



15ème législature

Question N° : 2628	De M. Franck Marlin (Les Républicains - Essonne)	Question écrite
Ministère interrogé > Culture		Ministère attributaire > Culture
Rubrique > anciens combattants et victimes de guerre	Tête d'analyse > Valorisation du Bleuet de France, notamment sur les chaînes du service public	Analyse > Valorisation du Bleuet de France, notamment sur les chaînes du service public.
Question publiée au JO le : 07/11/2017 Réponse publiée au JO le : 25/12/2018 page : 12065 Date de changement d'attribution : 16/10/2018		

Texte de la question

M. Franck Marlin appelle l'attention de Mme la ministre de la culture sur la valorisation du « Bleuet de France ». Destiné à apporter un soutien moral et financier envers les anciens combattants et les victimes ainsi que les orphelins des guerres d'hier et d'aujourd'hui, le Bleuet met aussi son savoir-faire au service des policiers et des nouvelles victimes, notamment celles des attentats terroristes. Il participe également à la transmission de repères et de valeurs auprès des plus jeunes. Pourtant, force est en effet de constater son absence de visibilité, notamment dans les médias télévisuels et plus particulièrement l'ensemble des chaînes relevant du service public. Ainsi, lors de la journée de commémoration de l'armistice du 11 novembre 1918 et d'hommage rendu à tous les morts pour la France, et *a fortiori* les jours précédents, aucun présentateur de journal télévisé national ne portait « la fleur française du souvenir ». À titre de comparaison, la campagne du coquelicot (en anglais « Poppy Appeal »), lancée chaque année par la *Royal British Legio* en Grande-Bretagne et dans certains pays du Commonwealth de la fin du mois d'octobre au 11 novembre, connaît un tout autre écho. Cette tradition, voire ce devoir civique, se traduit ainsi notamment par le port de ce symbole par la quasi-totalité des personnalités et présentateurs d'émissions et de journaux télévisuels, en premier lieu sur les chaînes publiques. Preuve de sa popularité, les sommes récoltées outre-Manche sont de l'ordre de 50 millions d'euros chaque année pour les « poppies », contre un peu plus d'un million en France pour les bleuets. En France, la tradition du « Bleuet de France » s'était lentement perdue, jusqu'en 2012, après l'adoption de la loi fixant au 11 novembre la commémoration de tous les morts pour la France, où toutes les unités militaires ont été invitées à le porter sur leur tenue y compris durant les heures de service. Aussi, afin d'aider l'Office national des anciens combattants et victimes de guerre (ONACVVG) dans son œuvre et améliorer la visibilité du « Bleuet de France », notamment à la télévision et plus particulièrement les chaînes publiques, il lui demande quelles mesures pourraient être prises en ce sens.

Texte de la réponse

Le ministre de la culture est pleinement conscient de l'importance de l'œuvre nationale du Bleuet de France (ONBF), grâce notamment aux fonds qu'elle collecte en faveur des anciens combattants, des veuves de guerre, des pupilles de la Nation, des soldats blessés en opération de maintien de la paix et des victimes du terrorisme. Il rappelle que, pour mieux faire connaître l'ONBF, œuvre caritative gérée par l'Office national des anciens combattants et victimes de guerre, le Gouvernement, par le biais du ministère de la défense, a adopté plusieurs



mesures de nature à promouvoir la fleur qui symbolise en France la mémoire et la solidarité vis-à-vis du monde combattant. Une campagne promotionnelle, déployée en novembre dernier, a assuré en outre à l'ONBF une large visibilité et a permis de sensibiliser de nombreux publics à son action. À cet égard, différents médias ont été sollicités en vue de diffuser, à l'échelle du territoire national, cette campagne qui illustre la diversité des personnes soutenues par l'ONBF. Du 5 au 11 novembre dernier, à l'occasion de la célébration du 100 anniversaire de la fin de la Première Guerre mondiale, France Télévisions a affiché son soutien à l'association « Bleuets de France » par plusieurs actions : une grande partie de ses animateurs, notamment lors des journaux télévisés et des émissions sportives, ont porté la fleur française du souvenir et plusieurs reportages sur l'association ont été diffusés, notamment le 7 novembre dernier, dans l'émission Télématin sur France 2.