivement quel montant revient aux agences de relations publiques (présentation selon les départements)?
4. Le Conseil fédéral peut-il nommer les entreprises concernées et donner des indications détaillées sur l'objet et les coûts des contrats (présentation selon les départements)?
5. Où le Conseil fédéral voit-il des possibilités d'économie pour cette année? Les départements ont-ils donné des instructions à ce sujet au niveau interne? Une réduction du nombre de postes est-elle prévue (présentation selon les départements)?

Cosignataires

Baettig, Bigger, Bignasca Attilio, Bugnon, Dunant, Estermann, Flückiger, Freysinger, Geissbühler, Glauser, Graber Jean-Pierre, Grin, Hurter Thomas, Kaufmann, Nidegger, Perrin, Pfister Theophil, Reimann Lukas, Rime, Stamm, von Siebenthal (21)

Réponse du Conseil fédéral

Aux yeux du Conseil fédéral, les relations publiques constituent un instrument de conduite important. L'art. 10 de la loi sur l'organisation du gouvernement et de l'administration dispose que le Conseil fédéral doit informer de manière cohérente, rapide et continue. La Confédération a procédé au relevé des coûts engendrés par les activités de relations publiques de la Confédération durant les années 2001 à 2004 et, en appliquant une nouvelle méthodologie, 2007. Selon ce relevé, le nombre de personnes chargées des relations publiques a évolué comme suit, en équivalents de postes à plein temps :

2001	2002	2003	2004	2007	2008
292	275	286	252	237	260

Le coût total de 74,6 millions de francs (frais de personnel et coût des biens et services) correspond à 0,14 % des dépenses totales de la Confédération.

Sur la base des données disponibles, les questions posées par l'auteur de l'interpellation appellent les constatations suivantes :

Ad questions 1 et 2 :

L'augmentation des dépenses du DFE s'explique en premier lieu par les coûts plus élevés inscrits au budget du Secrétariat d'Etat à l'économie. En 2008, le SECO a pour la première fois pris en compte les dépenses consacrées à la communication dans tous ses domaines d'activité, et non les dépenses du seul secteur Communication. Les chiffres fournis par le SECO comprennent également les coûts engendrés par la « campagne contre le travail au noir », de l'ordre de 2 millions de francs. Quand au DFJP, il justifie l'augmentation, d'une part, par les mesures salariales prises par la Confédération, d'autre part, par la réaffectation du poste de directeur du service Médias et communication et par celle d'un poste d'assistant auprès du Ministère public de la Confédération. Au total, le DFJP compte 11 chefs de l'information ou porte-parole, essentiellement actifs dans les domaines de la migration, de la police et de la justice. La part des frais de personnel s'élève à 80 % des coûts totaux, ce qui montre le taux élevé de prestations fournies en interne. En ce qui concerne le coût des biens et services, l'Euro 08 a occasionné des frais supplémentaires.

Ad questions 3 et 4 :

La Confédération ne recueille pas de données qui permettraient de répondre de manière détaillée aux questions soulevées. Les frais d'agences découlant des campagnes de prévention et des campagnes d'information sur les votations inscrites au budget fédéral sont compris dans les montants qui sont portés au budget. Il en va de même des indemnités versées aux deux agences de presse ATS et AP.

Ad question 5 :

Le Conseil fédéral n'a pas arrêté de directives générales pour imposer des économies aux départements. Les relations publiques font partie des tâches de la Confédération définies par la loi. Les coûts ne sont que de l'ordre de quelques pour mille des dépenses globales de la Confédération. Ces dernières années, la structure des dépenses en matière de relations publiques a déjà évolué : les dépenses occasionnées par les publications et les autres produits relatifs aux relations publiques ont nettement diminué ; par contre, la communication électronique par le biais d'Internet a gagné en importance, ce qui a entraîné un accroissement correspondant des frais de personnel. De plus, la mise en œuvre de la loi sur la transparence a entraîné de nouvelles tâches pour les services d'information. Calculé en équivalent de postes à plein temps, le nombre de personnes occupées par les services d'information et de communication des départements est néanmoins plus faible qu'au début de la décennie, bien que le paysage médiatique se soit radicalement transformé entre-temps (médiats électroniques et journaux gratuits, p. ex.).