

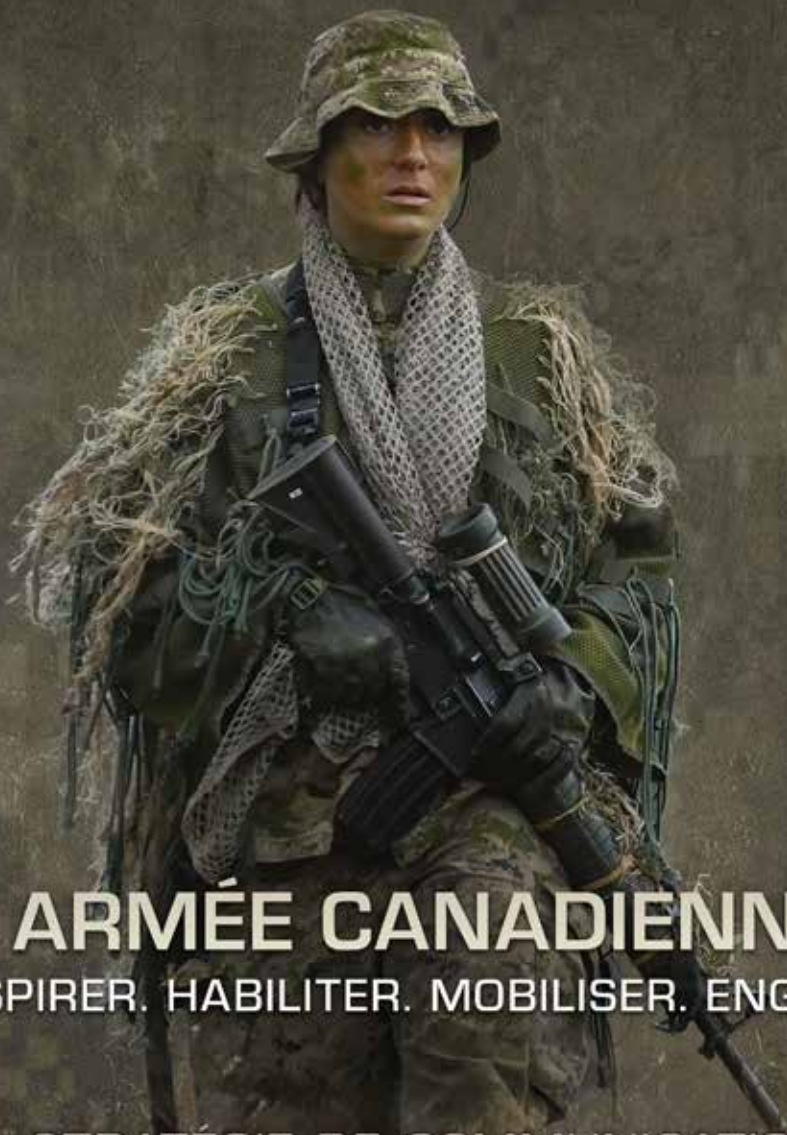


Défense nationale National Defence

**ARMÉE**  
CANADIENNE



CANADIAN  
**ARMY**



**ARMÉE CANADIENNE**  
INSPIRER. HABILITER. MOBILISER. ENGAGER.

STRATÉGIE DE COMMUNICATION  
2024-2026

Canada



# **ARMÉE CANADIENNE**

## **INSPIRER. HABILITER. MOBILISER. ENGAGER.**

### **STRATÉGIE DE COMMUNICATION 2024-2026**

QG, Armée canadienne  
Ottawa, Ontario  
mai 2024

Tous droits réservés. Aucune partie de la présente publication ne peut être reproduite, transmise ou conservée dans un système de recherche documentaire sous quelque forme que ce soit ou par quelque moyen que ce soit, à savoir graphique, électronique ou mécanique, y compris la numérisation, la photocopie, l'enregistrement sur bande ou non, sans le consentement écrit officiel du titulaire du droit d'auteur.

Imprimé au Canada.

Éditeur : Direction des affaires publiques de l'Armée

Conception et graphique : Direction des affaires publiques de l'Armée /  
Équipe de conception graphique

*L'Armée canadienne: Stratégie de communication 2024-2026*

*En ligne*

Numéro de catalogue du GC : D2-667/2024F-PDF  
ISBN : 978-0-660-70755-6

*Imprimé*

Numéro de catalogue du GC : D2-667/2024  
ISBN : 978-0-660-70756-3



**FORTS. FIERs. PRÊTS.**

---

**STRONG. PROUD. READY.**

# TABLE DES MATIÈRES

|                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| Sommaire.....                                                           | 3  |
| Narratif de l'Armée canadienne .....                                    | 4  |
| Principes directeurs des affaires publiques de l'Armée canadienne ..... | 6  |
| Objectifs de communication .....                                        | 9  |
| Thèmes de communication .....                                           | 11 |
| Initiatives clés .....                                                  | 21 |
| Auditoires clés.....                                                    | 25 |
| Stratégies de communication – Attentes et évaluations.....              | 26 |
| Stratégie 1 : Habilitier les soldats* comme communicateurs .....        | 26 |
| Stratégie 2 : Améliorer la présence numérique de l'Armée canadienne.... | 29 |
| Stratégie 3 : Optimiser et synchroniser les communications internes.... | 32 |
| Partenaires de collaboration .....                                      | 34 |
| Conclusion .....                                                        | 37 |
| Légendes et crédits photo .....                                         | 38 |

*\*Le terme soldat utilisé dans cette publication réfère à toute personne portant l'uniforme de l'Armée canadienne.*



# SOMMAIRE

**« Nous devons être pertinents dans le monde moderne. Être pertinent signifie être adéquatement doté en personnel, en équipement et formé pour anticiper et agir, et surtout, être guidé par les bonnes valeurs et le bon éthos. »**

Cette Stratégie de communication constitue un guide détaillé pour l'Armée canadienne (AC) dont le but est de garantir une démarche ciblée pour raconter l'histoire de l'AC. Elle permettra aux dirigeants de l'AC de communiquer efficacement grâce à une démarche synchronisée et coordonnée, tout en s'adaptant aux circonstances changeantes, ce qui améliorera l'efficacité globale de la communication.

Les dirigeants à tous les niveaux doivent adopter cette stratégie et la mettre en œuvre au sein de leurs commandements, formations, unités et établissements d'instruction militaire. L'AC doit comprendre et adopter cette stratégie, en guidant la prise de décisions et l'affectation des ressources afin d'harmoniser les efforts de communication et d'en maximiser l'incidence.

Les formations subordonnées (niveau 2) doivent également utiliser cette stratégie comme cadre d'orientation pour élaborer leurs propres plans de communication, en harmonisant leurs efforts sur les objectifs organisationnels globaux de l'AC.

L'objectif principal des efforts de communication est d'établir et de maintenir la crédibilité de l'AC. Il est impératif de résoudre la question de l'inclusivité et d'éliminer les éléments culturels préjudiciables pour garantir l'efficacité opérationnelle.

La promotion de la confiance et du respect mutuel en tant que principes fondamentaux renforce la position de l'AC en tant que force crédible et apte au combat.

Cette stratégie nous permettra d'axer nos communications sur des images authentiques et des récits honnêtes. L'engagement significatif avec les parties prenantes mettra en lumière l'expérience du soldat pour les membres actuels et potentiels de la Force régulière et de la Réserve de l'AC, renforçant ainsi les efforts de communication globaux.

En habilitant les soldats, en améliorant notre présence numérique et en synchronisant les communications, l'AC renforcera sa réputation, favorisera l'engagement et remplira sa mission de manière efficace. Le succès du plan repose sur la détermination des dirigeants à tous les niveaux d'intégrer et d'adopter cette Stratégie de communication, garantissant ainsi une voix unifiée et percutante pour l'AC.

**Lieutenant-général Jocelyn Paul**  
Commandant de l'Armée canadienne

# NARRATIF DE L'ARMÉE CANADIENNE

Étant la plus grande composante des Forces armées canadiennes (FAC), l'AC est une organisation à multiples facettes composée de la Force régulière et de la Réserve de l'Armée, des Rangers canadiens et d'employés civils. Engagée envers l'excellence, la discipline et le service, l'AC a une riche histoire de protection des citoyens canadiens à domicile et de contribution à la stabilité et à la sécurité mondiales grâce à la défense et aux opérations avec ses alliés. Faisant preuve de professionnalisme, de résilience et d'une grande faculté d'adaptation, le personnel de l'AC participe à des opérations et s'entraîne dans des milieux variés en Amérique, en Europe de l'Est, dans la région Indopacifique, au Moyen-Orient et en Afrique.

Guidé par les principes éthiques décrits dans l'*Éthos des FAC : Digne de servir*<sup>1</sup>, qui comprennent le respect de la dignité de toutes les personnes, le fait de servir le Canada avant soi-même et d'obéir et de soutenir l'autorité légale, l'AC met l'accent sur le caractère ainsi que sur la compétence. Cela permet d'unifier son personnel sous un même système de valeurs, axé sur l'atteinte des objectifs militaires fixés par le gouvernement du Canada.

Dans sa quête incessante de l'excellence opérationnelle, l'AC envisage un avenir caractérisé par des soldats et des unités bien équipés. Consciente des difficultés liées au vieillissement de l'équipement et de la nécessité de renforcer ses capacités, l'AC s'attaque activement à ces questions, en collaboration avec le sous-ministre adjoint (Matériels) et d'autres intervenants clés, en utilisant son influence pour gérer les achats, tirer parti des communications en réseau, adopter des technologies de pointe et optimiser les environnements de données omniprésents. L'évolution du paysage de la sécurité exige une démarche polyvalente de déploiement. Au fur et à mesure que l'AC fait évoluer et façonne la force de l'avenir, l'évaluation continue du contexte de sécurité reste primordiale. Cela fait en sorte que l'AC possède les capacités, les structures, les processus et l'état de préparation nécessaires pour fonctionner efficacement dans tous les scénarios imaginables. La diversité des menaces auxquelles sont confrontés le Canada, le ministère de la Défense nationale (MDN), les FAC et l'AC exigera des réponses souples, coordonnées avec les partenaires nationaux et internationaux<sup>2</sup>.

---

1 *Éthos du ministère de la Défense nationale et des Forces armées canadiennes : Digne de servir*, 2022, p.9

2 *Ministère de la Défense nationale, Engagés vers l'avant : La Stratégie de modernisation de l'Armée Canadienne*, 4e édition, 2020, p.4

S'adaptant aux complexités du champ de bataille moderne et aux environnements opérationnels futurs, l'AC reconnaît la nécessité d'une innovation continue et d'une résolution créative des problèmes. Elle reconnaît que le maintien du statu quo ne suffira pas. Si l'AC n'évolue pas et ne parvient pas à moderniser ses capacités et optimiser la structure de ses forces, elle perdra toute pertinence.

En appui à l'engagement pris par l'OTAN de renforcer le dispositif de l'Alliance en Europe de l'Est, les éléments de mission de l'AC affectés au Commandement des opérations interarmées du Canada (COIC) sont à la tête du Groupement tactique multinational de l'OTAN - Lettonie. En participant activement aux efforts multinationaux, l'AC joue un rôle crucial dans le soutien de la paix et de la sécurité mondiales grâce à sa force prête au combat. L'engagement envers la Brigade multinationale de l'OTAN - Lettonie reflète l'attachement de l'AC aux initiatives de défense collaboratives et son rôle essentiel dans la promotion de la stabilité dans le cadre de l'OTAN.

Pour que l'AC réussisse à l'avenir, elle devra collectivement saisir les occasions et être prêtes pour le prochain conflit et non le dernier.



# Principes directeurs des affaires publiques de l'Armée canadienne

**INSPIRER** ➡ Motiver et inspirer les soldats canadiens en leur inculquant un fort sentiment d'utilité en mettant de l'avant l'importance de leur travail et l'effet qu'il a sur le monde qui les entoure. Il est essentiel que les activités de communication soient menées avec la plus grande honnêteté et en toute authenticité. Une communication franche et transparente renforcera la confiance des Canadiens dans leur Armée et les incitera à en faire partie.

**HABILITER** ➡ Cultiver une culture au sein de l'AC où chaque membre à temps plein et à temps partiel est reconnu et habilité à contribuer au succès collectif de l'AC. Un environnement où les individus se sentent écoutés, valorisés et confiants dans leur capacité à contribuer à l'identité et à la mission communes de l'Armée. Ce principe souligne l'importance de fournir aux individus et aux équipes les outils et le soutien essentiels pour renforcer leurs capacités et leur confiance. Il permet aux dirigeants de renforcer les messages de l'organisation, en favorisant une culture de fierté et d'engagement.

**MOBILISER** ➡ Chercher des occasions d'établir des liens importants avec les auditoires clés autant en personne que via le domaine numérique. Les efforts de communication permettront d'établir un lien entre les soldats et les auditoires. Les soldats raconteront leur propre histoire, suscitant des émotions, ce qui donnera lieu à des communications authentiques. Les membres de l'AC sont les ambassadeurs les plus efficaces. Le fait que de plus en plus de soldats partageront leurs expériences renforcera le sentiment d'appartenance envers la communauté.

**ENGAGER** ➡ Favoriser un dévouement et une responsabilité inébranlables chez tous les membres de l'AC. Ce principe met l'accent sur une forte allégeance à la mission, aux valeurs et aux objectifs de l'organisation et encourage les individus à agir avec un sens du devoir et de la responsabilité.





# OBJECTIFS DE COMMUNICATION

## **Objectif n° 1 : Informer et faire connaître la façon dont l'AC sert le Canada, au pays et à l'étranger**

**Effets escomptés** – Renforcer la perception positive à l'égard des contributions de l'AC et attirer du soutien supplémentaire des Canadiens. Accroître la sensibilisation et la compréhension du public à l'égard du rôle vital de l'AC qui sert les collectivités, au pays et à l'échelle internationale. Attirer l'intérêt envers le service militaire à temps plein et à temps partiel.

**Auditoires clés** – Externe : Les Canadiens, alliés et partenaires, leaders d'opinion, les membres de l'industrie de la défense et les médias.

## **Objectif n° 2 : Inspirer la fierté du service militaire chez les soldats de l'AC**

**Effets escomptés** – Accroître la rétention des soldats formés et expérimentés de l'AC. Cultiver un sentiment de fierté et d'engagement grâce à une compréhension commune des missions de l'AC et célébrer ouvertement les réalisations.

**Auditoires clés** – Interne : Membres actuels et retraités de l'AC.

## **Objectif n° 3 : Accroître la visibilité de l'AC en mettant en lumière l'expérience du soldat**

**Effets escomptés** – Souligner les expériences diverses et marquantes des soldats afin d'humaniser l'AC, créer un lien évocateur avec les auditoires et encourager les jeunes Canadiens et Canadiennes à se joindre à l'Équipe de la Défense et à l'AC. Améliorer la rétention à tous les grades.

**Auditoires clés** – Externe et interne : Canadiens et Canadiennes, y compris les membres actuels et retraités de l'AC.



# THÈMES DE COMMUNICATION

## **Thème 1**

### **UNE FORCE UNIFIÉE: LES SOLDATS CANADIENS**

Couvrant en tant que force terrestre unifiée, l'AC intègre la Force régulière, la Réserve de l'Armée, les Rangers canadiens et le personnel civil de la Défense, afin de créer des formations, des unités et des établissements d'instruction militaire diversifiés et résilients, prêts à contribuer à l'échelle mondiale et à intervenir lors de crises nationales.

Dans l'AC, le parcours du soldat, c'est plus qu'une carrière; c'est une expérience unique et enrichissante. L'AC s'efforce de mettre en priorité l'équilibre entre la vie professionnelle et la vie personnelle, la planification efficace pour minimiser le temps loin de chez soi, et la prévisibilité de l'emploi pour ses soldats.

Les attentes professionnelles, qui portent sur le devoir, l'esprit combatif, le leadership, l'intendance, la discipline et le travail d'équipe, sont essentielles pour que les soldats de l'AC puissent fonctionner efficacement. Le maintien de normes élevées de conduite personnelle et de rendement selon ces principes fondamentaux garantit que la profession demeure un instrument compétent et crédible pour servir l'intérêt public sous la direction du gouvernement élu et conformément à la loi.

L'engagement de l'AC en faveur de la diversité, d'un traitement équitable et d'un leadership éthique crée un milieu dans lequel les soldats se sentent en sécurité, libres d'exceller et confiants dans le dévouement de leurs dirigeants en matière de responsabilité, de caractère et de compétence.

L'expérience du soldat est à l'avant-plan, visant à ce que les soldats soient bien dirigés, bien entraînés et bien équipés. Favorisant la créativité et l'innovation, l'AC offre une formation de calibre international et des occasions de déploiement. Les soldats recherchent des défis, des expériences uniques et la camaraderie, forgeant des liens durables dans un chapitre qui va au-delà d'une carrière, définissant et enrichissant leur vie.

## **Messages clés**

**Les soldats** – Les soldats sont la ressource la plus précieuse de l'Armée canadienne. Un haut niveau de préparation est atteint grâce à un entraînement intensif et répétitif, qui permet d'acquérir les compétences professionnelles et la résilience physique et mentale nécessaires pour surmonter les difficultés et les risques inhérents à l'accomplissement d'une mission.

**La force unifiée** – Le concept « Une Armée » prévoit que l'Armée canadienne fonctionne comme une force cohésive, englobant la Force régulière, la Réserve de l'Armée, les Rangers canadiens et les civils de la Défense qui travaillent ensemble. Cela souligne l'importance cruciale de la collaboration et de l'intégration pour la réussite globale de l'Armée canadienne.

**État de préparation** – L'Armée canadienne est prête à être déployée au pays et à l'étranger. Grâce à une planification et une coordination minutieuse, l'Armée canadienne s'assure d'avoir des forces prêtes à répondre aux missions assignées par le gouvernement du Canada, ainsi que le personnel, les ressources et le niveau de formation nécessaires pour générer ces forces.

**Fierté canadienne, engagement mondial** – Les soldats de l'Armée canadienne représentent fièrement le Canada sur la scène internationale, contribuant aux efforts de paix et de sécurité à l'étranger. Ces engagements incluent les opérations multinationales avec des alliés de l'OTAN, comme l'opération REASSURANCE, l'opération UNIFIER et les exercices d'entraînement qui créent des relations entre armées.

### **Vitalité et engagement opérationnel de la Réserve de l'Armée** –

L'Armée canadienne reconnaît qu'une force armée saine repose sur la vitalité de la Réserve de l'Armée. Grâce à ses compétences et perspectives uniques, le personnel de la Réserve de l'Armée joue un rôle central dans la préparation de l'Armée canadienne et est essentiel à sa capacité et sa flexibilité à maintenir l'état de préparation en appui aux opérations nationales et internationales. Le service de la Réserve de l'Armée est instrumental dans la prise en compte des menaces émergentes, dans la résilience et l'adaptabilité de l'ensemble de l'Armée canadienne, et dans la prévisibilité dans l'emploi, servant ainsi de pilier crucial au sein du concept « Une Armée ».

**Résilience des Rangers canadiens** – Les Rangers canadiens, qui œuvrent dans des milieux exigeants et austères, font preuve d'une résilience et d'une ingéniosité extraordinaires. En servant de mentors et de guides aux autres membres de l'Armée canadienne dans ces conditions difficiles, ils jouent un rôle crucial dans la protection de la souveraineté du Canada et la défense des intérêts côtiers.

**Programmes d’instruction d’été pour les Autochtones** – Les programmes d’instruction d’été pour les Autochtones de l’Armée canadienne constituent une partie unique et intégrante des riches traditions militaires de l’Armée canadienne. Ces programmes d’instruction d’été associent la culture et les enseignements autochtones à l’instruction militaire, offrant aux participants l’occasion d’acquérir de précieuses compétences.

**Diversité** – L’Armée canadienne accorde une grande importance à la diversité des origines, des expériences et des points de vue de ses membres dans l’ensemble du pays. Le fait de cultiver la diversité permet de constituer des équipes plus fortes, avec des dirigeants capables de prendre des décisions mieux éclairées et des membres de l’équipe qui apportent à celle-ci leurs connaissances, leurs compétences, leur expérience et leurs points de vue uniques.



## Thème 2

# FORMÉS ET PRÊTS AU COMBAT

L'AC veille à ce que son personnel et ses unités soient bien préparés pour les opérations dans l'ensemble du spectre. La mise sur pied de la force pour les environnements opérationnels actuels et futurs exige une formation réaliste et stimulante. Il s'agit notamment d'exploiter le meilleur des méthodes traditionnelles « éprouvées », comme la formation pratique sur le terrain, ainsi que celles qui sont rendues possibles ou améliorées par les technologies émergentes, incluant la simulation.

Pour établir une capacité, il est essentiel de disposer non seulement du personnel, mais aussi de l'équipement, de la formation et de la capacité à maintenir ces forces. Compte tenu de la nature évolutive de la guerre moderne, l'AC affine en permanence sa démarche d'instruction pour faire face aux menaces actuelles et futures. Le processus de transformation des soldats et des équipements en équipes prêtes au combat nécessite un système d'instruction efficace et efficient, afin de garantir que l'AC est prête à défendre le Canada et les intérêts canadiens.

Les soldats canadiens, connus dans le monde entier pour leurs compétences, suivent une instruction individuelle et une formation militaire professionnelle rigoureuses afin de devenir des experts dans leur domaine. Grâce à l'instruction collective, des équipes formidables sont constituées et validées comme étant prêtes à assurer l'excellence opérationnelle n'importe où dans le monde.

La force de l'AC repose sur l'instruction individuelle, qui fait partie intégrante du professionnalisme, des compétences, de la discipline, de l'intégrité et du courage dont font preuve les soldats canadiens. Bien que le Canada dispose d'un des systèmes d'instruction individuelle les plus complets au monde, l'AC reconnaît la nécessité de s'adapter et de s'optimiser pour garantir la viabilité, compte tenu des contraintes actuelles et attendues. Les efforts visant à réduire le temps de formation des nouveaux soldats, à valoriser l'apprentissage par l'expérience et à intégrer la simulation et la technologie soulignent l'engagement en faveur de méthodes de formation réalistes, efficaces et efficientes.

## Messages clés

**Forger l'excellence** – L'instruction est le fondement de toutes les armées professionnelles. Les soldats de l'Armée canadienne sont reconnus dans le monde entier pour leurs compétences, leur discipline, leur intégrité et leur courage. L'Armée canadienne développe des soldats, des leaders et des équipes dominants sur le plan cognitif et résilients grâce à l'instruction individuelle, à l'instruction collective et à la formation militaire professionnelle. Cela comprend un effort délibéré de collaborer et de s'intégrer avec les partenaires et alliés de l'OTAN.

**Évolution de l'instruction** – La guerre moderne déterminera la manière dont nous concevons, équipons et formons les soldats de l'Armée canadienne. Pour que l'Armée canadienne soit toujours prête à faire face aux menaces d'aujourd'hui et de demain, elle doit constamment faire évoluer sa démarche en matière d'instruction en fonction de l'environnement opérationnel actuel.

**Systèmes d'instruction** – Essentielle pour garantir la capacité de l'Armée canadienne à défendre le Canada et ses intérêts, l'instruction permet de transformer les soldats et les équipements en équipes prêtes au combat au fil du temps.

**Excellence individuelle et collective** – Des programmes rigoureux d'instruction individuelle et collective permettent aux soldats d'être non seulement des spécialistes dans leur domaine, mais aussi d'avoir une bonne compréhension de la guerre moderne.

**Excellence et adaptabilité** – Les institutions de l'Armée canadienne sont déterminées à améliorer l'efficacité et à adapter la formation afin de garantir que les nouveaux soldats deviennent rapidement employables dans les forces de terrain.

**Polyvalence et préparation** – La poursuite incessante de l'excellence par l'Armée canadienne se traduit par une force polyvalente, agile et hautement entraînée, prête à relever les défis complexes et dynamiques du monde moderne. En mettant l'accent sur l'entraînement multiterrains, l'Armée canadienne est équipée pour faire face à un large éventail de défis dans différents milieux, garantissant ainsi une force agile et adaptable.

**Instruction collective améliorée** – L'Armée canadienne a apporté d'importants changements à ses principales activités d'instruction. Cette mesure visait à limiter l'instruction répétitive et à permettre aux soldats de passer plus de temps à la maison. En outre, le système de formation actualisé correspond mieux aux besoins opérationnels, à savoir le rôle accru des Forces armées canadienne dans le cadre de l'opération REASSURANCE en Lettonie.

**Entraînement avec les alliés** – L'Armée canadienne met l'accent sur l'entraînement avec les pays partenaires et alliés, par exemple la participation de bataillons d'infanterie légère à des rotations annuelles au *Joint Readiness Training Center* et au *Joint Pacific Multinational Readiness Center* aux États-Unis sous le nom d'exercice GLOBAL RESOLVE. Ces activités renforcent les relations interarmées et la capacité de l'Armée canadienne à projeter des forces à l'extérieur du Canada.

**Entraînement par temps froid** – L'Armée canadienne est confrontée à des défis uniques dans les régions septentrionales du pays, caractérisées par un froid extrême et un terrain vaste et accidenté. L'entraînement par temps froid de l'Armée canadienne garantit que ses forces sont capables de projeter et de maintenir la souveraineté dans les régions les plus éloignées du nord du Canada, qui font l'objet d'un intérêt et d'une concurrence accrue.

## Thème 3

# MODERNISATION DE L'ÉQUIPEMENT

Les environnements opérationnels actuels et futurs sont complexes et très incertains, et l'AC doit être équipée et en mesure de relever les nombreux défis dans ce contexte de sécurité volatil. Malgré les changements, la guerre demeure une entreprise humaine. Le contexte de sécurité reste marqué par l'imprévisibilité, le brouillard, les frictions, le hasard, l'irrationalité, la peur et les effusions de sang. Malgré les prodiges technologiques, la guerre demeure toujours un affrontement entre volontés humaines.

Face à ce changement et à cette continuité, la puissance terrestre reste centrale et essentielle pour obtenir des résultats décisifs, que ce soit au pays ou à l'étranger. Cela dit, la façon dont elle est employée évolue et son intégration avec, et sa subordination à, l'effort conjoint et pan domaine plus large sont plus importantes que jamais.

En tirant parti des stratégies d'approvisionnement, en innovant à chaque occasion et en recherchant activement à collaborer avec l'industrie, l'AC vise à s'adapter à la vitesse de la pertinence.

En adoptant des initiatives numériques proposées de bas en haut et par tous les corps de métier, l'AC incarne la Stratégie de modernisation de l'Armée canadienne (SMAC) et la Stratégie numérique de l'Armée canadienne<sup>3</sup>, ce qui permet de perfectionner davantage le soldat numérique. Les jeunes générations de soldats intégreront harmonieusement ces attitudes et ces technologies, tout en continuant à utiliser les compétences fondamentales du soldat.

Les soldats déployés dans le cadre de la Brigade multinationale de l'OTAN - Lettonie sont à l'avant-garde de cet engagement visant à améliorer les capacités, l'innovation, la pensée numérique et l'apprentissage auprès des alliés et partenaires de l'AC et à apporter un changement transformationnel à l'organisation.

---

3 Ministère de la Défense nationale, *Terrain vital de la modernisation : La Stratégie numérique de l'Armée canadienne*, 2022

## **Messages clés**

**Engagement à l'égard des capacités prêtes à l'emploi** – L'Armée canadienne demeure déterminée à maintenir les capacités nécessaires pour les opérations actuelles et futures.

**Protection des soldats déployés** – La protection de ses forces est la priorité absolue. Afin de renforcer l'efficacité au combat de la brigade en Lettonie, l'Armée canadienne continue à s'attaquer à des lacunes spécifiques en matière de capacités (c.-à-d. Systèmes de défense contre les aéronefs sans pilote, défense aérienne, munitions rôdeuses et missiles anti-X portables).

**Équipement fiable pour la sécurité des soldats** – Les soldats de l'Armée canadienne sont équipés de matériel fiable. La priorité étant donnée à leur sécurité pendant les entraînements et les opérations, de l'équipement plus récent est constamment testé et évalué.

**Le maintien en puissance – Le fondement de l'état de préparation** – Le maintien en puissance est l'élément central de l'état de préparation militaire. Sans une logistique, une infrastructure et des chaînes d'approvisionnement efficaces, la victoire dans tout conflit demeure problématique. L'Armée canadienne comprend la nécessité de moderniser continuellement ces éléments essentiels.



## Thème 4

# INTEROPÉRABILITÉ ET INTERCHANGEABILITÉ LORS D'OPÉRATIONS

La stratégie militaire du Canada met l'accent sur l'interopérabilité et l'interchangeabilité avec les pays alliés, ce qui est essentiel pour une collaboration efficace en matière de défense collective. L'AC s'efforce d'assurer une intégration harmonieuse avec une alliée en matière d'équipement, de technologie et d'entraînement interarmées. L'AC cherche à demeurer un allié fiable en matière de sécurité mondiale.

L'interopérabilité avec les organisations partenaires est vitale pour la façon dont l'AC se prépare, s'entraîne et combat. Elle est nécessaire dans l'ensemble des interactions interarmées, inter institutions, multinationales et publiques. Dans la lutte multi-domaines, l'interopérabilité interarmées est indispensable. L'informatique infonuagique intégrée joue un rôle essentiel dans la promotion d'une collaboration efficace.

L'AC reconnaît trois niveaux d'interopérabilité : harmonisée, compatible et intégrée. Il y a intégration harmonisée lorsque des forces peuvent coexister, mais n'interagissent pas. L'intégration compatible désigne les circonstances dans lesquelles les forces peuvent interagir dans la même zone géographique en vue d'atteindre un objectif commun. L'interopérabilité intégrée se produit lorsque les forces peuvent fusionner de façon harmonieuse et sont interchangeables<sup>4</sup>.

La modernisation de la logistique est cruciale pour l'adaptabilité face à l'évolution des enjeux. L'engagement de l'AC à s'entraîner avec les partenaires et les alliés de l'OTAN comprend le développement de compétences, d'équipements et de stratégies pour des opérations dans des environnements et des scénarios difficiles. Cet engagement permet à l'AC de collaborer efficacement avec des partenaires internationaux, en assurant un niveau élevé de préparation et d'interopérabilité dans divers environnements opérationnels.

L'AC se concentre sur les avancées numériques, en maximisant la numérisation en vue d'une interopérabilité solide<sup>5</sup>. Son engagement à renforcer l'intégration à l'alliance garantit une contribution substantielle aux initiatives de défense collective. La démarche proactive de l'AC témoigne de sa volonté de favoriser la collaboration et l'interopérabilité avec les forces alliées dans des environnements divers et difficiles.

---

4 Department of National Defense, *Advancing with Purpose: The Canadian Army Modernization Strategy*, 4th Edition, 2020, p. 61

5 Department of National Defense, *The Canadian Army Digital Strategy, 2022: Modernization Vital Ground: Digital Strategy* - Canada.ca

## **Messages clés**

**L'interopérabilité au cœur des opérations** – L'Armée canadienne, les Forces armées canadiennes et le Canada se déploient rarement seules lors d'opérations. L'entraînement avec des alliés permet à l'Armée canadienne de se préparer à travailler efficacement dans le cadre d'opérations interalliées et interarmées, par exemple, l'Armée canadienne, la Marine royale canadienne et l'Aviation royale canadienne travaillant en étroite collaboration avec les alliés de l'OTAN dans le cadre de l'opération REASSURANCE – activités de dissuasion en Europe de l'Est.

**Besoin de systèmes compatibles et redondants** – Les capacités de l'Armée canadienne doivent s'aligner harmonieusement, être compatibles, interopérables et interchangeables avec les systèmes de ses alliés. Le renforcement de la résilience numérique exige la redondance des systèmes et garantit la continuité opérationnelle.

**Adopter le domaine numérique** – L'Armée canadienne adopte le paysage numérique, reconnaissant son importance dans le façonnement des capacités des forces armées. L'Armée canadienne renforce la littératie numérique de son personnel et collabore avec les industries techniques pour favoriser l'innovation, intégrer des outils avancés dans les opérations militaires et renforcer l'agilité et les capacités de l'Armée canadienne. Alors que l'Armée canadienne s'adapte au monde numérique, elle doit préserver ses compétences fondamentales en matière de combat, reconnaissant que les forces pourraient parfois se retrouver à opérer dans un environnement électromagnétique perturbé.

**Infonuagique intégré** – L'intégration de systèmes infonuagiques interopérables et interchangeables, renforcés par une redondance intégrée, constitue une partie essentielle de la Stratégie numérique de l'Armée canadienne.

**Amélioration de l'intégration aux alliés** – La recherche d'une meilleure intégration avec les alliés passe par la mise en place d'un système de commandement et de contrôle intégré, garantissant une interopérabilité solide à tous les niveaux.



# INITIATIVES CLÉS

Sans être exhaustive, la liste ci-dessous d'initiatives clés doit être appliquée, le cas échéant, pour soutenir les différents thèmes de la présente Stratégie de communication :

- 1. Renforcer l'image de marque de l'AC sur tout les plateformes de médias sociaux :** Renforcer l'image de marque de l'AC en veillant à ce que les messages soient cohérents et percutants sur toutes les plateformes des médias sociaux. Tirer parti des plateformes de médias sociaux autorisées du MDN pour véhiculer une image unifiée et authentique de l'AC.
- 2. Développer une trame narrative thématique tout au long de l'année :** Créer une trame narrative cohérente et uniforme qui s'harmonise sur les thèmes généraux de l'AC tout au long de l'année, en offrant une approche de communication stratégique et ciblée.
- 3. Développer des campagnes ciblées sur les médias sociaux :** Lancer des campagnes de médias sociaux pour répondre à des objectifs, des événements ou des initiatives spécifiques, en maximisant la portée et l'engagement auprès de l'auditoire visé.
- 4. Inviter les soldats de l'AC à raconter leur histoire :** Placer les soldats de l'AC et les leaders subalternes au cœur des activités de communication, afin de permettre au personnel de l'AC de communiquer de manière authentique leur enthousiasme et leur expertise, tout en permettant aux recrues potentielles de s'imaginer en tant que membres de l'AC.
- 5. Soutenir et mettre en œuvre le Programme d'impact des médias sociaux :** Participer activement au Programme d'impact des médias sociaux et le soutenir, en fournissant des conseils et des ressources à d'authentiques conteurs populaires au sein de l'organisation.
- 6. Permettre aux soldats d'ajouter leur voix à l'histoire de l'Armée grâce au Programme des capteurs de l'AC et à d'autres initiatives :** Encourager les soldats à contribuer activement à l'histoire de l'AC par le biais de programmes tels que le Programme des capteurs de l'AC, en leur donnant les moyens de faire connaître leurs perspectives, leurs expériences et leurs points de vue.

- 7. Expliquer la profession des armes :** Faire connaître de façon franche les opérations, l'équipement, les processus et les défis de l'AC, dans un langage clair et simple, dans tous les produits de communication, et éviter un langage doctrinal et technique qui peut aliéner les auditoires externes.
- 8. Promouvoir les réalisations des soldats, passées et présentes :** Mettre en valeur les réalisations des soldats, tant historiques que contemporaines, afin de souligner leur dévouement, leur bravoure et leurs contributions à l'AC et au Canada, au sein de leurs collectivités et à l'étranger.
- 9. Élaborer des produits de communication qui témoignent de la réalité du service dans la Réserve de l'Armée :** Créer des produits de communication adaptés qui décrivent avec précision les expériences et les contributions uniques des membres de la Réserve de l'Armée canadienne, afin de favoriser la compréhension et l'appréciation.
- 10. Améliorer l'engagement auprès des médias, des parties prenantes, des entreprises locales et des collectivités :** Renforcer les relations avec les médias, les parties prenantes, les entreprises locales et les collectivités afin de favoriser la compréhension, la collaboration et le soutien aux initiatives de l'AC.
- 11. Améliorer le Balado de l'AC :** Améliorer la qualité et le contenu du Balado de l'AC afin qu'il serve de plateforme attrayante pour faire connaître les histoires, expériences et points de vue venant de l'organisation.
- 12. S'engager de façon proactive avec des personnalités tierces pertinentes :** Collaborer avec des tiers, des leaders d'opinion et d'autres personnalités afin d'amplifier le message de l'AC et d'atteindre efficacement les différents auditoires.
- 13. Soutenir les activités de communication internes et externes délibérées de la chaîne de commandement :** Soutenir le leadership à communiquer efficacement, à l'interne et à l'externe, en veillant à la cohérence des messages et à l'harmonisation avec les objectifs de l'organisation.
- 14. Donner des briefings de communication, axés sur les opportunités :** Habilitier les soldats et le leadership de l'AC grâce à des briefings de communication efficaces orientés vers les opportunités. Les encourager à communiquer et veiller à ce que les activités et les objectifs de l'AC soient fidèlement représentés. Se concentrer sur ce qu'ils peuvent faire, tout en respectant les politiques de communication.

- 15. Tirer parti de l'application de l'AC :** Maximiser l'utilisation de l'appli de l'AC en tant qu'outil de communication, en assurant une diffusion efficace de l'information et en facilitant la mobilisation des militaires.
- 16. Mettre en lumière les Rangers canadiens et leurs contributions :** Montrer le rôle crucial joué par les Rangers canadiens dans divers environnements, en mettant l'accent sur leur contribution à la résilience nationale et au bien-être des collectivités.
- 17. Mettre de l'avant les programmes pour Autochtones :** Souligner l'importance et l'impact des programmes pour Autochtones au sein de l'AC, en faisant la promotion de la diversité et de la compréhension culturelles.
- 18. Collaborer avec le programme de colonels honoraires :** Utiliser le programme de colonels honoraires pour rehausser l'image de l'AC et renforcer les liens avec des personnes influentes qui peuvent contribuer au succès de l'organisation.
- 19. Offrir de la formation de porte-parole désignés :** Former les porte-paroles désignés au sein de l'AC afin de représenter efficacement l'organisation, de maintenir la cohérence des messages et de gérer les interactions avec les médias en toute confiance.
- 20. Essayer et adopter les nouvelles technologies :** Adopter des technologies et des outils innovants pour améliorer l'accessibilité et l'engagement, en facilitant l'accès aux renseignements pertinents.
- 21. Collaborer davantage avec le magazine *Canadian Army Today* :** Renforcer la collaboration avec le magazine *Canadian Army Today* en tant que plateforme pour publier des articles de fond et des mises à jour sur les projets de l'AC, afin de garantir un lectorat bien informé et engagé.





# AUDITOIRES CLÉS

## AUDITOIRES INTERNES

- ➡ **Équipe de l'AC** (*la Force régulière, la Réserve de l'Armée, les Rangers canadiens et les employés civils*)
- ➡ **Membres de l'AC de divers milieux**
- ➡ **Participants aux Programmes d'instruction d'été pour les Autochtones**
- ➡ **Familles de l'AC**
- ➡ **Anciens combattants**
- ➡ **Participants au Programme des colonels honoraires**

## AUDITOIRES EXTERNES

- ➡ **Population canadienne**
- ➡ **Alliés**  
(OTAN, ONU, Groupe des cinq, ABCANZ)
- ➡ **Leaders d'opinion**  
(universitaires, analystes de la défense, chefs d'entreprise, industrie)
- ➡ **Les membres de l'industrie de la défense**  
(fournisseurs, investisseurs, innovateurs)
- ➡ **Communautés autochtones et groupes multiethniques**
- ➡ **Influenceurs de carrière**
- ➡ **Entreprises**  
(employeurs de membres de la Réserve de l'Armée)
- ➡ **Chefs d'entreprise**
- ➡ **Médias**
- ➡ **Parlementaires**
- ➡ **Dirigeants communautaires culturels et religieux**

# STRATÉGIES DE COMMUNICATION

## Attentes et évaluations

### **Stratégie 1**

## **HABILITER LES SOLDATS COMME COMMUNICATEURS**

Au cœur de la mission de l'AC se trouve le rôle intégral des soldats de l'AC en tant que communicateurs essentiels, établissant des liens avec l'équipe interne de l'AC et le grand public. Pour exceller dans ce domaine, les soldats auront une connaissance approfondie des thèmes et des messages actuels, laquelle est essentielle pour une communication percutante. Ils servent de motivateurs, façonnent activement l'évolution culturelle de l'AC et entraînent la modernisation de la force.

L'organisation de l'AC trouve un écho profond auprès des Canadiens et Canadiennes lorsqu'elle reflète la diversité des visages et des expériences au sein de la force. Faire connaître l'histoire de l'AC à travers les yeux des soldats ne met pas seulement en évidence la valeur de l'institution, mais rend aussi hommage à sa contribution continue à la trame historique de l'organisation. En partageant leurs points de vue uniques, les soldats de l'AC incarnent l'essence des institutions de l'AC, mettant en lumière l'engagement durable et le dévouement inébranlable de l'AC.

### **Attentes**

**Donner aux soldats les moyens de devenir des conteurs** – Fournir des formations et des ressources pour aider les soldats à exprimer efficacement leurs expériences, en transformant leurs histoires en récits percutants.

**Faciliter l'engagement interactif** – Organiser des événements communautaires, des ateliers et des forums au cours desquels les soldats s'engagent activement auprès du public, favorisant ainsi une communication et une compréhension réciproques.

**Mettre l'accent sur la diversité et l'inclusion** – Présenter la diversité des origines, des compétences et des points de vue au sein de l'AC, en mettant l'accent sur l'inclusion en tant que valeur fondamentale.

### **Refléter le profil démographique de l'AC en matière de recrutement** –

Employer des soldats de l'AC et des leaders subalternes pour communiquer sur ce que fait l'Armée, en permettant aux recrues potentielles de s'imaginer en tant que membres de l'AC.

**Collaborer grâce à des partenariats** – Mettre en place des initiatives de collaboration avec les dirigeants de la communauté, les entreprises et les établissements d'enseignement afin de créer des partenariats mutuellement bénéfiques.

**Exploiter efficacement les plateformes numériques** – Utiliser les médias sociaux, les blogs et les balados pour compléter les récits des soldats, atteindre un public plus large et s'adresser à des groupes démographiques divers.

**Mettre l'accent sur la résilience et l'adaptabilité** – Partager des récits démontrant la résilience des soldats qui surmontent les défis et s'adaptent à des situations changeantes, inspirant les autres par leur détermination.

## **Évaluations**

**Données sur l'implication des soldats** – Faire le suivi des niveaux de participation des soldats aux initiatives de narration grâce à des enquêtes ou des registres de participation, en évaluant leur compréhension et l'intégration des thèmes et messages clés.

**Évaluation des cas de réussite** – Élaborer un cadre d'évaluation quantitative et qualitative pour mesurer l'efficacité des exemples de réussite communiqués. Analyser les données des médias sociaux tels que l'engagement du public, la rétroaction et la résonance avec le message visé.

**Couverture médiatique et analyse d'incidence** – Évaluer la portée et l'incidence des réussites et des occasions présentées aux médias. Analyser la couverture médiatique, l'accueil du public et le reflet de la valeur de l'Armée et de ses contributions à l'histoire de la nation.



## **Stratégie 2**

# **AMÉLIORER LA PRÉSENCE NUMÉRIQUE DE L'ARMÉE CANADIENNE**

L'AC reconnaît l'importance croissante d'une présence solide en ligne et numérique à une époque où les collectivités se réunissent et interagissent de plus en plus sur internet. Il est essentiel d'adopter ce paysage numérique pour améliorer la transparence, la connectivité et l'engagement, tant au niveau interne parmi les soldats de l'AC qu'au niveau externe avec l'ensemble de la collectivité.

L'AC comprend qu'une présence en ligne efficace ne met pas seulement en évidence les capacités de l'AC, mais sert également de plateforme pour faire connaître les valeurs et les réalisations de l'AC et mettre de l'avant ses soldats. Le renforcement de l'empreinte numérique de l'AC nous permet de nous connecter efficacement à différents auditoires, en veillant à ce que le message résonne et demeure accessible sur différents canaux numériques.

## **Attentes**

**Engagement actif dans les médias sociaux** – Élaborer une stratégie exhaustive en matière de médias sociaux afin de s'engager activement sur ses plateformes. Partager régulièrement des mises à jour, histoires, réalisations et informations pertinentes afin d'accroître l'engagement avec le public et les parties prenantes internes. Favoriser un canal de communication bidirectionnel qui encourage l'interaction et le dialogue.

**Création et diffusion de contenu** – Élaborer un contenu diversifié et de grande qualité, notamment des vidéos, infographies, blogues et articles, afin de communiquer efficacement la mission, les valeurs et les contributions de l'AC. Veiller à ce que le contenu soit percutant, pertinent et qu'il trouve un écho auprès du public cible. Mettre en œuvre un plan de diffusion du contenu qui en maximise la portée sur les canaux numériques.

**Collaboration sur les plateformes des médias sociaux** – Favoriser la collaboration avec les formations et unités de l'AC et les FAC sur les plateformes des médias sociaux. Établir une collaboration avec les formations et unités concernées, les FAC et les organismes externes afin d'accroître la portée et l'incidence de la présence numérique de l'AC. Collaborer à des exercices interarmées, à des activités et à des publicités croisées afin d'élargir le public et de renforcer l'engagement.

**Plateformes de collaboration interne** – Utiliser l'application de l'AC et les plateformes internes telles que O365 pour favoriser la communication et le partage des connaissances entre les soldats et le personnel. L'utilisation de ces outils permettra à l'AC d'offrir une communication harmonieuse, de donner des mises à jour et de diffuser des renseignements essentiels au sein de la collectivité de l'AC.

**Analyse et suivi des paramètres** – Utiliser des outils d'analyse robustes pour suivre et analyser les performances du contenu en ligne et les indicateurs d'engagement. Contrôler et analyser régulièrement les données afin de mieux comprendre le comportement, les préférences et les tendances de l'auditoire. Utiliser ces renseignements pour affiner les stratégies numériques et adapter le contenu pour un effet maximal.

## **Évaluations**

### **AMÉLIORATION DU SITE WEB**

**Paramètres liés à la mobilisation des utilisateurs** – Mesurer les interactions des utilisateurs, telles que le temps passé sur le site, les taux de rebond et les pages visitées par session, afin d'évaluer la convivialité et l'attrait du site Web. En respectant pleinement les directives et la législation en matière de confidentialité.

**Analyse comparative** – Comparer les analyses du site Web avant et après les améliorations afin d'évaluer l'accroissement en matière de mobilisation des utilisateurs et d'accessibilité de l'information.



## ENGAGEMENT ACTIF SUR LES MÉDIAS SOCIAUX

**Paramètres liés à la mobilisation des utilisateurs** – Surveiller les mentions « J'aime », les partages, les commentaires et la croissance de l'auditoire sur les plateformes de médias sociaux afin d'évaluer l'efficacité du contenu pour favoriser la mobilisation.

**Portée et impressions** – Assurer le suivi de la portée et des impressions pour mesurer la visibilité du contenu auprès du public cible et son incidence potentielle.

**Rétroaction du public** – Analyser les réponses, les impressions et les commentaires du public pour comprendre sa perception et sa réceptivité par rapport au contenu partagé.

## CRÉATION ET DIFFUSION DE CONTENU

**Analyse du rendement du contenu** – Évaluer le rendement des différents types de contenu (vidéos, infographies, articles) en fonction des vues, des partages et des taux de mobilisation afin de déterminer quels sont les formats les plus performants.

**Portée auprès des auditoires et fidélisation de celui-ci** – Vérifiez si le contenu trouve un écho auprès des auditoires clés en analysant des paramètres tels que le temps passé sur le contenu, le nombre de clics et la fidélisation de l'auditoire.

## PLATEFORMES DE COLLABORATION INTERNE

**Analyse de l'utilisation** – Assurer le suivi de l'utilisation de la plateforme, des utilisateurs actifs, de la fréquence des interactions et des contributions au contenu pour évaluer le taux d'adoption chez les soldats.

**Mécanismes de rétroaction** – Recueillir la rétroaction grâce à des sondages internes ou à des formulaires de rétroaction afin de comprendre la satisfaction des utilisateurs, la facilité d'utilisation et les points à améliorer.

## **Stratégie 3**

# **OPTIMISER ET SYNCHRONISER LES COMMUNICATIONS INTERNES**

Une communication efficace au sein de l'AC permet d'inspirer la confiance, de remonter le moral, de promouvoir une culture organisationnelle positive et d'habiliter les soldats en tant que communicateurs (selon la stratégie 1). Pour atteindre cette voie unifiée, il faut que chaque militaire, quel que soit son poste, comprenne les priorités et les efforts de l'AC. Les activités de communication centralisées sont un soutien essentiel et habilite la chaîne de commandement en garantissant que l'elle fasse connaître et appuie constamment les messages cruciaux de l'Armée, les opérations et les activités d'instruction, ainsi que les initiatives liées à l'équipement, et ce, à l'échelle de l'Armée.

La communication interne a aussi une forte incidence sur le moral. Les membres de l'AC doivent se sentir entendus et leurs points de vue doivent être appréciés et pris en compte. Les communications internes efficaces comprennent les échanges descendants et ascendants.

## **Attentes**

**Promotion et soutien de la direction** – Encourager les leaders à incarner et à renforcer constamment le message de l'organisation dans leurs communications avec leurs équipes. Faciliter la formation des dirigeants en mettant l'accent sur leur rôle lorsqu'il s'agit d'incarner et de souligner le message de l'organisation. Encourager les dirigeants à intégrer systématiquement des messages clés dans leurs communications avec les équipes, afin de favoriser la concordance et l'unité.

**Lignes directrices sur la cohérence des messages** – Élaborer et diffuser des lignes directrices ou un guide décrivant les points clés des messages, le ton et le style de langage. Cela garantit la cohérence dans la façon dont l'organisation fait connaître sa mission et ses valeurs. Ces lignes directrices doivent couvrir les points clés du message, le ton et le style de langage, afin de promouvoir une approche de communication unifiée et cohérente dans l'ensemble de l'organisation.

**Collaboration entre formations** – Utiliser l'application de l'AC pour favoriser la collaboration entre les formations afin d'harmoniser les efforts de communication. Cela permet d'éviter les messages contradictoires et de favoriser une approche unifiée de la communication. Tirer parti de l'application de l'AC comme plateforme centrale pour la collaboration entre les différentes formations. Encourager le partage d'information, de mises à jour et de pratiques exemplaires pour garantir la cohérence des messages et l'harmonisation entre différentes formations.

**Canaux de communication interne** – Utiliser des canaux clairs et accessibles (tels que les bulletins, l'intranet ou les outils internes) pour diffuser des renseignements sur les priorités, les stratégies et les mises à jour à tous les niveaux de l'AC. Utiliser une gamme variée de canaux de communication interne pour atteindre tous ses membres de façon efficace. Veiller à ce que l'information soit partagée et accessible de façon constante. Cela favorise la transparence et tient tous ses membres informés.

**Ressources en matière de communication visuelle et écrite** – Utiliser le Guide de style de l'image de marque de l'AC pour harmoniser des contenus faciles à comprendre, tels que des infographies ou des vidéos, avec des documents écrits qui transmettent succinctement la mission, les valeurs et les objectifs de l'organisation. Ces ressources peuvent aider à faire passer des messages de manière cohérente.

## **Évaluations**

**Boucles de rétroaction et dialogue ouvert** – Créer des moyens permettant aux soldats de fournir de la rétroaction et des suggestions concernant la Stratégie de communication. Un dialogue ouvert favorise le sentiment de participation et d'appropriation, ce qui permet de mettre en place des stratégies de communication plus efficaces.

**Évaluation régulière et ajustements** – Évaluer continuellement l'efficacité des stratégies de communication. En fonction de la rétroaction et du rendement, effectuer les ajustements nécessaires pour que le message demeure cohérent et pertinent.



# PARTENAIRES DE COLLABORATION

Il est essentiel d'avoir une collaboration efficace avec divers partenaires pour que l'AC atteigne ses objectifs de communication et améliore son incidence globale. L'inclusion de partenaires issus de différents milieux et organisations, tels que le Sous-ministre adjoint (Affaires publiques) [SMA(AP)], les affaires publiques du COIC, les affaires publiques du Chef du personnel militaire (CPM), d'autres organisations de niveau 1, ainsi que des spécialistes des médias internes et externes, des ministères, des partenaires et des entités chevronnées dans le domaine des médias sociaux, offre plusieurs avantages clés :

**Harmonisation stratégique** – Les efforts de synchronisation avec les partenaires garantissent l'harmonisation stratégique entre les différentes directions et entités. Cette harmonisation est essentielle pour maintenir l'uniformité des messages, éviter les informations contradictoires et présenter un front uni aux auditoires internes et externes.

**Favoriser une culture de collaboration** – La synchronisation avec les partenaires favorise une culture de collaboration au sein de l'organisation des FAC. Cette culture encourage le partage d'informations, la coordination et le soutien mutuel, renforçant ainsi l'efficacité globale des efforts de communication.

**Crédibilité accrue** – La participation d'entités chevronnées dans les médias sociaux, de vidéastes et de conteurs expérimentés contribue à la crédibilité globale des communications de l'AC. Leurs compétences confèrent une touche professionnelle à la trame narrative, ce qui rend l'information plus convaincante et digne de confiance.

**Perspectives et expertise diversifiées** – La collaboration avec des partenaires issus de milieux et d'organisations diversifiés apporte des perspectives et une expertise variée à la Stratégie de communication. Cela enrichit les narratifs et garantit une représentation plus complète des activités de l'AC.

**Messages complémentaires** – Le partenariat et la collaboration avec des organisations (internes ou externes aux FAC) permettent de compléter les messages auprès d'un auditoire plus vaste.

**Tirer parti des compétences spécialisées** – L'engagement avec des experts des médias internes et externes, des vidéastes, des conteurs et des entités des médias sociaux offre un accès à des compétences spécialisées. Ces professionnels peuvent contribuer à la création d'un contenu attrayant, améliorant ainsi la qualité et l'incidence des documents de communication.

**Mise en valeur de l'innovation et des réussites** – La collaboration avec des partenaires permet à l'AC de mettre en valeur des réussites locales qui soulignent l'innovation et les solutions nouvelles. En partageant ces histoires, l'AC peut démontrer sa capacité d'adaptation et son efficacité à relever les défis, renforçant ainsi son image positive.

**Solutions ascendantes** – Les collaborateurs internes et externes positionnés pour appuyer les objectifs de communication plus vastes de l'AC contribuent à l'élaboration de solutions originales. Cela permet de faire en sorte que les initiatives et les innovations émanant de la base sont communiquées efficacement, soulignant ainsi la réactivité de l'organisation face aux défis.

**Utilisation efficace des ressources** – La collaboration avec les partenaires permet d'utiliser efficacement les ressources. En mettant en commun l'expertise et les ressources de diverses entités, l'AC peut optimiser ses efforts de communication, ce qui garantit une stratégie plus rentable et plus efficace.





# CONCLUSION

La Stratégie de communication 2024-2026 de l'AC définit la façon dont l'Armée racontera son histoire au cours d'une période complexe marquée par une sécurité mondiale incertaine et la pression exercée pour mettre sur pied des forces terrestres considérables en vue d'opérations. Cette période sera également marquée par des occasions à saisir.

La mise en valeur de l'expérience du soldat est au cœur de cette stratégie. En utilisant des images et des récits authentiques, ce plan mobilisera et inspirera les membres actuels de l'AC. Il permettra d'informer et d'éduquer les Canadiens et Canadiennes sur le travail de l'AC et d'attirer des membres potentiels au sein de l'organisation. L'imagerie authentique démontrera sa crédibilité et sa capacité d'adaptation dans un paysage en constante évolution.

Cette stratégie vise à inspirer, responsabiliser et mobiliser les intervenants de l'AC. Elle encourage les soldats à faire connaître leur histoire, à cultiver des liens significatifs et à renforcer l'image de l'Armée en tant qu'institution digne de confiance. La mise en œuvre réussie de cette stratégie permettra de synchroniser les communications et de guider l'organisation dans la narration de nos histoires collectives d'une façon captivante et dynamique.

# LÉGENDES ET CRÉDITS PHOTO

**Page couverture.** Un membre du 3e bataillon, The Royal Canadian Regiment, suivant un cours de reconnaissance de base se dirige vers un objectif dans le cadre d'un scénario d'entraînement, le 2 mai 2022. Photo : Caporale Sarah Morley

**Page 2.** Un candidat à la qualification militaire de base des officiers de l'armée occupe une position défensive lors d'un entraînement au Centre d'entraînement de la 4<sup>e</sup> Division du Canada à Meaford, le 11 juillet 2023. Photo : Caporal Bogdan Nechita

**Page 5.** Le lieutenant Clarence Aguila, officier d'infanterie du Royal Hamilton Light Infantry faisant partie de la Force opérationnelle avancée renforcée de l'OTAN en Lettonie, est en poste de guet lors de l'opération FORTRESS, le 18 septembre 2023. Photo : Caporale Lynette Ai Dang

**Page 7.** Dans le cadre de l'exercice COLD STEEL, des militaires du Queen's York Rangers, du 3<sup>e</sup> Groupe de patrouille des Rangers canadiens et du Groupe de recrutement des Forces canadiennes effectuent un exercice de navigation à la BFC Borden, le 27 janvier 2024. Photo: Caporal Casey Rogan

**Page 8.** Des soldats du Royal Regiment of Canada et du 32<sup>e</sup> Régiment du génie de combat participent à l'exercice ROYAL STORM au champ de tir et zone d'entraînement de Winona du 16 au 18 juin 2023. Photo : Caporal R. Surplis

**Page 10.** Des membres de l'Armée canadienne du Groupement tactique de la présence avancée renforcée de l'OTAN en Lettonie tirent une fusée éclairante pour signaler le tir d'un Carl Gustav de 84 mm contre des véhicules blindés lors de l'exercice SILVER ARROW 2023 au Camp Ādaži, en Lettonie, le 25 septembre 2023. Photo : Caporale Lynette Ai Dang

**Page 13.** Les forces canadiennes et britanniques travaillent ensemble lors d'une simulation de bataille défensive lors de l'exercice MAPLE RESOLVE à Wainwright, en Alberta, le 15 mai 2023. Photo : Caporal Michael Turner



**Page 17.** Des membres du 5<sup>e</sup> Régiment d'artillerie légère du Canada (5 RALC) effectuent une mission de tir avec un obusier M777 de 155mm lors de l'exercice PIECE AGUERRIE, dans les secteurs d'entraînement de la Base de soutien de la 2<sup>e</sup> Division du Canada à Valcartier, au Québec, le 25 octobre 2023. **Photo : Aviateur Anne-Julie St-Hilaire**

**Page 19.** Un membre de l'Armée canadienne donne des instructions à des membres des Forces armées ukrainiennes lors d'un entraînement dans le cadre de l'opération UNIFIER en Pologne, le 9 février 2024. **Photo : Matelot-chef Zach Barr**

**Page 20.** Un candidat à la qualification militaire de base des officiers de l'armée occupe une position défensive lors d'un entraînement au Centre d'entraînement de la 4<sup>e</sup> Division du Canada à Meaford, le 11 juillet 2023. **Photo : Caporal Bogdan Nechita**

**Page 23.** Des membres du Groupe compagnie d'intervention dans l'Arctique (GCIA) embarquent à bord d'un avion de transport CC-130J Hercules pour leur départ vers Eureka lors de l'opération NANOOK-NUNALIVUT à Resolute Bay, le 5 mars 2024. **Photo : Caporal-chef Alana Morin**

**Page 24.** Des membres canadiens de la Force opérationnelle avancée renforcée de l'OTAN en Lettonie utilisent d'un écran de fumée pour se repositionner lors d'un engagement contre des forces d'opposition lors de l'exercice BOLD FUSILIER à Tapa, en Estonie, le 13 octobre 2023. **Photo : Capitaine Joffray Provencher**

**Page 27.** La soldate Dariane Ross Vollant, membre de la communauté de Pessamit et participante au programme Carcajou 2023, s'entraîne à la 2<sup>e</sup> Base de soutien de la Division du Canada à Valcartier, au Québec, le 8 août 2023. **Photo : Caporal Sébastien Lauzier-Labarre**

**Page 28.** Des membres de la 4<sup>e</sup> Division du Canada s'exercent lors d'un scénario d'entraînement médical à la Base de soutien de la 4<sup>e</sup> Division du Canada (4 CDSB) à Petawawa, le 24 août 2023. **Photo : Caporal Nechita**

**Page 30.** La caporale Beverly Kingmiaqtuq, membre du 1<sup>er</sup> Groupe de patrouille des Rangers canadiens (1 GPRC), utilise son fusil de ranger C19 (.308) lors de l'opération NANOOK-NUNAKPUT 2023, sur la péninsule de Nicholson, dans les Territoires du Nord-Ouest, le 5 septembre 2023. **Photo : Caporal Marc-André Leclerc**

**Page 33.** Les participants et participantes du Programme d'entraînement d'été Carcajou pour les peuples autochtones effectuent un entraînement pratique sur divers équipements de l'Armée canadienne, le 8 août 2023. **Photo : Soldate Kelly-Anne Lepage**

**Page 35.** Un membre des Forces armées espagnoles et un membre des Forces armées lettones déplacent un membre des Forces armées canadiennes agissant comme une victime simulée lors d'un exercice de soins tactiques aux blessés au Camp Adaži, en Lettonie, le 4 novembre 2023. **Photo : Capitaine Joffray Provencher**

**Page 36.** Des soldats de l'Armée canadienne débarquent d'un hélicoptère CH-147 Chinook lors de l'exercice COMMON GROUND II 2016 à la Base de soutien de la 5<sup>e</sup> Division du Canada à Gagetown, au Nouveau-Brunswick, le 25 novembre 2016. **Photo : Capitaine Greg Juurlink**

**Page 38.** Un artilleur du 1<sup>er</sup> Régiment, Royal Canadian Horse Artillery, participe à l'exercice FROZEN GUNNER à la BFC Shilo du 13 au 17 mars 2023. **Photo : Caporal-chef Brandon Liddy**