

**Zeitschrift:** Revue Militaire Suisse  
**Herausgeber:** Association de la Revue Militaire Suisse  
**Band:** 150 (2005)  
**Heft:** 6-7

**Vorwort:** L'armée est-elle une entreprise?  
**Autor:** Weck, Hervé de

#### Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

#### Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

#### Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 15.01.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

ETH-ZÜRICH  
20. Juni 2005  
BIBLIOTHEK

# SOMMAIRE

Juin-Juillet 2005

Pages

## Editorial

- L'armée est-elle une entreprise? 3

## Situation politico-militaire

- Terrorisme islamiste et technologie de l'information 6

## Nouvelles brèves

- Situation en Irak 8

## Service d'appui

- Les Forces aériennes en Asie du Sud 12
- Enseignements de l'opération «COLIBRI» - G 8 (1) 16

## Coopération internationale

- Métier de soldat - Soldat de métier 21

## Recrutement

- La solution suédoise 28
- Une armée suisse branchée et «cool» au recrutement 32

## Dossier «Europe»

- Sérieuses turqueries (1) 33

## Dossier «Balkans»

- Le Sandjak de Novi Pazar 37

## Armées étrangères

- Evolution de l'Armée de Terre française (1) 43

## Déminage

- Raccourcir les délais de déminage! 48
- Déminage humanitaire : Digger DTR 52

## Revue des revues

53-54

## SSO: comité central

I-IV

## RMS-Défense Vaud

V-VIII

# L'armée est-elle une entreprise?

On connaît depuis longtemps le langage «politiquement correct» qu'il convient d'adopter si l'on ne veut pas passer pour réactionnaire ou pour machiste. Les *nègres* sont devenus des *noirs*, voire – mieux et plus branché – des *black*, même si cela ne fait pas forcément disparaître leurs problèmes ou le racisme dont ils sont les victimes. La culture *black*, c'est le sommet! Dans ces conditions, plus questions de demander une *tête de nègre* à la pâtisserie, mais une *tête de choco*...

On semblerait inconvenant de parler d'aveugles ou d'obèses: ce sont des *malvoyants* et des *personnes pondéralement défavorisées*. On passerait pour anti-féministe en n'adaptant pas les substantifs quand ils désignent des personnes du sexe faible. Pardonnez-moi ce péché mortel, je n'aurais pas dû utiliser une tournure qui met en question l'égalité homme-femme! Il y a maintenant des *sapeuses-pompières*, des *professeures*, des *auteures* – j'ai même découvert des *autrices* – et des *entraîneuses*... dans le monde du football ou du rugby. Est-il encore pensable de s'adresser à madame le ministre, madame le maire ou madame le syndic, de dire docteur à celle que vous consultez comme médecin de famille? Dans l'armée suisse, faudra-t-il faire s'annoncer *une grenadière de chars*, *une fusilière* ou *une appointée sapeuse de sonnette*, avant de lui remonter les bretelles ou de lui tailler un *short*<sup>1</sup>? Quoi qu'il en soit, ces innovations linguistiques n'ont pas fait progresser d'un

pas la cause des femmes ou leur présence dans les assemblées législatives et les exécutifs.

Dans leurs exercices de relations publiques, des officiers généraux suisses utilisent des expressions qui ne manquent pas d'inquiéter. L'armée est devenue un *fournisseur*, une *entreprise* qui offre des services à des *clients* qui s'appellent autorités civiles, Fédération nationale de ski, de yodel ou de lutte suisse. «L'armée produit de la sécurité»... Le Chef de l'armée est amené à s'occuper de certains de ses *clients*, des soldats en cours de répétition, qui ne sont pas contents des *prestations* qu'on leur demande de faire devant les missions diplomatiques de Genève, de Berne et de Zurich. Les *centres de compétence* des Forces terrestres, en clair les arsenaux, sont aussi les fournisseurs de *clients*, officiers, sous-officiers et soldats, qui, récemment encore, se contentaient de toucher leur matériel de corps. Le DDPS a des *partenaires sociaux*, des fonctionnaires, dont plusieurs

<sup>1</sup> Deux expressions qui, en France, signifient «engueuler» quelqu'un.

milliers perdent leur emploi, restructuration et mesures d'économie obligent.

Ces quelques exemples que révèlent-ils ? Que les conseillers en communication, très inspirés, pensent que l'armée passera mieux si on l'assimile à une entreprise qui respecte les mêmes règles et les mêmes normes que le monde économique. Il ne faut plus utiliser en public une terminologie militaire spécifique, trop agressive et autoritaire. Cette stratégie de communication n'a pas empêché le monde de politique, même les partis bourgeois, de se désintéresser de la sécurité et de la défense, avec les résultats que l'on sait depuis la naissance de l'Armée XXI.

Comparer l'armée à une entreprise heurte d'autre part la logique, même celle d'un piètre disciple de Socrate ou de Descartes. Le Chef de l'armée vend-il à ses *clients* les *prestations* et les *services* qu'il leur

fournit, cherche-t-il à faire du profit et à favoriser des actionnaires avides de gros dividendes ? Si tel était le cas, l'institution souffrirait moins des mesures d'économie décidées par les Chambres ! En réalité, les prestations de l'armée sont quasiment gratuites pour le *client*, ce qui explique qu'il y a toujours autant de demande. A notre connaissance, on n'a pas facturé au Gouvernement des Grisons ou au Forum de Davos le prix coûtant de la main-d'œuvre mise à disposition, des heures de *Super-Puma* et de *F/A-18*.

Par ailleurs, le Département de la défense, s'associe au Département fédéral des affaires étrangères pour *fournir des services* lors du G8, au Kosovo ou en Indonésie. Alors que, dans le monde de l'économie, les associés se montrent financièrement solidaires, quelles ont été les prestations financières du Département de Micheline Calmy-Rey ?

Non ! L'armée n'est pas une *entreprise*, mais une organisation complexe qui doit montrer son efficacité dans des situations de crise, ce qui justifie que le chef militaire, quel que soit son grade, peut demander à ses hommes d'obéir immédiatement sans discuter, même s'ils ne sont pas convaincus des mesures prises. Ils peuvent être amené – écrasante responsabilité – à leur demander le sacrifice de leur vie pour la sécurité ou la sauvegarde de l'Etat, la sauvegarde des conditions d'existence en Suisse, voire ailleurs dans le monde.

On est loin de la micro et de la macro-économie, de l'entreprise qu'on étudie avec méthode et expertise dans les facultés de sciences économiques. Ce qu'Alfred de Vigny désignait par *Servitude et grandeur militaire* ne relève pas du service à la clientèle, de l'économie, de l'argent et du profit.

**Colonel Hervé de Weck**