



HAL
open science

La communication publique autour des exportations d'armement : analyse d'une communication gouvernementale autour d'un sujet sensible

Arnaud Calemard

► To cite this version:

Arnaud Calemard. La communication publique autour des exportations d'armement : analyse d'une communication gouvernementale autour d'un sujet sensible. Sciences de l'information et de la communication. 2021. dumas-03640124

HAL Id: dumas-03640124

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03640124>

Submitted on 13 Apr 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Mémoire de Master 2

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Entreprises et institutions

Option : Entreprises, institutions et stratégies

La communication publique autour des exportations d'armement

Analyse d'une communication gouvernementale
autour d'un sujet sensible

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Yanita Andonova

Nom, prénom : CALEMARD Arnaud

Promotion : 2021

Soutenu le : 06/12/2021

Mention du mémoire : Très bien

Remerciements

Qu'il me soit tout d'abord donné de remercier ma directrice de mémoire, Madame Yanita Andonova, ainsi que mon rapporteur professionnel, Monsieur David Réguer, pour leurs conseils avisés et leur soutien dans la réalisation de ce mémoire. Nos échanges m'ont permis de structurer ma pensée et d'approfondir mon raisonnement.

Je tiens également à remercier Madame Delphine Sampic-Berger et Monsieur le député Fabien Gouttefarde d'avoir pris de leur précieux temps pour me recevoir et évoquer avec moi ce sujet si sensible.

Je remercie également la direction de la communication du groupe Nexter au sein de laquelle j'ai effectué un stage passionnant qui a suscité en moi l'envie d'en savoir davantage sur ce thème.

Je remercie enfin ma mon épouse et mes enfants pour leur affection, leur soutien indéfectible et leur patience à toute épreuve.

Table des matières

REMERCIEMENTS	2
TABLE DES MATIERES	3
INTRODUCTION.....	5
PROBLEMATIQUE	8
HYPOTHESES.....	8
1. Une situation qui s’explique par l’objet même de cette communication	8
2. Une « impasse communicationnelle » qui résulte de manquements dans la conception de la stratégie de communication et dans la gestion de la communication de crise.....	9
3. Développer une véritable stratégie de communication autour d’un sujet sensible et faire preuve de plus de transparence pour mieux susciter l’adhésion et se préparer à de prochaines crises	10
PRESENTATION DE LA METHODOLOGIE.....	11
I) LA FRANCE : UN EXPORTATEUR MAJEUR D’ARMEMENT A TRAVERS LE MONDE MAIS UNE COMMUNICATION BALBUTIANTE.....	13
A. LA FRANCE : UN POIDS LOURD DE L’INDUSTRIE DE DEFENSE	13
a. <i>Bref historique de l’exportation d’armement depuis 1945.....</i>	<i>13</i>
1. De la conception gaullienne à « l’âge d’or » des exportations d’armes	13
2. Des lendemains de guerre froide difficiles et un rebond à partir des années 2000.....	15
b. <i>Le cas spécifique des pays du Golfe</i>	<i>16</i>
1. Du soutien à Israël à l’émergence de la « politique arabe de la France »	16
2. Une politique remise en cause à partir des années 1980	17
3. Mais qui renaît dès les années 2000.....	17
B. UN ÉTAT QUI S’EST MIS TARDIVEMENT A COMMUNIQUER SUR LES EXPORTATIONS D’ARMEMENT	18
a. <i>Un effort de communication et de transparence qui répond à un impératif démocratique... 18</i>	<i>18</i>
1. Parlementaires, médias et opinion publique se sont longtemps désintéressés du sujet	18
2. Une prise de conscience récente de la société civile	19
3. De récents efforts en matière de communication et de transparence	20
b. <i>Et qui permet à la France d’asseoir son influence sur la scène internationale</i>	<i>21</i>
1. Exporter des armes est en soi une forme de communication	21
2. La communication sur les exportations comme vecteur d’influence et de puissance	22
C. UNE COMMUNICATION TOUTEFOIS SELECTIVE ET UNE POLITIQUE QUI DEMEURE CRITIQUEE POUR SON OPACITE ...	23
a. <i>Un État qui communique sur certains contrats</i>	<i>23</i>
1. La vente d’avions de chasse Rafale à la Grèce.....	23
2. La livraison de 12 sous-marins à l’Australie	24
b. <i>Mais qui reste encore très critiqué pour son manque de transparence</i>	<i>25</i>
1. Des exportations qui restent dans l’ombre.....	25
2. Un manque de transparence dénoncé à partir des années 2000	26
II) « L’AFFAIRE DISCLOSE » : LE REVELATEUR D’UNE FAILLE COMMUNICATIONNELLE DANS LE CHAMP DE L’EXPORTATION D’ARMEMENT	28
A. LA « CHARGE » LANCEE PAR DISCLOSE.....	28
a. <i>Une méthode communicationnelle redoutable</i>	<i>28</i>
1. <i>Disclose</i> : un jeune média d’investigation au service d’un « journalisme d’intérêt général »	28
2. Le dossier « <i>Made in France</i> »	29
b. <i>Disclose impose son narratif.....</i>	<i>31</i>
1. Des retombées presse nombreuses	31
2. Un narratif qui s’impose	32
3. Le révélateur de la place qu’a aujourd’hui prise les ONG	33
B. LA DELICATE GESTION DE CRISE PAR LE POUVOIR EXECUTIF	34
a. <i>Un gouvernement passif en position de défensive.....</i>	<i>34</i>
1. Un gouvernement sur la défensive et une ministre des Armées en première ligne	34
2. Une communication qui s’articule autour de trois principaux messages.....	35

b.	<i>Une communication peu convaincante qui n'est pas parvenue à imposer son narratif.....</i>	37
1.	Des éléments de langage plutôt que des réponses	37
2.	Un argumentaire hésitant, imprécis et contradictoire.....	38
C.	LE REVELATEUR D'UNE FAIBLESSE STRUCTURELLE : LA COMMUNICATION D'ACCEPTABILITE AUTOUR D'UN SUJET SENSIBLE	39
a.	<i>Une crise aux conséquences négatives qui a fragilisé ce secteur.....</i>	40
1.	La fin du consensus français sur les ventes d'armes à l'étranger.	40
2.	La « frilosité bancaire » à l'égard du secteur de la défense	41
b.	<i>Une crise qui a démontré une faiblesse profonde en matière de communication d'acceptabilité.....</i>	42
1.	L'absence manifeste d'une stratégie globale de communication de crise	42
2.	Une défaillance profonde en terme de communication d'acceptabilité.....	43
III)	DES LEVIERS D' ACTIONS POSSIBLES POUR SUSCITER L'ADHESION ET PREVENIR DE FUTURES CRISES	45
A.	UN TERREAU FAVORABLE	45
a.	<i>Une population française réceptive à « la chose militaire ».....</i>	45
1.	L'attachement de la population à ses armées.....	45
2.	Un intérêt accru pour les sujets de défense.....	46
b.	<i>Une présence importante du fait militaire dans le paysage médiatique.....</i>	47
1.	Les OPEX des années 2000 et le retour du fait guerrier dans le paysage médiatique.....	47
2.	La résurgence de la menace terroriste	48
c.	<i>Une opinion publique favorable à l'industrie de défense et un concept de souveraineté que la crise sanitaire a remis au goût du jour.....</i>	49
1.	Une industrie de défense qui conserve la confiance des Français.....	49
2.	Le retour de la souveraineté.....	50
B.	LA NECESSITE DE DEVELOPPER UNE VERITABLE STRATEGIE DE COMMUNICATION	51
a.	<i>Les objectifs.....</i>	51
1.	Restaurer le consensus.....	51
2.	Prévenir les crises.....	52
b.	<i>S'appuyer sur des outils classiques</i>	52
1.	Les cibles.....	52
2.	Les messages.....	52
3.	Partis pris stratégiques et recommandations diverses	53
c.	<i>Sans négliger les moyens indirects.....</i>	54
1.	Mener des campagnes de contre influence contre certaines ONG	54
2.	Présenter la guerre au Yémen sous un autre jour	55
C.	FAIRE EFFORT SUR LA TRANSPARENCE	56
a.	<i>La transparence : principal objet de controverses</i>	56
b.	<i>Une cible à privilégier : les parlementaires.....</i>	57
1.	Le rôle clef des parlementaires	57
2.	Faire preuve de transparence et de pédagogie tout en rendant possible le débat	57
	CONCLUSION.....	60
	BIBLIOGRAPHIE	64
	ANNEXES.....	82
	ANNEXE 1 : RETRANSCRIPTION DE L'ENTRETIEN EFFECTUE AVEC MADAME DELPHINE SAMPIC-BERGER, DIRECTRICE DE LA COMMUNICATION DU GICAT.....	82
	ANNEXE 2 : RETRANSCRIPTION DE L'ENTRETIEN EFFECTUE AVEC MONSIEUR FABIEN GOUTTEFARDE, DEPUTE DE L'EURE ET MEMBRE DE LA COMMISSION DE LA DEFENSE ET DES FORCES ARMEES.	88
	RESUME	92
	MOTS CLES.....	93

Introduction

L'industrie de l'armement constitue aujourd'hui le troisième secteur industriel de la France. Véritable pôle d'excellence national, elle s'articule autour d'une dizaine de groupes d'envergure européenne et mondiale et d'un vaste réseau de sous-traitants et de fournisseurs, constitué de plusieurs milliers de start-ups, petites et moyennes entreprises (PME) et entreprises de taille intermédiaire (ETI)¹. Grâce à des groupes comme Dassault Aviation, Thales, Naval Group ou encore Nexter, la France conçoit et produit des équipements militaires réputés pour leur fiabilité et leur haut niveau de technologie. Ainsi, l'industrie de défense française « *joue un rôle d'entraînement et de dynamisation vis-à-vis de l'ensemble de l'économie et participe au développement des technologies qui confèrent un avantage concurrentiel à l'ensemble de l'industrie française*² ». Nous comprenons donc l'importance à la fois économique et stratégique de ce secteur.

Pour que ce modèle soit économiquement viable, il est nécessaire à la France d'exporter ses équipements. En effet, les prises de commandes nationales (destinées aux forces armées françaises) ne suffisent pas à assurer la pérennité de ce secteur industriel. Les exportations sont aujourd'hui le moyen d'assurer la survie de la base industrielle et technologique de défense (BITD), pour palier des commandes nationales insuffisantes, et elles sont également le moyen pour la France de s'équiper à moindre frais grâce à de substantielles économies d'échelles³.

Depuis la fin de la guerre froide et la professionnalisation survenue à partir de 1996, la France a revu à la baisse son modèle d'armée ainsi que les efforts financiers consacrés à ses équipements. Il est donc aujourd'hui vital pour les industriels de la défense d'exporter. C'est pourquoi la France, depuis les années 2000, s'est inscrite dans une démarche de conquête de marchés à l'export, et est parvenue à se hisser au troisième rang mondial des exportateurs d'armement, derrière les États-Unis et la Chine. « *Parmi les quinze premiers*

¹ Ministère des Armées. *Rapport au Parlement sur les exportations d'armement de la France en 2021*. Juin 2021, p 21.

² Ministère des Armées, *ibid.*

³ Renaud BELLAIS, Martial FOUCAULT, Jean-Michel OUDOT. *Économie de la défense*. Paris : La Découverte, collection Repères, 2004.

groupes mondiaux, figurent quatre groupes européens (BAE Systems, EADS, Finmeccanica, Thales), dont deux d'origine française (EADS et Thales), tous les autres étant américains [...]. Sur les dix premiers groupes européens, quatre sont français (Thales, DCNS, Safran, Dassault Aviation), auxquels s'ajoute EADS, dont la composante française reste importante⁴ ». Ses exportations d'armes majeures ont augmenté de 44% entre 2016 et 2020, et représentent aujourd'hui 8% des exportations mondiales d'armement⁵. Si le montant global des ventes a baissé par rapport aux années précédentes, principalement en raison de la crise sanitaire, le bilan de ses prises de commandes s'élève tout de même à 4,9 milliards d'euros en 2020⁶. La vitalité de ce secteur est le reflet de quelques grands succès commerciaux qu'ont notamment représenté la vente d'avions Rafale par Dassault à l'Égypte et à l'Inde, ou plus récemment à la Grèce ; la vente de sous-marins de Naval Group au Brésil et à l'Inde ; ou encore la vente de frégates à la Malaisie, l'Égypte et les Émirats arabes unis. Nous pouvons donc constater que la France exporte ses matériels de guerre sur tous les continents.

La vente d'armement est soumise en Europe à un strict régime de prohibition. En France la fabrication d'armement requiert une autorisation spéciale (l'autorisation de fabrication de commerce et d'intermédiation) délivrée pour une durée de cinq ans et révocable unilatéralement à tout moment par les autorités publiques. Lorsqu'un industriel souhaite exporter de l'armement, une demande de dérogation au principe de prohibition doit être demandée auprès du Premier ministre, via le Secrétariat général à la défense et à la sécurité nationale (SGDSN). Cette dérogation prend la forme d'une licence d'exportation qui est délivrée sur avis de la Commission interministérielle pour l'étude des exportations de matériel de guerre (CIEEMG). Ces dispositions, qui font partie des plus strictes en Europe, permettent à la France d'inscrire sa politique d'exportation d'armement dans le

4 Louis GAUTIER. *La défense de la France après la guerre froide: politique militaire et forces armées depuis 1989*. Paris : Presses universitaires de France, 1^{ère} éd., Collection Major. Service public, 2009. P 519.

5 Stockholm International Peace Research Institute (SIPRI). *Les transferts internationaux d'armes se stabilisent après des années de forte croissance ; la plus forte augmentation des importations d'armes concerne le Moyen-Orient*. Communiqué de presse du 15 mars 2021.

6 Ministère des Armées, *Rapport au Parlement...* Op. cit., p 7.

cadre des principes généraux de sa politique étrangère ainsi que des accords internationaux qu'elle a souscrits.

Naturellement, cette démarche à la fois économique et diplomatique, s'accompagne d'une communication publique. Cette communication vise un triple objectif : faire preuve de transparence dans le cadre du jeu démocratique ; susciter l'adhésion de l'opinion publique à la politique étrangère de l'État ; enfin, affirmer la puissance et l'influence de la France sur la scène internationale. Ainsi, en publiant chaque année un rapport au Parlement sur les exportations d'armement, le pouvoir exécutif s'inscrit dans une logique de rendre des comptes aux parlementaires et à la Nation. Par ailleurs, l'État communique largement lorsque sont passés des accords stratégiques et commerciaux avec des pays partenaires. Cette communication, permet à la fois de susciter l'adhésion et la fierté de la population française, tout en adressant un message de puissance aux membres de la communauté internationale.

Pourtant, en 2019, ce que nous nommerons au cours de notre analyse « l'affaire *Disclose* », est venue mettre en exergue une faille dans le dispositif communicationnel du pouvoir exécutif. En avril 2019, le média d'investigation *Disclose* a dévoilé une note provenant de la Direction du renseignement militaire (DRM) prouvant que le Gouvernement était au courant de l'usage massif d'armes françaises par la coalition arabe dans la guerre qu'elle mène contre les rebelles Houthis au Yémen⁷. Ces armes ont en effet été vendues par la France à certains pays du Golfe, en particulier à l'Arabie saoudite et aux Émirats arabes unis, dans le cadre de contrats majeurs d'armement. Or, quelques mois auparavant, la ministre des Armées Florence Parly affirmait (notamment sur France Inter⁸) qu'elle n'avait pas connaissance du fait que des armes françaises soient directement utilisées dans ce conflit, et que si c'était effectivement le cas, il s'agissait d'armes qui auraient été vendues plusieurs décennies auparavant. Or, *Disclose* a démontré que non seulement il s'agissait d'armes qui avaient été livrées récemment aux pays du

⁷ *Disclose*. *Cartographie d'un mensonge d'État - Made in France*. 15 avril 2019. <https://made-in-france.disclose.ngo/fr/chapter/yemen-papers>.

⁸ France Inter. *Armes françaises au Yémen : les questions qui dérangent*. 2 février 2019. <https://www.franceinter.fr/emissions/secrets-d-info/secrets-d-info-02-fevrier-2019>.

Golfe, mais qu'en outre, la France continuait d'en assurer la maintenance et de livrer des munitions, alors que de nombreux pays avaient fait le choix de mettre un terme à leurs livraisons d'armes vers cette région. S'en est alors suivie une délicate gestion de crise de la part du Gouvernement. Passive, hésitante et peu convaincante, la communication du pouvoir exécutif a suscité un véritable déchaînement médiatique contre la politique d'exportation d'armement de la France. De plus, elle a renforcé la volonté de certains parlementaires d'accroître le droit de regard de l'Assemblée sur les ventes d'armes à l'étranger et a suscité le rejet d'une opinion publique suspicieuse vis-à-vis de tout ce qui touche à ce secteur.

Nous pouvons donc à première vue estimer que les objectifs communicationnels de l'État n'ont pas été pleinement atteints. Le pouvoir exécutif n'a en effet réussi à convaincre ni l'opinion publique, ni les médias, ni les parlementaires du caractère stratégique des ventes d'armes à destination des pays du Golfe. Si le fait de vendre des armes à des pays proches de nos idéaux démocratiques semble globalement accepté, il n'en va pas de même dès qu'il s'agit de pays jugés moins « recommandables ».

Problématique

Il s'agit donc de comprendre comment le pouvoir exécutif s'est retrouvé dans cette « impasse communicationnelle » qui s'est caractérisée par l'impossibilité pour lui de délivrer un message cohérent et convaincant autour de sa politique de ventes d'armes aux Pays du Golfe. Nous tâcherons à travers notre analyse de déterminer si ces difficultés s'expliquent par l'objet même de cette communication, ou plus simplement par une mauvaise stratégie mise en œuvre par le Gouvernement. Enfin, à travers cette problématique, nous nous demanderons si des moyens peuvent être mis en œuvre pour prévenir ce type de situation.

Hypothèses

1. Une situation qui s'explique par l'objet même de cette communication

La communication sur les exportations d'armement est une communication qui est fortement contrainte par son objet, et ce, pour deux raisons principales.

La première est le caractère confidentiel de cette activité, couverte à la fois par le secret de la défense nationale et par le secret industriel et commercial. Ce secret s'explique par le haut niveau de sensibilité des informations propre aux caractéristiques techniques des équipements en question, et aux relations diplomatiques que la France entretient avec des États étrangers. « *Leur compromission pourrait notamment porter un préjudice important à la France sur le plan de la supériorité militaire, de la conduite des relations diplomatiques et de la relation avec l'État partenaire*⁹ ». En outre, leur divulgation pourrait nuire aux intérêts industriels et commerciaux de la France.

La seconde est qu'il s'agit pour l'État de communiquer sur un sujet éthiquement discutable. Il semble difficile pour l'État de se placer sur le champ de ce qu'Émile Durkheim appelle l'éthique de conviction. Mais peut-il pour autant s'appuyer sur l'éthique de responsabilité à une époque où le poids et la sensibilité de l'opinion ont pris une part considérable dans la gestion des affaires publiques ?

Il nous semble donc que nous soyons pleinement dans un cas de communication sur un sujet sensible, autrement dit « *une pratique de communication, et plus particulièrement de relations publiques, qui vise l'acceptabilité sociale d'un objectif de développement catégoriel d'une organisation, sans que cet objectif ne concorde a priori avec celui des populations potentiellement concernées. Elle poursuit donc un objectif d'amélioration de l'acceptabilité et de lien social au sein de la sphère publique dans un contexte où les objectifs des acteurs diffèrent fortement. Cette dichotomie entre les objectifs poursuivis par les acteurs peut conduire à des conflits d'ordre symbolique, axiologique, idéologique et sociétal que la communication sur des sujets sensibles vise alors à diminuer voire à nier*¹⁰ ».

2. Une « impasse communicationnelle » qui résulte de manquements dans la conception de la stratégie de communication et dans la gestion de la communication de crise

⁹ Jacques MAIRE, Michèle TABAROT. *Rapport d'information sur le contrôle des exportations d'armement*. Rapport déposé le 18 novembre 2020, p. 109.

¹⁰ François ALLARD-HUVER, Thierry LIBAERT. « La communication sur les sujets sensibles au prisme des sciences de l'information et de la communication ». *Communiquer, Revue de communication sociale et publique*. février 2014, p. 2.

« L'affaire *Disclose* » permet de relever deux failles dans la communication du pouvoir exécutif. La première, et la plus manifeste, concerne une mauvaise gestion de la communication de crise. En effet, et comme nous l'avons évoqué précédemment, la réponse des autorités publiques, et principalement celle de la ministre des Armées, a été approximative, pleine de contradictions et par conséquent peu convaincante. Cette confusion dans l'expression publique a contribué à alimenter les fantasmes autour du commerce des armes et a suscité une grande incompréhension de la part de l'opinion publique. Beaucoup de personnes imaginant en effet « *un secteur et un marché totalement opaques, immoraux par nature, hors de tout contrôle et anarchiques. Le fait qu'il existe, en France, un dispositif de soutien public consacré à ce secteur ne fait que renforcer ces réactions, d'aucuns pouvant s'interroger sur la légitimité d'une telle assistance officielle*¹¹ ».

Mais une telle situation de crise n'est que le syndrome d'une lacune communicationnelle plus profonde et moins perceptible, à savoir la difficulté pour l'État de faire adhérer l'opinion publique à sa politique en matière d'exportation d'armement.

3. Développer une véritable stratégie de communication autour d'un sujet sensible et faire preuve de plus de transparence pour mieux susciter l'adhésion et se préparer à de prochaines crises

Obtenir une adhésion inconditionnelle de l'opinion publique autour d'un sujet aussi sensible semble peu plausible, même si les arguments en sa faveur ne manquent pas (viabilité du secteur, autonomie stratégique, sécurité, poids diplomatique de la France dans le monde etc.). En revanche, une communication plus pédagogique mettant en avant ces arguments nous semble être une première façon d'améliorer la communication d'acceptabilité autour de ce sujet, en misant sur les qualités rationnelles et pragmatiques des citoyens français. Il s'agirait là de se placer sur le champ de l'éthique de responsabilité et non sur celui de l'éthique de conviction, afin de faire mieux comprendre à la population

¹¹ Nathalie CHABANNE, Yves FOULON. « *Rapport d'information N° 2469 déposé en application de l'article 145 du règlement, par la commission de la défense nationale et des forces armées, en conclusion des travaux d'une mission d'information sur le dispositif de soutien aux exportations d'armement* ». Décembre 2014, p 9.

quels sont les enjeux que représente ce secteur. Outre cette nécessité de faire preuve de plus de pédagogie, nous pensons qu'une véritable stratégie de communication sur un sujet sensible autour de l'exportation d'armement doit être élaborée. Cette stratégie de communication doit être globale, pensée sur le long terme, et beaucoup plus offensive vis-à-vis des personnes et organisations susceptibles de nuire à ce secteur fondamental. En d'autres termes, elle doit passer par des moyens très classiques de communication, mais également par des procédés plus offensifs destinés à vaincre ses adversaires. Comme l'affirme Thierry Libaert, la communication autour de sujets sensibles est une communication de combat, et ce combat peut être violent du fait de la hauteur des enjeux¹². Il s'agit donc pour le pouvoir exécutif de se placer non pas dans une position de défensive, mais d'offensive communicationnelle.

Enfin, partant du principe que l'opacité favorise la polémique et la controverse, nous pensons que le Gouvernement gagnerait, sinon à faire preuve de plus de transparence, du moins à montrer qu'il fait des efforts pour rendre sa politique moins confidentielle.

Présentation de la méthodologie

Afin de répondre à notre problématique et lever les hypothèses présentées précédemment, nous avons choisi de nous appuyer tout d'abord sur un certain nombre d'ouvrages et d'études de référence traitant de problématiques liées à l'industrie de défense, à la politique étrangère de la France, et à la communication sensible (incluant la communication de crise, la communication d'acceptabilité et la communication sur des sujets sensibles).

Ensuite, afin de comprendre de quelle manière le pouvoir exécutif communiquait sur le sujet des exportations d'armement, nous avons consulté de nombreux documents officiels et articles, tous disponibles sur Internet.

Concernant « l'affaire *Disclose* », nous avons pu avoir accès en ligne à toutes les publications de ce média d'investigation, ce qui nous a permis d'analyser la façon dont il a mis en accusation l'État. Nous avons par la suite procédé au décryptage de toutes les réponses qui ont été apportées par le pouvoir public, qu'il s'agisse de prises de parole

¹² François ALLARD-HUVER, Thierry LIBAERT, «La communication sur les sujets sensibles...», op. cit., p. 4.

officielles ou de réponses données à des médias. Ce corpus nous a permis d'étudier la manière dont a été gérée la crise sur le plan communicationnel et d'essayer d'appréhender la stratégie qui a été mise en œuvre. Enfin, à travers la consultation d'une quarantaine de retombées presse liées à cette affaire, nous avons pu déterminer qui de *Disclose* ou du pouvoir exécutif était parvenu à imposer son discours et à influencer l'opinion publique.

Ce corpus documentaire a été complété par quelques entretiens. Nous avons ainsi pu échanger avec Monsieur Fabien Gouttefarde, député de l'Eure, membre de la Commission défense nationale et des forces armées, président du Groupe d'études "action humanitaire" et président du Groupe d'amitié France-Yémen. Nous avons également pu nous entretenir avec Madame Delphine Sampic-Berger, directrice de la communication et de l'évènementiel du Groupement des industriels français de défense et de sécurité terrestre et aéroterrestre (GICAT). Malheureusement, il nous a été impossible de rencontrer davantage de personnes. Nous avons en effet tenté de contacter, en vain, des membres de la Délégation à l'information et à la communication de la défense (DICOD) ; des responsables de la communication de la Direction générale de l'armement (DGA) ; le conseiller communication, le chef du cabinet militaire ainsi que le porte-parole de la ministre des Armées ; le conseiller communication du ministre de l'Europe et des Affaires étrangères (MEAE) ; et enfin des membres du Service d'information du Gouvernement (SIG).

Afin de vérifier la validité de nos hypothèses et répondre à notre problématique, nous procéderons tout d'abord à une analyse générale de la communication publique autour de l'exportation d'armement. Nous étudierons donc comment le pouvoir exécutif communique sur ce sujet et quels sont les ressorts et les enjeux de cette communication. Puis, nous nous pencherons plus spécifiquement sur le cas de « l'affaire *Disclose* ». Nous montrerons que cette crise a révélé des faiblesses à la fois conjoncturelles et structurelles en matière de communication sur les ventes d'armes à l'étranger, et qu'elle a mis fin à une forme de consensus qui existait jusqu'alors. Enfin, nous tâcherons d'identifier des moyens qui pourraient être mis en œuvre pour permettre une meilleure adhésion de l'opinion publique et se prémunir contre d'autres crises de cette nature.

I) La France : un exportateur majeur d'armement à travers le monde mais une communication balbutiante

A. La France : un poids lourd de l'industrie de défense

a. Bref historique de l'exportation d'armement depuis 1945

1. De la conception gaullienne à « l'âge d'or » des exportations d'armes

La politique d'exportation de matériels militaires est l'héritage des orientations du général De Gaulle en matière de politique étrangère et de défense. Cette politique, développée dès les années 1960, s'est fondée sur le « *besoin absolu d'indépendance dans la prise de décision, le refus d'accepter une subordination aux États-Unis, la quête pour la grandeur et le rang, la primauté de l'État-nation et l'importance de la défense nationale*¹³ ». C'est en s'appuyant sur cette conception que la France a fait le choix de quitter le commandement intégré de l'Organisation du Traité de l'Atlantique Nord (OTAN), s'est lancée dans le développement de l'arme nucléaire et dans une politique d'armement centrée sur la notion de souveraineté¹⁴. L'État a alors décidé de fortement soutenir son industrie de défense grâce à de nombreux outils, dont celui de l'exportation. En effet, déjà à l'époque, les commandes nationales ne suffisant pas à soutenir une BITD moderne et souveraine, il était alors nécessaire d'exporter. Contrairement à des pays comme les États-Unis ou la Chine qui pouvaient compter sur une demande nationale suffisamment importante pour absorber les coûts de production, les exportations étaient absolument nécessaires à la France pour assurer la viabilité de sa BITD et des entreprises qui la

¹³ Louis GAUTIER, *La défense de la France...*, op. cit., p. 18.

¹⁴ Lucie BERAUD-SUDREAU. La politique française de soutien à l'export de défense : raisons et limites d'un succès. *Focus stratégique*, n°73, Ifri, juin 2017, 46 p.

composaient¹⁵. L'argument économique visant à justifier cette politique a rapidement été renforcé par celui selon lequel le soutien à l'export bénéficie à l'ensemble de l'économie en maintenant des emplois et en ayant des effets positifs sur la balance des paiements¹⁶. Une justification diplomatique est également venue appuyer cette démarche. Dans la conception gaullienne, il était nécessaire de s'extraire de la bipolarité suscitée par le contexte de guerre froide en allant chercher ailleurs de nouveaux partenaires stratégiques afin de diversifier les pôles de puissance. En vendant ses systèmes d'armes à des pays tiers, la France permettait à ses clients de s'extraire de la tutelle des États-Unis ou de l'URSS. En d'autres termes, les exportations permettaient aux États clients « *d'assurer leur propre indépendance, dans le même esprit que la France*¹⁷ ».

Pour soutenir cette politique, l'État s'est doté d'un certain nombre d'instruments. Le premier d'entre eux étant la Délégation ministérielle pour l'armement (qui correspond à l'actuelle Direction général de l'armement - DGA). Cet organisme occupe une place de premier ordre dans la politique française de soutien à l'export car c'est lui qui apporte une assistance directe aux industriels en effectuant pour eux des études de marchés, en participant à des négociations ou des réunions avec de potentiels acheteurs. Il contribue à la valorisation des équipements français via sa présence aux grands salons d'armement ainsi qu'à sa participation à l'organisation de visites officielles d'États partenaires.

Des dispositifs financiers ont également été développés dès les années 1960 afin de soutenir les exportations d'armement. Par exemple, la procédure, communément appelée « article 90 », encore en vigueur aujourd'hui, offre aux industriels des avances financières dans le cadre de projets export¹⁸.

Cette politique très volontariste, couplée à un contexte géopolitique favorable, a permis à l'industrie d'armement française de connaître un véritable « âge d'or » entre 1965 et 1985¹⁹. Ainsi, « *entre 1971 et 1980, le chiffre d'affaires de la production d'armements aux exportations passe de 3 à 35,5 milliards de francs, pour culminer à 61 milliards en*

¹⁵ Renaud BELLAIS, Martial FOUCAULT, Jean-Michel OUDOT, *Économie de la défense*, op. cit., p. 34.

¹⁶ Lucie BERAUD-SUDREAU, *La politique française de soutien ...*, op. cit., p. 11.

¹⁷ Lucie BERAUD-SUDREAU, *ibid.*, p. 13.

¹⁸ Site de la DGA. IXAM, le portail de l'armement. <https://www.ixarm.com>.

¹⁹ Lucie BERAUD-SUDREAU, *La politique française de soutien ...*, op. cit., p. 15.

1984, et demeurer encore à 34 milliards en 1987, ce qui signifie un quadruplement ; le pourcentage des exportations dans le chiffre d'affaire total de la production d'armements passe de 19 en 1970 à 30% en 1973 et 40% en 1978, pour culminer à 42% en 1985-1986²⁰ ». Le Moyen-Orient représentait alors près de 30% des prises de commandes à l'export. Les marchés européens et de l'OTAN ont également représenté d'importants débouchés durant cette période puisque qu'ils ont totalisé près de 27% des livraisons en provenance de la France²¹.

2. Des lendemains de guerre froide difficiles et un rebond à partir des années 2000

La fin de la guerre froide a totalement chamboulé l'équilibre du marché mondial de l'armement. D'une part parce qu'elle a entraîné une réduction des arsenaux nationaux et donc une contraction de la demande domestique. Cette situation économique défavorable aux industriels a incité ces derniers à se consolider en créant de grands groupes de l'industrie de défense, à l'instar d'EADS (aujourd'hui Airbus), Thales ou MBDA. Les arsenaux nationaux sont devenus quant à eux des groupes publics, comme Nexter ou encore DCNS²². Tous ces groupes ont dû augmenter leurs prises de commandes à l'export pour palier la réduction des contrats nationaux. Les années 2000 ont été favorables aux industriels français du fait des guerres en Afghanistan et en Irak, ainsi que de la modernisation des arsenaux d'un grand nombre de pays durant cette période. Toutefois, elles ont vu émerger une concurrence de plus en plus forte, notamment en provenance de pays émergents comme la Turquie ou la Corée du Nord. D'autre part, ce marché est progressivement devenu de plus en plus règlementé. La première guerre du Golfe (1990-1991) a en effet révélé le risque que représentait la vente d'armes à des pays en guerre, dans la mesure où ces équipements pouvaient rapidement se retourner contre leur pays d'origine. C'est ainsi que de nombreux traités et conventions ont vu le jour, à l'exemple

²⁰ Jacques FREMEAUX. « La France et les exportations d'armements au Proche-Orient de la fin de la guerre d'Algérie à la première guerre du Golfe ». *Revue Historique des armées*, n°246, 2007, p 2.

²¹ Site Internet du Stockholm International Peace Research Institute (SIPRI). <https://www.sipri.org>.

²² Lucie BERAUD-SUDREAU, La politique française de soutien ..., op. cit., p. 18.

de la Convention pour l'interdiction des mines antipersonnel (1998) ou encore du Traité sur le commerce des armes (TCA) entré en vigueur en 2014.

Alors que vont se succéder jusqu'à aujourd'hui les réformes destinées à soutenir l'exportation d'armement, le Moyen-Orient et l'Asie vont représenter une part toujours plus grande des prises de commandes à l'export. Ainsi, selon le SIPRI, entre 2016 et 2020, les trois premiers clients de la France étaient l'Inde (21 % des ventes d'armement), l'Égypte (20 %) et le Qatar (18 %), essentiellement en raison de la vente d'avions Rafale. Les commandes de ces trois pays représentaient 59% des exportations françaises d'armement.

b. Le cas spécifique des pays du Golfe

1. Du soutien à Israël à l'émergence de la « politique arabe de la France »

La vente d'armes à destination du Moyen-Orient a toujours été l'un des instruments majeurs de ce que nous avons l'habitude d'appeler « la politique arabe de la France ». Entre 1960 et 1990, cette région représentait 31% des exportations françaises. Pendant longtemps, le rare client de la France a été Israël, et la guerre des Six Jours a été un bel outil de promotion du savoir-faire français en matière d'armement. Mais cette guerre a marqué la fin de cette relation spéciale et un véritable tournant dans la « politique arabe de la France ». A partir de ce moment, les exportations françaises se sont détournées de l'État hébreu au profit d'autres pays de la région. C'est ainsi qu'en 1970, 110 Mirage ont été vendus à la Libye. L'Irak s'est doté également d'avions de combat français dès 1972²³. La crise pétrolière des années 1970 a vu une augmentation des capacités de paiement des pays arabes et a accentué cette tendance. En 1984, par exemple, les avions de chasse Mirage équipaient les forces aériennes d'Égypte, d'Irak, de Jordanie, du Koweït, de la Libye, du Maroc, et des Émirats arabes unis. De vastes programmes d'équipements ont été signés avec l'Arabie saoudite, tel que le contrat dit Sawari (1981) portant sur la livraison de quatre frégates, de deux pétroliers-ravitailleurs et de 28 hélicoptères²⁴. Pour justifier cette politique, l'État s'est appuyé sur les arguments économiques que nous

²³ Jacques FREMEAUX, « La France et les exportations ... », op. cit., p 3.

²⁴ Jacques FREMEAUX, *ibid.*, p 4.

avons décrits précédemment, mais a également mis en avant l'importance stratégique de s'imposer dans cette région vitale pour les approvisionnements énergétiques.

2. Une politique remise en cause à partir des années 1980

Cette politique a été remise en cause dès le milieu des années 1980, et la part des commandes du Moyen-Orient dans le montant total des commandes d'armes françaises est passée de 61 % en 1990 à 21 % en 1993²⁵. Plusieurs raisons expliquent cette situation. La baisse des revenus pétroliers a entraîné une diminution du pouvoir d'achat des pays de la région ainsi que des difficultés à trouver des financements et à rembourser des crédits souscrits auprès de la France. En outre, une très forte concurrence s'est développée au cours des années 1980 et a mis fin au quasi-monopole de la France dans cette région. En atteste par exemple le choix des saoudiens en 1986 de s'équiper de l'avion de chasse anglo-italo-allemand au détriment du Mirage-2000 français.

3. Mais qui renaît dès les années 2000

Les années 2000, et plus particulièrement le quinquennat de François Hollande, ont vu un retour de la « politique arabe de la France ». De grands partenariats stratégiques ont été noués avec certains pays du Moyen-Orient, et cette tendance s'est accentuée après les attentats des années 2015-2016 et la guerre contre l'État islamique. Par ailleurs, de nombreux foyers de tension ont émergé dans la région au cours de cette période et poussé certains États à s'équiper de moyens modernes (tensions à Bahreïn, déstabilisation du Liban, politique de puissance de l'Iran ou encore de l'Égypte). C'est ainsi qu'en 2015, l'Égypte et le Qatar ont passé chacun une commande de 24 avions Rafale et que l'Inde en a commandé 36 en 2016. Enfin, la politique de fermeté de la France face à l'Iran (au sujet de son programme nucléaire) a été très appréciée par les pays du Golfe et a incontestablement contribué à renforcer notre position à l'export²⁶. Ainsi, la part des

²⁵ Jacques FREMEAUX, *ibid.*, p 6.

²⁶ Renaud BELLAIS, Philippe Boulanger. « Les pays arabes, meilleurs amis de la France et de son industrie d'armement ? ». *Aerion*, 26 novembre 2018.

<https://www.aerion24.news/2018/11/26/les-pays-arabes-meilleurs-amis-de-la-france-et-de-son-industrie-darmement/>

prises de commandes à destination du Moyen-Orient est passée de 19% en 2011 à 76% en 2015, principalement au profit de l'Arabie saoudite et de l'Égypte²⁷.

B. Un État qui s'est mis tardivement à communiquer sur les exportations d'armement

a. Un effort de communication et de transparence qui répond à un impératif démocratique

1. Parlementaires, médias et opinion publique se sont longtemps désintéressés du sujet

La vente d'armes à l'étranger est restée pendant longtemps un sujet autour duquel l'État communiquait très peu. Sujet presque tabou, l'exportation de systèmes d'armes revêt en effet un caractère extrêmement sensible de sécurité nationale, protégé par la classification « secret défense ». Par ailleurs, contrairement à ce qui se pratique dans d'autres pays occidentaux, notamment aux États-Unis, cette politique est une prérogative exclusive du pouvoir exécutif. Autrement dit, exporter des matériels militaires ne relève que de la seule responsabilité du Gouvernement. Comme nous l'a confirmé le député Fabien Gouttefarde, le rôle des parlementaires est ainsi très limité et ces derniers se trouvent rapidement confrontés aux problèmes de confidentialité²⁸. Les autorisations (licences) sont signées par le Premier ministre, et le Parlement ne dispose ni d'un pouvoir de décision, ni d'un pouvoir de contrôle. La conséquence de cette situation est que les parlementaires, n'ayant jamais eu à débattre de ces sujets, s'en sont progressivement désintéressés et n'en maîtrisent aujourd'hui plus parfaitement les enjeux.

Concernant les médias, ils ont pendant longtemps ignoré ces sujets, sinon pour les traiter avec une certaine bienveillance. Comme l'a fait remarquer Lucie Béraud-Sudreau, chercheuse en économie de la défense à l'Institut international des études stratégiques (IISS), lors d'un entretien accordé au journal *Le Monde*, « la couverture médiatique a

²⁷ Renaud BELLAIS, Philippe Boulanger, *ibid.*

²⁸ Entretien avec Monsieur Fabien Gouttefarde, député de l'Eure et membre de la Commission de défense et des forces armées, réalisé le 29 juillet 2021.

*longtemps consisté à se féliciter de la signature des contrats*²⁹ ». Celle-ci constate en effet que les médias se sont souvent contentés de relayer les éléments de langage du pouvoir exécutif et de souligner les bienfaits pour l'économie nationale que représentaient les grands contrats d'armement. Par exemple, le programme Life Expansion Sawari 1 (LEX), signé en 2013 entre l'Arabie saoudite et les industriels français, et qui portait sur la rénovation de six bâtiments militaires, n'a quasiment pas été traité médiatiquement. Seuls trois articles ont mentionné ce contrat, pourtant majeur, et l'angle qui prédominait était celui de l'économie, ce qui incitait à une lecture favorable aux exportations. Ainsi, alors que *Le Monde* soulignait le besoin de « *vendre à l'étranger* »³⁰, *Le Figaro* se focalisait sur le positionnement de la France sur le marché mondial de l'industrie de défense, en déplorant notamment le fait que nous soyons passés en 2012 de la troisième à la quatrième place au profit d'Israël³¹. A aucun moment n'a été évoquée la problématique des droits de l'homme ou encore la polémique que ce contrat aurait légitimement pu engendrer. En conséquence, les citoyens français ne sont jamais montrés très intéressés eux non plus par ces sujets, hormis lorsque ceux-ci faisaient l'objet de scandales ou de polémiques.

2. Une prise de conscience récente de la société civile

²⁹ Diane REGNY. « En France, la transparence sur les exportations d'armes est quasi inexistante ». *Le Monde*, 16 avril 2019. https://www.lemonde.fr/international/article/2019/04/16/en-france-la-transparence-sur-les-exportations-d-armes-est-quasi-inexistante_5451108_3210.html

³⁰ Dominique GALLOIS, Nathalie GUILBERT. « La crise syrienne inquiète les industriels français de l'armement », *Le Monde*, 10 septembre 2013. http://abonnes.lemonde.fr/international/article/2013/09/10/la-crise-syrienne-inquiete-les-industriels-francais-de-l-armement_3473884_3210.html?xtmc=contrat_lex_arabie_saoudite&xtcr=3.

³¹ Véronique GUILLEMARD. « La France a perdu du terrain à l'exportation ». *Le Figaro*, 11 septembre 2013. <http://www.lefigaro.fr/conjoncture/2013/09/11/20002-20130911ARTFIG00624-armement-la-france-a-perdu-du-terrain-a-l-exportation.php>.

Cependant, « l'affaire *Disclose* » que nous analyserons plus en profondeur dans une seconde partie, est venue bouleverser cette situation. Outre le fait qu'elle a été particulièrement relayée par les médias, elle semble avoir fait naître une prise de conscience chez les parlementaires de l'importance de s'emparer de ce sujet et de ne plus le confier aux seules mains du Gouvernement. Selon, Sébastien Nado, député de Haute Garonne, « *ce système à la française avec sa fausse transparence ne peut plus tenir*³² ». Cette exigence de transparence, et donc de communication, s'inscrit dans un contexte plus large de prise en compte de l'opinion dans la gestion des affaires publiques, et particulièrement en matière de défense et de politique étrangère : « *les ministères des Affaires étrangères et de la Défense ont longtemps conservé une prééminence dans le domaine du suivi et de l'influence de l'opinion publique nationale et étrangère*³³ ».

3. De récents efforts en matière de communication et de transparence

Depuis le milieu des années 1990, d'importants efforts ont été menés pour mettre en place des dispositifs de communication et de suivi de l'opinion publique en matière de défense et de relations étrangères. Le ministère des Armées par exemple a transformé son Service d'information et de relations publiques des Armées (SIRPA) en Délégation à l'information et à la communication de la défense (DICOD) afin notamment de réorienter ses fonctions vers la collecte d'informations sur l'opinion publique et la communication externe. Cet organisme commande régulièrement des sondages d'opinion et collabore de manière directe avec des instituts spécialisés comme la SOFRES ou BVA³⁴. Des changements comparables sont observés au Quai d'Orsay où la Direction de la communication et de l'information (DCI) a remplacé en 1999 l'ancienne Direction de la

³² Corinne LAURENT et François d'ALANÇON. « Ventes d'armes, la transparence jusqu'où ? ». *La Croix*, 10 juillet 2019. <https://www.la-croix.com/France/Ventes-darmes-transparence-jusquou-2019-07-10-1201034508>.

³³ Florent BLANC, Sébastien LOISEL, et Amandine SCHERRER. « Politique étrangère et opinions publiques : les stratégies gouvernementales d'influence et de contrôle de l'opinion publique à l'épreuve de son internationalisation ». *Raisons politiques*, vol. 19, n° 3, 2005, p 120.

³⁴ Florent BLANC, Sébastien LOISEL, et Amandine SCHERRER, *ibid.*

presse, de l'information et de la communication. Cette nouvelle cellule a été dotée de moyens plus étendus et l'effort a été porté sur la communication externe.

Face aux récentes polémiques liées à la politique d'exportation d'armement de la France et dans un contexte plus général de prise en compte de l'opinion publique dans la gestion des affaires de défense et de politique étrangère, l'État s'est attaché au cours des dernières décennies à davantage communiquer et à montrer plus de transparence en matière de ventes de matériels militaires à l'étranger. C'est dans ce contexte que la loi de programmation militaire (LPM) pour les années 1997 à 2002 a instauré le principe de la diffusion d'un rapport annuel au Parlement, qui a été publié pour la première fois en 1999. Depuis lors, le ministère des Armées publie ce rapport chaque année pour rendre compte des exportations d'armement de l'année écoulée. Ce rapport est une manière pour le gouvernement de rendre des comptes, mais également de faire passer des messages et des éléments de langage visant à légitimer les ventes d'armes à l'étranger. Adressé prioritairement aux parlementaires, sa forme a évolué pour devenir plus didactique et accessible au reste de la population³⁵.

b. Et qui permet à la France d'asseoir son influence sur la scène internationale

1. Exporter des armes est en soi une forme de communication

Notons tout d'abord que vendre des armes à un pays étranger est intrinsèquement une forme de communication. En effet, en signant un contrat d'armement à l'export, l'État envoie différents messages politiques et diplomatiques à son client. Il lui signifie qu'il a suffisamment confiance en lui pour lui fournir une partie de ses propres capacités militaires et pour s'engager dans une histoire commune de longue durée (les contrats d'armement courent sur plusieurs décennies).

³⁵ Jacques MAIRE, Michèle TABAROT, *Rapport d'information sur le contrôle des exportations d'armement...op. cit.*, p 111.

2. La communication sur les exportations comme vecteur d'influence et de puissance

Mais surtout, la communication sur les exportations est un puissant vecteur d'influence de la France sur la scène internationale. En effet, lorsque le gouvernement communique sur des contrats à l'export, il met en avant les savoir-faire français en matière de technologie militaire, à la fois dans une logique promotionnelle mais également d'affirmation de puissance aux yeux du reste du monde. Nous sommes donc face à une situation de communication qui s'apparente à celle décrite par Riley et Riley³⁶. Prenons par exemple le cas de la récente communication publique sur la vente d'avions de chasse Rafale à la Grèce. Nous avons un émetteur (la France) qui envoie à un récepteur (la Turquie) un message (la France désapprouve les manœuvres turques en Méditerranée) au moyen d'un référent (la France a signé un contrat d'exportation d'armement avec la Grèce), dans un contexte géopolitique particulier (tensions avec le gouvernement de Recep Tayyip Erdoğan). Ce message codé (il faut maîtriser un minimum les aspects techniques de l'aviation militaire pour bien en saisir la portée), diffusé par des médias (communiqués de presse, articles etc.) est confronté à des bruits pouvant perturber la communication (par exemple les critiques de certains partis politiques ou organisations non-gouvernementales qui pointent du doigt une potentielle escalade militaire). Enfin, la Turquie a les moyens de répondre à la France (*feedback*). Autrement dit, le récepteur ne se limite pas à un rôle passif mais devient à son tour l'émetteur d'un message. La Turquie pourrait en effet répondre par des manœuvres militaires ou par la menace de ne plus contenir les milliers de migrants qui se massent à sa frontière et qui cherchent à rejoindre l'Europe.

La communication autour de l'exportation d'armement est donc pour le gouvernement français un véritable instrument d'influence permettant de faire passer un message à un public ciblé afin de le convaincre d'adopter un comportement ou une attitude spécifique³⁷.

³⁶ J'étudie la Com'. *Schéma de la communication selon Riley et Riley*. <https://jetudielacom.com/schema-de-communication/#prettyPhoto>.

³⁷ Romain MIELCAREK. « Les ventes d'armes, un outil d'influence ». *Areion*, 30 octobre 2018. <https://www.areion24.news/2018/10/03/les-ventes-darmes-un-outil-dinfluence/>.

C. Une communication toutefois sélective et une politique qui demeure critiquée pour son opacité

a. Un État qui communique sur certains contrats

Même si l'État semble avoir mené des efforts de transparence et de communication en matière d'exportation d'armement, nous pouvons constater que cette communication demeure sélective et orientée vers des contrats qui ne revêtent pas de réel caractère sensible. Autrement dit, des contrats autour desquels les chances de consensus sont très fortes.

1. La vente d'avions de chasse Rafale à la Grèce

Nous pouvons par exemple reprendre le cas du récent contrat d'armement signé avec la Grèce, portant sur la livraison de 18 avions de combat Rafale. Ce contrat a en effet fait l'objet d'un communiqué de presse de la part du ministère des Armées, diffusé le 14 septembre 2020. Dans ce communiqué, il vantait les mérites de son industriel, Dassault, et mettait en valeur le Rafale, un avion de combat « *au plus haut niveau de la technologie mondiale*³⁸ ». Par ailleurs, il soulignait le fait que ce contrat venait renforcer les liens entre la France et la Grèce, et favorisait « *une Europe de la défense plus forte, plus autonome et unie*³⁹ ». Il était donc aisé pour le gouvernement de communiquer sur ce contrat d'armement à destination d'un pays de l'Union Européenne. Le client est en effet un État

³⁸ Ministère des Armées. « *La ministre des Armées salue le souhait de la Grèce d'acquérir des Rafale* ». Communiqué de presse du 14 septembre 2020. https://www.defense.gouv.fr/salle-de-presse/communiques/communiqu_e_la-ministre-des-armees-salue-le-souhait-de-la-grece-d-acquerir-des-rafale

³⁹Ministère des Armées, *ibid.*

ami de longue date, qui partage les mêmes idéaux démocratiques que la France et qui subit des menaces de la Turquie, dont la politique menée par son premier ministre est particulièrement décriée. En outre, lorsque nous savons qu'en 2016, 80% des français se déclaraient favorables à la construction d'une politique de défense commune au niveau européen⁴⁰, nous comprenons que la communication autour de ce contrat ne présentait pas de risque particulier et qu'au contraire, elle était le moyen de mettre en avant les savoir-faire français, d'envoyer un signal à la Turquie et de promouvoir le rôle moteur de la France dans la construction d'une défense européenne. La presse s'est d'ailleurs montrée particulièrement élogieuse et de très nombreux articles bienveillants ont été diffusés suite à la parution du communiqué de presse du ministère des Armées ainsi que de celui de Dassault. Le magazine *Challenges* a par exemple évoqué une « triple bonne nouvelle⁴¹ », *La Tribune* quant à elle s'est réjouie du caractère « Made in Europe ⁴² » de l'avion Rafale tandis que *Sud-Ouest* a mis l'accent sur le fait que « c'est la première fois que ce fleuron de Dassault est vendu en Europe⁴³ ».

2. La livraison de 12 sous-marins à l'Australie

Un mode de communication à peu près similaire peut être constaté au sujet du contrat passé entre DCNS (aujourd'hui Naval Groupe) et l'Australie, portant sur la livraison de

⁴⁰ Ministère des Armées. « *La perception de la défense dans l'opinion publique européenne et chez les jeunes* ». Annuaire statistique de la défense - Edition 2017. https://www.defense.gouv.fr/content/download/515056/8669292/Dossier_Perception%20de%20la%20défense.pdf

⁴¹ Vincent LEMIGEON. « Pourquoi le contrat Rafale en Grèce est une triple bonne affaire pour la défense française ». *Challenges*, 25 janvier 2021. https://www.challenges.fr/entreprise/defense/contrat-du-rafale-en-grece-la-triple-bonne-affaire-francaise_747550.

⁴² Michel CABIROL. « Rafale : la Grèce achète un avion de combat "Made in Europe" ». *La Tribune*, 25 janvier 2021. <https://www.latribune.fr/entreprises-finance/industrie/aeronautique-defense/rafale-la-grece-achete-un-avion-de-combat-made-in-europe-874170.html>.

⁴³ Jefferson DESPORT. « Rafale : avec le contrat grec, l'envol à l'export gagne l'Europe ». *Sud-Ouest*, 25 janvier 2021. <https://www.sudouest.fr/economie/rafale-avec-le-contrat-grec-l-envol-a-l-export-gagne-l-europe-1570118.php>.

12 sous-marins à propulsion conventionnelle. Deux communiqués de presse ont été diffusés afin de promouvoir cette transaction. L'un soulignant la naissance d'un partenariat stratégique entre la France et l'Australie⁴⁴, l'autre mettant davantage l'accent sur le succès commercial que représentait ce contrat, « *qui ouvre des perspectives d'emplois et de développement d'activités industrielles en France où seront réalisés les travaux de définition puis de conception préliminaire des sous-marins*⁴⁵ ». Par ailleurs, de nombreuses publications ont été diffusées sur Twitter par Emmanuel Macron, François Hollande, Florence Parly et Manuel Valls, et ce, tout au long des différentes étapes de la préparation de ce contrat. Et comme pour la vente du Rafale à l'armée hellénique, la presse a relayé très favorablement l'information. De nombreux médias ont en effet parlé de « *contrat du siècle* » pour décrire ce « *contrat historique* » entre la France et l'Australie⁴⁶.

b. Mais qui reste encore très critiqué pour son manque de transparence

1. Des exportations qui restent dans l'ombre

Tous les contrats portant sur des ventes d'armement à l'étranger ne font pas l'objet d'une communication aussi ouverte, et il arrive même que le gouvernement soit contraint de communiquer après que des informations ont été divulguées. Ainsi, en janvier 1970, le premier ministre Jacques Chaban Delmas dû s'expliquer au sujet du contrat passé entre la France et la Libye portant sur une commande d'avions de combat Mirage. Ce contrat

⁴⁴ Ministère des Armées. « *Communiqué de presse de Jean-Yves Le Drian* ». 29 juin 2016. <https://www.defense.gouv.fr/salle-de-presse/communiqués-archives/communiqué-de-jean-yves-le-drian>.

⁴⁵ Ministère des Armées. « *Communiqué de presse du Ministère des Armées* ». 6 mars 2019. <https://www.defense.gouv.fr/salle-de-presse/communiqués/communiqué-de-presse-du-ministere-des-armees3>.

⁴⁶ Lilas-Apollonia FOURNIER. « *Sous-marins : Naval Group signe le contrat du siècle en Australie* ». *La Croix*, 11 février 2019. <https://www.la-croix.com/Economie/Entreprises/Sous-marins-Naval-Group-signe-contrat-siecle-Australie-2019-02-11-1201001783>.

secret ayant été révélé par les services secrets Israéliens⁴⁷. De la même manière, c'est *Disclose* qui a récemment révélé que la France avait signé un important contrat avec l'Égypte, prévoyant l'achat de 30 avions Rafale⁴⁸. Au pied du mur, le ministère des Armées a été contraint de publier un communiqué de presse dès le lendemain de ces révélations⁴⁹. C'est ainsi que les exportations d'armes se font souvent dans la discrétion, particulièrement lorsqu'elle se font à destination de pays jugés « non-recommandables » par l'opinion publique.

2. Un manque de transparence dénoncé à partir des années 2000

Cette opacité est depuis quelques années pointée du doigt à la fois par les parlementaires, les médias et la société civile. En 2000, trois députés, membres de la Commission de la défense et des forces armées, ont ainsi publié un rapport d'information dans lequel ils dénonçaient le manque de transparence du système français, tout en proposant la mise en place d'une commission parlementaire consultative⁵⁰. Du côté des médias, nombreux sont ceux qui déplorent la difficulté pour accéder à l'information, à l'instar de Jean Guisnel, journaliste au *Point* et spécialiste des questions de défense : « *Tout est couvert par le secret défense. Tout. Absolument tout. [...] La prise de décision politique [...], le débat légitime au sein de l'appareil d'État n'ont aucune raison d'être couverts par le secret-défense*⁵¹ ». En 2019, *La Croix* titrait : « *L'exportation d'armement doit faire l'objet d'un*

⁴⁷ France info. « *Le secret, la fierté, ou la honte ? Les ventes d'armes françaises (1970-2019)* ». 15 avril 2019. https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/histoires-d-info/le-secret-la-fierte-ou-la-honte-les-ventes-d-armes-francaises-1970-2019_3259227.html.

⁴⁸ *Disclose*. « *Révélation : la France signe en secret la vente de Rafale à l'Égypte* ». 3 mai 2021. <https://disclose.ngo/fr/article/la-france-signe-en-secret-la-vente-de-rafale-a-legypte>.

⁴⁹ Ministère des Armées. « *Contrat de vente de 30 Rafale supplémentaires à l'Égypte* ». 4 mai 2021. https://www.defense.gouv.fr/fre/salle-de-presse/communiqués/communiqué_contrat-de-vente-de-30-rafale-supplémentaires-a-l-egypte.

⁵⁰ Jean-Claude SANDRIER, Christian MARTIN et Alain VEYRET, « *Rapport d'information sur le contrôle des exportations d'armement* ». 25 avril 2000.

⁵¹ Anne POIRET. « *Mon pays vend des armes* ». Paris, Les Arènes, 2019, p 76.

*contrôle*⁵² » tandis que *Médiapart* critiquait « *le rapport faussement transparent de la France*⁵³ » (en référence au rapport sur les exportations). Du côté de la société civile, des ONG telles qu'Amnesty International ou encore l'Action des chrétiens contre l'abolition de la torture (ACAT), ont dès les années 2010 dénoncé eux aussi le manque de communication du gouvernement. Ainsi, Aymeric Elluin d'Amnesty International considère que « *la transparence sur les exportations d'armes est quasi inexistante dans notre pays*⁵⁴ » et Hélène Legeay de l'ACAT souligne le fait que « *nous ne savons pas précisément quels matériels militaires sont concernés, à qui ils sont destinés, pour quelles utilisations finales. Les députés n'ont ainsi aucune information permettant d'exercer le contrôle qu'ils sont censés exercer sur l'action de l'exécutif*⁵⁵ ». Même au sein de l'industrie de défense, le gouvernement est critiqué pour sa frilosité à communiquer sur le sujet. Ainsi, Delphine Sampic-Berger, directrice de la communication et de l'évènementiel du GICAT, parle de véritable omerta⁵⁶.

Nous sommes donc en présence d'un État qui depuis le début des années 2000 communique davantage sur les exportations d'armement. D'une part, nous pouvons dire que cet effort de communication et de transparence est le résultat d'une injonction générale portée par les parlementaires, les médias et la société civile. D'autre part, que la situation géopolitique des dernières années, marquée par de nombreux regains de tension et le retour en force de politiques de puissance, a amené la France à davantage communiquer sur ses exportations d'armes, dans une logique d'influence stratégique.

⁵² Arthur DUFAU. « L'exportation d'armement doit faire l'objet d'un contrôle ». *La Croix*, 5 juillet 2018. <https://www.la-croix.com/Monde/Lexportation-darmement-doit-faire-lobjet-dun-controle-2018-07-05-1200952830>.

⁵³ Rachida EL AZZOUZI. « Exportations d'armes: le rapport faussement transparent de la France ». *Médiapart*, 4 juillet 2018. <https://www.mediapart.fr/journal/international/040718/exportations-d-armes-le-rapport-faussement-transparent-de-la-france?onglet=full>.

⁵⁴ Arthur DUFAU, « L'exportation d'armement... », op. cit.

⁵⁵ Arthur DUFAU, *ibid.*

⁵⁶ Entretien avec Madame Delphine SAMPIC-BERGER, directrice de la communication du GICAT, réalisé le 21 juillet 2021.

Toutefois, s'il semble aisé pour le gouvernement de communiquer sur certains contrats, d'autres font l'objet d'une plus grande discrétion, notamment lorsqu'ils sont passés au profit de pays plus « sensibles ». La transparence et la communication publique autour des exportations d'armes est donc très sélective, et paraît dépendre de la capacité de l'État à assumer un contrat. Cette position est risquée car elle place le Gouvernement en situation de déséquilibre et de fragilité dans la mesure où des révélations sur ses activités à l'export peuvent le mettre en situation de grande difficulté. « L'affaire *Disclose* » en est une parfaite illustration.

Cette première partie de l'analyse vient confirmer notre première hypothèse, à savoir que la communication publique autour de l'exportation d'armement est fortement contrainte par son objet. Soumise à des impératifs de confidentialité et à des problématiques éthiques, elle constitue un cas manifeste de communication sur un sujet sensible.

II) « L'affaire *Disclose* » : le révélateur d'une faille communicationnelle dans le champ de l'exportation d'armement

A. La « charge » lancée par *Disclose*

a. Une méthode communicationnelle redoutable

1. *Disclose* : un jeune média d'investigation au service d'un « journalisme d'intérêt général »

Il est important tout d'abord de commencer par présenter ce média récent. *Disclose* a été créé en 2018 par deux anciens journalistes d'*Envoyé Spécial* et de *Marianne*, Geoffrey Livolsi et Mathias Destal. Ces derniers estimaient que les rédactions actuelles n'avaient plus le temps ni l'argent pour effectuer de véritables investigations, et ont donc voulu lancer un nouveau média destiné à mener des enquêtes de fond, sur la longueur et ayant un réel impact sur la société⁵⁷. Comptant dans ses rangs certains « poids lourds » du

⁵⁷ Richard SENEJOUX. « *Disclose*, un nouveau média pour “enquêter sur la longueur, avoir un impact sur la société” ». *Télérama*, 6 novembre 2018. <https://www.telarama.fr/medias/disclose,->

journalisme d'investigation, à l'instar de Jean-Pierre Canet (co-créateur de *Cash investigation* et ancien rédacteur en chef d'*Envoyé Spécial*), Benoit Collombat (*France Inter*), Anne Poiret (lauréate du prix Albert Londres) ou Philippe Pujol (également lauréat du prix Albert Londres), le comité de rédaction a choisi de se consacrer à six grands thèmes : environnement, justice sociale, délinquance financière, santé publique, agroalimentaire, surveillance et libertés fondamentales. Fonctionnant sur le principe d'une ONG, ses enquêtes sont disponibles gratuitement sur son site Internet, et diffusées plus largement par des médias partenaires tels que *Médiapart*, *Arte*, *Kombini*, ou encore *Radio France*. *Disclose*, qui en français signifie « révéler », est donc un média engagé qui vise à pratiquer un « journalisme d'intérêt général⁵⁸ ». L'enquête qui nous intéresse dans notre étude est la première réalisée par ce jeune média d'investigation.

2. Le dossier « *Made in France* »

Le 15 avril 2019, *Disclose* a publié sur son site Internet un dossier intitulé « *Made in France* ». S'appuyant sur un long travail d'enquête et sur une note confidentielle émanant de la DRM, il visait à démontrer l'usage massif d'armes françaises dans la guerre menée par la coalition arabe au Yémen.

Sur la forme, ce « dossier choc » est didactique et très pédagogique. Le lecteur est « pris par la main » à travers cinq chapitres thématiques, et tout est mis en œuvre pour l'aider à aborder ce sujet complexe. Les auteurs ont limité le texte afin d'aller à l'essentiel et éviter ainsi de le noyer dans des détails géostratégiques et techniques. La présentation est sobre et illustrée par de nombreux visuels. Un fond de couleur sombre permet de se concentrer sur le texte et sur les images. Un ensemble de cartes animées, à l'aspect très contemporain, à l'instar d'un jeu vidéo ou d'une salle de réunion d'état-major militaire, permet de situer

[un-nouveau-media-pour-enqueter-sur-la-longueur,-avoir-un-impact-sur-la-societe,n5879735.php](https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2018/11/10/disclose-le-nouveau-media-d-investigation-en-quete-de-mecenes_5381744_3236.html).

⁵⁸ Alexandre BERTEAU. « Disclose, le nouveau média d'investigation en quête de mécènes ». *Le Monde*, 10 novembre 2018. https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2018/11/10/disclose-le-nouveau-media-d-investigation-en-quete-de-mecenes_5381744_3236.html.

géographiquement l'action. Des images satellitaires démontrant la présence de matériels militaires français donnent au document l'aspect d'une note émanant d'un service de renseignement. De nombreuses photos et vidéos de matériels militaires offrent au lecteur la possibilité de bien se représenter le type d'équipements dont il est question. Enfin, des photos de villes détruites et de populations en détresse visant à humaniser un propos plutôt factuel et technique.

Sur le fond, le propos est très clair, précis et argumenté. Cette limpidité rend le dossier parfaitement accessible au plus grand nombre. Le titre général du dossier est assez vague et neutre (« *Made in France* ») mais les mots choisis pour nommer les différentes parties de l'enquête sont plus provocants et suscitent naturellement la curiosité, à l'instar des deux premiers chapitres intitulés respectivement « *Cartographie d'un mensonge d'État* » et « *Itinéraire d'une livraison secrète* ». Le dossier s'appuie en large partie sur la note de la DRM (qui par souci de transparence est proposée dans son intégralité à la lecture) ainsi que sur de nombreuses données sur le Yémen. Ces données sont collectées notamment par le Yémen Data Project, une initiative pour la transparence sur la coalition qui rassemble des données non officielles sur les bombardements au Yémen. Issues de sources ouvertes, elles ont été recoupées avec des informations recueillies par l'ONG britannique Armed Conflict Location and Event (ACLED). A cela s'ajoutent les données publiques de l'Organisation des Nations unies pour l'alimentation et l'agriculture, l'Organisation mondiale de la santé et l'Integrated Food Security Phase Classification (IPC). Toutes ces données servent à argumenter solidement le propos et lui donner un caractère irréfutable.

Ce dossier semble répondre à deux objectifs principaux : mettre en accusation l'État français et alerter l'opinion sur la situation humanitaire au Yémen. En effet, tout au long du document, les auteurs ne cessent de pointer du doigt la responsabilité du Gouvernement et souligner ses mensonges et ses contradictions afin de décrédibiliser sa parole. La ministre des Armées est par exemple citée à de nombreuses reprises (« *Je n'ai pas connaissance du fait que des armes [françaises] soient utilisées directement dans ce conflit* », « *Nous n'avons pas de négociation en cours avec l'Arabie saoudite* », etc.), de même que le ministre de l'Europe et des Affaires étrangères (« *L'action de l'Arabie saoudite s'effectue essentiellement par voie aérienne* », « *Nous ne fournissons rien à l'armée de l'air saoudienne* », etc.). De nombreux industriels sont également cités afin

de dénoncer sinon leur responsabilité, du moins leur cynisme. Nexter est par exemple présenté en véritable « marchand de canons », satisfait de voir ses contrats à l'export se renforcer vers les pays du Golfe. Ainsi, évoquant le contrat secret ARTIS passé en 2018 entre le groupe et l'Arabie saoudite, les auteurs écrivent « *ce contrat figure bien au tableau de chasse de l'entreprise, comme s'en félicite en interne le PDG de Nexter, Stéphane Mayer* ».

Alors que les trois premiers chapitres du dossier se concentrent surtout sur la description factuelle de la situation militaire au Yémen, les deux derniers visent à présenter la situation humanitaire alarmante sur place. De nombreuses photos et témoignages ont pour objectif de toucher la sensibilité du lecteur. Naturellement, l'idée sous-jacente est d'établir un lien entre les ventes d'armes aux pays du Golfe et la famine qui touche une partie de la population. Autrement dit, la France serait pour une large part responsable de ce que vit la population yéménite aujourd'hui.

Enfin, pour devancer les critiques qui pourraient être émises à leur rencontre, les auteurs consacrent un chapitre entier à expliquer pourquoi ils ont choisi de divulguer des informations confidentielles. Les premières lignes de ce chapitre intitulé « *Pourquoi Disclose publie des documents secret défense* » stipulent que *Disclose* a été destinataire de cette note de la DRM, sous-entendant ainsi que les journalistes ne s'en sont pas emparée illégalement. Ensuite, les auteurs se placent dans la position de lanceurs d'alertes motivés par la « *nécessité d'ouvrir un débat équilibré sur les contrats d'armements liant l'État français à l'Arabie saoudite et aux Émirats arabes unis* » et de sensibiliser l'opinion sur le fait que « *des centaines de milliers de civils vivent sous la menace d'armes made in France* ».

b. *Disclose* impose son narratif

1. Des retombées presse nombreuses

Le dossier publié par *Disclose* a été largement repris et commenté dans les médias. Non seulement par ses partenaires, mais également par l'ensemble de la presse généraliste et spécialisée. Concernant les partenaires, la chaîne *Arte* par exemple, en collaboration avec *Disclose*, s'est appuyée sur ce dossier pour publier dès le 16 avril 2019, une série de reportages vidéo visant à commenter le dossier, à en décrypter les enjeux et à réaffirmer

la responsabilité de la France dans la situation humanitaire au Yémen⁵⁹. Ces reportages, aux titres volontairement provocants (« *Armes française au Yémen : un scandale d'État* », « *Yémen : des armes made in France* », « *Yémen : la faim comme arme de guerre* », « *Au Yémen, les armes françaises tuent* »), ont servi à appuyer les accusations portées par *Disclose*.

Dans le reste de la presse, le dossier a été relayé et commenté par un très grand nombre de médias. Nous avons en effet pu établir une liste (non exhaustive) d'une quarantaine d'articles diffusés suite aux révélations de *Disclose*. Ces articles ont été publiés par des médias de presse généraliste (*Le Monde*, *Le Figaro*, *L'Express*, *Le Journal du Dimanche* etc.) mais aussi par des blogs spécialisés « défense » à l'instar d'*Opex-360* ou encore de *Lignes de Défense*. Les enquêteurs de *Disclose* ont également été invités à de nombreuses reprises dans le cadre d'interviews écrits ou télévisés. Par ailleurs, le sujet a été largement commenté et relayé sur les réseaux sociaux, en particulier sur Twitter.

2. Un narratif qui s'impose

Le narratif de *Disclose* s'est très largement imposé, et ce, quelle que soit la sensibilité politique des médias. Les mots choisis pour intituler ces articles sont révélateurs de la tonalité générale du propos : « *Le secret, la fierté ou la honte*⁶⁰ », « *Armes françaises au Yémen : le mensonge de Florence Parly*⁶¹ » ou encore « *Mettons fin à l'implication de la France au Yémen !*⁶² ». Les arguments et les messages principaux de *Disclose* sont

⁵⁹ Arte. « *Au Yémen, des armes françaises tuent* ». 16 avril 2019. <https://www.arte.tv/fr/videos/RC-017473/au-yemen-les-armes-francaises-tuent/>

⁶⁰ France info. « *Le secret, la fierté, ou la honte ? Les ventes d'armes françaises (1970-2019)* ». 15 avril 2019. https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/histoires-d-info/le-secret-la-fierté-ou-la-honte-les-ventes-d-armes-francaises-1970-2019_3259227.html.

⁶¹ Valeurs actuelles. « *Armes françaises au Yémen : le mensonge de Florence Parly* ». 15 avril 2019. <https://www.valeursactuelles.com/politique/armes-francaises-au-yemen-le-mensonge-de-florence-parly/>.

⁶² Tribune (collectif de personnalités). « *Mettons fin à l'implication de la France au Yémen !* ». *Libération*, 15 avril 2019. https://www.liberation.fr/debats/2019/04/15/mettons-fin-a-l-implication-de-la-france-au-yemen_1721485/.

presque systématiquement repris : la France vend des armes aux pays du Golfe et ces armes sont utilisées contre la population civile, le Gouvernement le savait et l'a pourtant nié, donc la France est largement responsable de la situation humanitaire au Yémen. Quelques rares articles relayent les éléments de langage de la ministre des Armées, mais la plupart du temps, il s'agit là de pouvoir mieux les démonter et de mettre en lumière les contradictions du pouvoir exécutif. Très peu de journalistes ont pris de la hauteur sur la situation en décrivant par exemple les enjeux que représentent ces ventes d'armes dans cette région, ou encore en rappelant que la guerre menée par la coalition arabe contre les Houthis n'est pas dénuée de légitimité et qu'elle a été soutenue par l'ONU ainsi que par la plupart des pays occidentaux, à commencer par la France. Seuls quelques spécialistes des questions de défense ont fait un minimum d'effort de prise de recul, à l'instar de Laurent Lagneau⁶³ ou encore de Jean-Dominique Merchet. Ce dernier, interrogé par *TV5MONDE* quelques jours après la première prise de parole de Florence Parly, s'est en effet attaché à relativiser le caractère sensationnel des révélations de *Disclose* et à rappeler à quel point ces exportations étaient importantes pour la France⁶⁴.

Ce dossier publié par *Disclose* se présente donc comme une charge très violente contre le Gouvernement. Particulièrement clair, argumenté et didactique, il s'adresse au plus grand nombre. En plaçant l'État en flagrant délit de mensonge, il l'a mis dans une posture communicationnelle particulièrement délicate.

3. Le révélateur de la place qu'a aujourd'hui prise les ONG

La controverse sur le sujet des ventes d'armes à l'étranger ne serait pas née sans la mobilisation des ONG. Nous pouvons constater qu'à l'instar de *Disclose*, certaines

⁶³ Laurent LAGNEAU. « Vente d'armes à l'Arabie Saoudite : Une enquête ouverte pour « compromission du secret de la défense nationale ». *Opex-360*, 25 avril 2019. <http://www.opex360.com/2019/04/25/vente-darmes-a-larabie-saoudite-une-enquete-ouverte-pour-compromission-du-secret-de-la-defense-nationale/>.

⁶⁴ TV5MONDE. « *Armes françaises au Yémen : “ Si on ne veut pas des morts dans la population, il ne faut pas vendre des armes ”* ». 18 avril 2019. <https://information.tv5monde.com/info/armes-francaises-au-yemen-si-ne-veut-pas-qu-il-y-ait-des-morts-dans-la-population-il-ne-faut>.

d'entre-elles se sont éloignées du simple plaidoyer militant et sont aujourd'hui en mesure d'effectuer des enquêtes particulièrement précises. Grâce à un vaste réseau de correspondants locaux, elles parviennent à récupérer des informations très opérationnelles concernant les zones de conflit (forces en présence, situation humanitaire, comportement des belligérants, utilisation de l'armement etc.). En s'appuyant sur ces données, elles construisent des stratégies de communication efficaces et modernes au moyen par exemple de reportages et articles de presse, d'interpellations de gouvernements, ou encore de supports de preuves à l'appui de contentieux⁶⁵.

Ces ONG semblent bénéficier d'un large crédit auprès des Français et 64% d'entre eux leur font aujourd'hui confiance⁶⁶. En outre, car il est de plus en plus difficile pour les médias français de mener des enquêtes minutieuses sur le temps long, de nombreuses rédactions s'entendent avec ces ONG pour recueillir des informations de terrain.

Notons enfin que « *Disclose* » marque l'émergence d'un nouveau modèle d'organisation, dans la mesure où cette structure se présente à la fois comme une ONG et comme un média.

B. La délicate gestion de crise par le pouvoir exécutif

a. Un gouvernement passif en position de défensive

1. Un gouvernement sur la défensive et une ministre des Armées en première ligne

Face à ce « *scandale d'État* » dévoilé par *Disclose*, le gouvernement a choisi de peu s'exprimer et de se placer en position défensive, en se contentant de répondre pour le mieux aux questions posées par les médias et les parlementaires. Alors que les ventes d'armes à l'étranger sont validées par le Premier ministre, celui-ci a été très peu interrogé sur le sujet, et c'est surtout à la ministre des Armées qu'il a été demandé des comptes.

⁶⁵ Jacques MAIRE, Michèle TABAROT, *Rapport d'information sur le contrôle des exportations d'armement...*, op. cit., p 63.

⁶⁶ Harris Interactive. *Baromètre de confiance dans les institutions - Avril 2021*. https://harris-interactive.fr/opinion_polls/barometre-de-confiance-dans-les-institutions-avril-2021/

Ainsi, entre le 15 avril 2019, date de la publication du dossier « *Made in France* » et le mois de juillet 2021, nous avons pu identifier que Florence Parly s'était exprimée une dizaine de fois sur le sujet, contre deux fois pour Édouard Philippe et une unique fois pour le ministre de l'Europe et des Affaires étrangères. Quant au président de la République, après avoir dans un premier temps refusé de communiquer sur le sujet, il a accepté de répondre brièvement à une question qui lui a été posée à l'occasion d'un voyage officiel en Roumanie en mai 2019⁶⁷.

2. Une communication qui s'articule autour de trois principaux messages

La défense de l'exécutif s'est articulée autour de trois grands éléments de langage qui ont servi la plupart du temps à éluder les questions qui lui étaient systématiquement posées, à savoir si des armes françaises tuaient des civils au Yémen et s'il était concevable de continuer de vendre des équipements militaires à la coalition arabe.

Le premier procédé consistait à montrer de l'empathie pour la population yéménite, déplorer la crise humanitaire et montrer que la France faisait tout son possible pour que cette guerre prenne fin le plus rapidement possible. Par exemple, Édouard Philippe, questionné par le député communiste André Chassaigne lors des questions au Gouvernement du 14 mai 2019, a débuté sa réponse par : « *La situation au Yémen est épouvantable, elle n'est pas préoccupante, elle est dramatique et elle ne cesse de se détériorer*⁶⁸ ». De la même manière, à Jean-Pierre Elkabbach qui lui demandait le 19 avril sur la chaîne *CNews* si les canons vendus par la France ne « *tapaient pas les civils d'en face* », la ministre des Armées s'est contentée de répondre : « *ce conflit qui maintenant se développe au Yémen depuis des années, qui est une guerre épouvantable, qui fait des*

⁶⁷ Huffington Post. « *Macron "assume" la vente d'armes françaises à l'Arabie saoudite* ». 9 mai 2019. https://www.huffingtonpost.fr/entry/macron-armes-francaises-yemen-arabie-saoudite-emirats_fr_5cd47b4ae4b0705e47d8ccce.

⁶⁸ France Info. « *Vente d'armes à l'Arabie saoudite : "La France respecte ses engagements internationaux", affirme Édouard Philippe* ». 14 mai 2019. https://www.francetvinfo.fr/monde/proche-orient/yemen/video-vente-d-armes-a-l-arabie-saoudite-la-france-respecte-ses-engagements-internationaux-affirme-edouard-philippe_3443133.html.

victimes civiles en grand nombre, nous avons tous en tête des images affreuses, et donc la priorité, et je le redis, c'est que cette guerre cesse. Et il y a des initiatives qui ont été prises, encore récemment, sous l'égide de l'ONU, pour que des pourparlers débouchent sur un cessez-le-feu⁶⁹ ».

Un autre élément de langage souvent utilisé pour éviter de répondre aux questions consistait à rappeler que les exportations d'armes à l'étranger sont soumises à un encadrement strict et que la France ne « vend pas des armes à n'importe qui ». Ainsi, lors des questions d'actualité au Sénat du 30 avril 2019, Florence Parly expliquait que « *l'autorisation de vendre des armes n'est accordée qu'après un examen interministériel rigoureux auquel le Quai d'Orsay lui-même participe. Cet examen tient compte de différents critères : la nature des matériels, l'utilisateur final, le respect des droits de l'homme, la stabilité régionale, la nécessité de lutter contre le terrorisme, et aussi la sécurité des civils qui font partie des critères qui sont pris en compte pour délivrer ou pas des autorisations de licence⁷⁰ ».* De la même manière, au journal *Le Parisien* qui cherchait à savoir si la France vendait à l'Arabie saoudite des armes qui pouvaient être utilisées contre la population yéménite, Jean-Yves Le Drian a répondu le 12 mai 2019 que « *nous avons en France une procédure extrêmement exigeante pour chaque vente d'armes à l'international, avec une commission spécialisée très rigoureuse⁷¹ ».*

Enfin, le troisième principal élément de langage que nous avons identifié s'appuyait sur le fait que rien ne prouvait que des armes françaises tuaient des civils au Yémen, et que

⁶⁹ Vie publique. « *Interview de Mme Florence Parly, ministre des Armées, à CNews* ». 19 avril 2019. <https://www.vie-publique.fr/discours/270465-florence-parly-19042019-budget-defense-opex-vente-darmes>.

⁷⁰ Public Sénat. « *Vente d'armes au Yémen : « Pas de preuve qu'elles aient servi contre des populations civiles » indique Florence Parly* ». 30 avril 2019. <https://www.publicsenat.fr/article/parlementaire/vente-d-armes-au-yemen-pas-de-preuve-qu-elles-aient-servi-contre-des>.

⁷¹ Vie publique. « *Extraits d'un entretien de M. Jean-Yves Le Drian, ministre de l'Europe et des affaires étrangères, dans "Le Parisien" du 12 mai 2019, sur la libération d'otages français, les relations internationales et sur les ventes d'armes* ». 12 mai 2019. <https://www.vie-publique.fr/discours/271550-jean-yves-le-drian-12052019-nucleaire-iranien-benin-ventes-darmes>.

manifestement ces armes étaient placées à la frontière de l'Arabie saoudite, en position défensive. Cet argument a ainsi été avancé à plusieurs reprises par la ministre des Armées, devant les parlementaires⁷², mais également sur *BFM-TV* le 8 mai 2015. À Jean-Jacques Bourdin qui lui demandait si l'utilisation d'armes françaises par des belligérants était susceptible de tuer des civils, celle-ci lui a répondu « *qu'à la connaissance du gouvernement français, nous n'avons pas d'éléments de preuves selon lesquelles des victimes au Yémen sont le résultat de l'utilisation d'armes françaises* ».

- b. Une communication peu convaincante qui n'est pas parvenue à imposer son narratif.

1. Des éléments de langage plutôt que des réponses

Ce qui a notamment permis au dossier « *Made in France* » de trouver un tel écho dans la presse, chez les parlementaires et dans la société civile, c'est la médiocrité de la stratégie de défense du gouvernement français. Comme nous l'avons évoqué précédemment, le pouvoir exécutif est resté totalement passif durant cette crise et ne semble à aucun moment avoir tenté de reprendre la main. Il s'est retrouvé dans une position de boxeur acculé prenant des coups mais incapable d'en donner pour faire changer l'issue du combat.

Les éléments de langage qui ont été utilisés ont peiné à convaincre, d'autant plus qu'ils étaient le plus souvent déployés pour éviter de répondre directement aux questions posées par les journalistes ou les parlementaires. Par exemple, lorsque sur *CNews*, Jean-Pierre Elkabbach a demandé à quatre reprises à Florence Parly si la France continuait de vendre des armes à l'Arabie saoudite, celle-ci s'est réfugiée derrière ses éléments de langage pour finalement ne jamais répondre à la question posée, qui pourtant appelait une réponse

⁷² Public Sénat. « *Vente d'armes au Yémen...* ». Op. cit.

simple : « *La France a un partenariat stratégique avec l'Arabie Saoudite, et a, depuis de très nombreuses années, initié ce partenariat, qui s'est traduit, dans un certain nombre de cas, par des ventes...[...]. Je rappelle que nous avons un dispositif de contrôle des exportations d'armes, car les armes ne sont pas des produits standards, on ne vend pas des armes comme on vend des baguettes de pain...[...]. On prétend que les armes françaises conduisent à faire des victimes civiles au Yémen, ce que je voudrais rappeler, et ce que j'ai toujours dit, c'est qu'à ma connaissance l'essentiel des armes qui ont pu être vendues par la France à l'Arabie saoudite sont utilisées de manière défensive*⁷³ ».

2. Un argumentaire hésitant, imprécis et contradictoire

Depuis que le sujet de la vente d'armes vers l'Arabie saoudite est évoqué dans les médias, c'est-à-dire environ deux ans avant la crise, les éléments de réponse apportés par le ministre des Armées ont toujours été pleins d'approximations et se sont donc heurtés à la rationalité et à la précision de l'argumentaire développé par *Disclose* : « *l'utilisation des armes une fois livrées est normalement encadrée*⁷⁴ » ; « *Ce que je peux vous dire, Jean-Jacques Bourdin, c'est qu'à ma connaissance, les armes qui ont été vendues récemment ne sont pas utilisées contre la population yéménite*⁷⁵ » ; « *Nous n'avons récemment vendu aucune arme qui puisse être utilisée dans le cadre du conflit yéménite [...]. Je n'ai pas connaissance du fait que des armes soient utilisées directement dans ce conflit*⁷⁶ ». Les

⁷³ Vie publique. « *Interview de Mme Florence Parly...* ». Op. cit.

⁷⁴ France Inter. « *Florence Parly : "Le Service national universel doit être attractif pour les jeunes"*. 9 février 2018. <https://www.franceinter.fr/emissions/l-invite-de-8h20/l-invite-de-8h20-09-fevrier-2018>.

⁷⁵ BFM-TV. « *Florence Parly face à Jean-Jacques Bourdin en direct* ». 30 octobre 2019. https://www.bfmtv.com/replay-emissions/bourdin-direct/florence-parly-face-a-jean-jacques-bourdin-en-direct_VN-201810300199.html.

⁷⁶ France Inter. « *Questions Politiques avec Florence Parly* ». 20 janvier 2019. <https://www.youtube.com/watch?v=gghMMP9q00I>.

termes tels que « *normalement* », « *à ma connaissance* », « *récemment* », « *essentiel* » sont particulièrement imprécis et laisse une grande place à l'interprétation.

En outre, les éléments de réponses apportés par l'État ont été en contradiction avec le discours officiel tenu quelques mois avant le début de la crise et ont révélé que le Gouvernement avait sciemment caché ou transformé la vérité. En plus des propos tenus par la ministre des Armées, nous pouvons également citer Jean-Yves Le Drian, qui le 13 février 2019 affirmait devant la Commission des affaires étrangères de l'Assemblée nationale que « *L'action de l'Arabie saoudite s'effectue essentiellement par voie aérienne et nous ne fournissons rien à l'armée de l'air saoudienne*⁷⁷ ». Ou encore Emmanuel Macron qui, interrogé le 12 octobre 2018 par *RFI* et *France24* sur le sujet des ventes d'armes de la France au profit de l'Arabie saoudite, disait « *qu'il était faux de dire que l'Arabie saoudite est un grand client aujourd'hui de la France*⁷⁸ ». Ces propos tenus par le président de la République et par le ministre de l'Europe et des Affaires étrangères ont été sévèrement démentis par les révélations faites par *Disclose* et se sont avérés en totale contradiction avec les arguments développés par la suite par le Gouvernement.

Le résultat de cette communication hésitante, fragile et contradictoire est que le pouvoir exécutif s'est montré dans l'incapacité de faire entendre ses messages et reprendre la main sur la communication. Même les arguments de bon sens qui auraient pu légitimer cette politique d'exportation ont semblé peu audibles. L'absence de reprise de ces arguments dans la presse est d'ailleurs une preuve de l'échec de cette communication de crise.

C. Le révélateur d'une faiblesse structurelle : la communication d'acceptabilité autour d'un sujet sensible

⁷⁷ Vie publique. « *Déclaration de M. Jean-Yves Le Drian, ministre de l'Europe et des affaires étrangères, sur les défis et priorités de la politique étrangère de la France, à l'Assemblée nationale* ». 13 février 2019. <https://www.vie-publique.fr/discours/270829-jean-yves-le-drian-13032019-defis-priorites-de-la-politique-etrangere>.

⁷⁸ Christophe BOISBOUVIER, Marc PERELMAN. « Emmanuel Macron juge l'affaire Khashoggi "très grave" ». *France24*, 12 octobre 2018. <https://www.france24.com/fr/20181012-entretien-exclusif-macron-khashoggi-arabie-saoudite-iran-francophonie-remaniement>.

a. Une crise aux conséquences négatives qui a fragilisé ce secteur

1. La fin du consensus français sur les ventes d'armes à l'étranger.

Cette crise aux conséquences particulièrement néfastes pour l'industrie de défense semble avoir marqué la fin du consensus français sur les exportations d'armes.

D'une part, des parlementaires ont profité de ce scandale pour réclamer davantage de contrôle sur les ventes d'armes à l'étranger, à savoir la création d'une délégation parlementaire aux ventes d'armes⁷⁹. L'idée étant de mettre fin à la toute-puissance de l'exécutif dans ce domaine. Si cette mesure n'est pas perçue comme une grave menace pour les industriels, il n'en demeure pas moins qu'elle alourdira très probablement la procédure liées aux exportations.

Les ONG quant à elles se sont saisies de l'affaire pour exercer une pression extrêmement forte sur les parlementaires et sur les industriels de la défense, et lancer diverses campagnes de communication visant à noircir l'image de ce secteur. Dès le mois de juillet 2019, 19 ONG ont lancé un appel aux parlementaires exhortant les députés à « *exercer leur devoir de contrôle de l'action gouvernementale en s'assurant que la France ne viole pas ses engagements internationaux en continuant à exporter des armes à l'Arabie saoudite et aux Émirats arabes unis*⁸⁰ ». En septembre 2016, un nouvel appel lancé par 17 organisations est même allé jusqu'à demander l'arrêt immédiat des ventes d'armes françaises à l'Arabie saoudite et aux Émirats arabes unis⁸¹.

⁷⁹ Jacques MAIRE, Michèle TABAROT, *Rapport d'information sur le contrôle des exportations d'armement...*, op. cit.

⁸⁰ ACAT. « Appel aux parlementaires de 19 ONG sur le Yémen et les ventes d'armes françaises ». Communiqué de presse du 10 juillet 2019. <https://www.acatfrance.fr/app/items/print/communiquede-presse/appele-aux-parlementaires-de-19-ong-sur-le-yemen-et-les-ventes-darmes-francaises>.

⁸¹ Action contre la faim. « 17 organisations demandent l'arrêt immédiat des ventes d'armes françaises à l'Arabie saoudite et aux Émirats arabes unis ». Communiqué de presse du 6 septembre 2019. <https://www.actioncontrelafaim.org/presse/17-ong-demandent-larret-immmediat-des-ventes-darmes-francaises-a-larabie-saoudite-et-aux-emirats-arabes-uni/>.

Concernant l'avis de l'opinion publique, un sondage réalisé par YouGouv pour SumOfUs a révélé que 70% des Français estimaient que la France devait suspendre ses exportations d'armes aux États du Golfe et que 72% d'entre eux étaient favorables à un contrôle renforcé du Parlement sur les ventes d'armement⁸². Or, comme nous l'avons évoqué précédemment, le poids de l'opinion publique en matière de politique étrangère va en grandissant et peut aujourd'hui faire changer l'avis d'un parlementaire⁸³.

2. La « frilosité bancaire » à l'égard du secteur de la défense

Mais la conséquence la plus négative pour les industriels du secteur de la défense est qu'ils ont aujourd'hui de plus en plus de mal à trouver des financements auprès des banques, tant pour leur développement que pour l'accompagnement de leurs opérations d'exportation. « *Même des services élémentaires, comme des crédits d'investissement, des lignes de trésorerie, ou des crédits documentaires leur sont refusés, au prétexte de la sensibilité des transactions et des conséquences potentielles sur l'image de marque des banques si elles venaient à être mises en causes dans des marchés d'armement*⁸⁴ ». Cette situation très pénalisante pour l'ensemble de la BITD a poussé les groupements professionnels de l'industrie de défense, ainsi que le Délégué général pour l'armement, à élever leur voix en octobre 2020. Ce cri a d'ailleurs été entendu puisque la Commission

⁸² YouGouv. « Étude RP - Guerre au Yémen ». Étude réalisée par YouGouv pour SumOfUs en avril 2019. https://s3.amazonaws.com/s3.sumofus.org/images/Resultats_YouGov_pour_SumOfUs_Etude_RP_Guerre_du_Yemen_051_As_Sent_200319-converti.pdf.

⁸³ Entretien avec Madame Delphine SAMPIC-BERGER, directrice de la communication du GICAT, réalisé le 21 juillet 2021.

⁸⁴ Fabrice Wolf. « Services bancaires : l'industrie de défense se trompe-t-elle de cible ? ». *Méta-Défense*, 15 janvier 2021. <https://www.meta-defense.fr/2021/01/15/services-bancaires-lindustrie-de-defense-se-trompe-t-elle-de-cible/>.

de défense nationale et des forces armées a confié à deux parlementaires le soin de mener une mission « flash » sur le sujet⁸⁵.

b. Une crise qui a démontré une faiblesse profonde en matière de communication d'acceptabilité

1. L'absence manifeste d'une stratégie globale de communication de crise

La crise engendrée par les révélations de *Disclose* nous semble au premier abord être le révélateur d'une mauvaise gestion de la crise au point de vue communicationnel. En nous appuyant sur le séquençage proposé par Thierry Libaert⁸⁶, nous pouvons identifier quatre grandes phases de cette crise.

Tout d'abord une phase préliminaire au cours de laquelle des signaux faibles ont été envoyés, et ne semblent pas avoir été entendus. En effet, comme nous l'avons évoqué précédemment, cela faisait près de deux ans que la problématique des armes vendues par la France aux pays du Golfe était régulièrement évoquée dans la presse et mise en lumière par des ONG. Or, au cours de ces deux années, rien ne semble avoir été fait pour prévenir la crise qui s'annonçait. Et nous pouvons même dire que par leur caractère confus et hésitant, les prises de paroles des membres du Gouvernement durant cette période n'ont fait que créer les conditions de la crise. Comme nous l'a confirmé Delphine Sampic-Berger, « rien n'a été anticipé ». Or, une communication efficace menée préalablement n'aurait peut-être pas permis d'éviter la crise, mais elle en aurait certainement atténué les effets.

Ensuite, au cours de la phase aiguë de la crise, c'est à dire immédiatement après la diffusion du dossier « *Made in France* », puis de la phase chronique qui s'est étalée sur environ trois mois, rien ne semble avoir été maîtrisé. Comme nous l'avons vu, le Gouvernement n'a pris aucune initiative et s'est contenté de se mettre en position passive et défensive. Aucun porte-parole n'a été désigné, et nous pouvons même dire que ce sont

⁸⁵ Assemblée nationale. « *Mission "flash" sur le financement de l'industrie de défense* ». 17 février 2021. <https://www2.assemblee-nationale.fr/static/15/commissions/Defense/Rapport-BITD-170221.pdf>.

⁸⁶ Thierry LIBAERT. *Communication de crise*. Montreuil : Pearson, 2018, p 12.

les médias eux-mêmes qui ont désigné le leur en la personne de la ministre des Armées. Or la ministre des Armées n'est qu'une des parties prenantes dans la politique d'exportation d'armement. Aucune stratégie communicationnelle claire ne semble avoir été mise en place. S'il on se réfère à la typologie proposée par Jean-Pierre Piotet⁸⁷, fondateur de l'Institut de la réputation, nous pouvons déceler dans la communication du pouvoir exécutif à la fois du « déni », de « l'abonné absent », du « bouc émissaire », de « l'acceptation » et de « l'amalgame », ce qui a contribué à rendre le message particulièrement inaudible. En outre, comme l'a confirmé Delphine Sampic-Berger, quasiment aucune communication n'a été faite à destination de la BITD⁸⁸, que ce soit pour rassurer ses membres ou pour donner des directives en matière de communication. Enfin la phase de cicatrisation, autrement dit la période au cours de laquelle le sujet sort du champ médiatique, s'est faite d'elle-même. Le Gouvernement est demeuré passif et a certainement bénéficié de la crise sanitaire qui occupe en grande partie l'actualité médiatique depuis le mois de janvier 2020. La presse ne parle plus de ce sujet et notons que Florence Parly n'a même pas été interrogée sur le sujet lors d'une interview donnée sur *France Inter* en janvier 2021⁸⁹, alors qu'elle s'était trouvée en grande difficulté deux ans auparavant dans la même émission⁹⁰. Toutefois, il est à noter que les banques en revanche conservent en mémoire cette affaire et qu'elles représentent toujours une très forte capacité de nuisance pour les industriels de la défense⁹¹.

Les conséquences de cette affaire semble donc être le résultat d'une mauvaise gestion de la communication de crise. Mal anticipée et mal gérée, Sophie Sampic Berger estime qu'elle a véhiculé une image d'amateurisme qui a nui à ce secteur.

2. Une défaillance profonde en terme de communication d'acceptabilité

⁸⁷ Thierry LIBAERT, *ibid.*, p 63.

⁸⁸ Entretien avec Madame Delphine SAMPIC-BERGER, directrice de la communication du GICAT, réalisé le 21 juillet 2021.

⁸⁹ France Inter. « *Questions Politiques avec Florence Parly* ». 11 janvier 2021. <https://www.dailymotion.com/video/x7ylvkq>.

⁹⁰ France Inter, « *Questions Politiques...* », *op. cit.*

⁹¹ Entretien avec Madame Delphine SAMPIC-BERGER, directrice de la communication du GICAT, réalisé le 21 juillet 2021.

Au-delà de la problématique liée à la gestion de crise de « l'affaire *Disclose* » apparaît une faille plus profonde qui concerne la communication d'acceptabilité autour d'un sujet sensible. La communication sur un sujet sensible, comme le définissent François Allard-Huver et Thierry Libaert, est une composante de la communication sensible, au même titre que la communication de crise, la communication sur les risques et la communication d'acceptabilité. « Elle porte sur un thème à connotation polémique aux frontières du risque, de la crise et de l'acceptabilité sociale, elle traite d'un sujet plaçant le chercheur dans une position inconfortable entre la dénonciation des méthodes et l'expertise méthodologique pouvant être comptée dans une vision purement pragmatique, enfin, elle s'inscrit dans un espace public opaque où les organisations hésitent à reconnaître la réalité des méthodes utilisées⁹² ». Cette définition s'applique parfaitement à la communication sur les ventes d'armes à l'étranger. Il s'agit en effet d'une communication portant sur un sujet polémique, dans un cadre éthique discutable, au sein d'un secteur largement critiqué pour son manque de transparence et la difficulté de ses responsables à assumer leurs actions et leurs méthodes.

La communication autour de l'exportation d'armement vise l'accessibilité sociale d'un objectif de développement catégoriel, « sans que cet objectif ne concorde a priori avec celui des populations potentiellement concernées⁹³ ». La communication publique autour de l'exportation d'armement semble justement avoir échoué à faire concorder l'objectif de développement catégoriel avec celui de la population française. Autrement dit, le Gouvernement n'a pas réussi à convaincre l'opinion publique des conséquences positives de la politique d'exportation de systèmes d'armes sur la souveraineté stratégique française, sur son rayonnement sur la scène internationale et sur son économie. C'est d'ailleurs ce que confirme Delphine Sampic-Berger lorsqu'elle affirme que « ce qui reste compliqué à leur expliquer [les Français], c'est le lien entre exportation et souveraineté stratégique. Là il faut que l'on soit plus pédagogique⁹⁴ ».

⁹² François ALLARD-HUVER et Thierry LIBAERT. « La communication sur les sujets sensibles au prisme des sciences de l'information et de la communication ». *Communiquer, Revue de communication sociale et publique*, n° 11, 1^{er} février 2014.

⁹³ François ALLARD-HUVER et Thierry LIBAERT, *ibid.*

⁹⁴ Entretien avec Madame Delphine SAMPIC-BERGER, directrice de la communication du GICAT, réalisé le 21 juillet 2021.

L'analyse de cette crise nous permet donc de valider notre deuxième hypothèse. En effet, elle révèle que les difficultés que rencontre le Gouvernement à communiquer sur sa politique d'exportation ne peuvent pas être seulement imputées au haut degré de sensibilité du sujet. Autrement dit, l'État a sa part de responsabilité dans cette situation « d'impasse communicationnelle ». En n'ayant pas développé de réelle stratégie de communication autour de son action, il n'a manifestement pas réussi à susciter l'adhésion et à limiter les effets de la crise engendrée par « l'affaire *Disclose* ».

Nous estimons qu'il conviendrait de développer une stratégie de communication globale, qui s'inscrirait sur le temps long, et qui ne se contenterait pas d'une défense passive à l'encontre des adversaires du secteur.

III) Des leviers d'actions possibles pour susciter l'adhésion et prévenir de futures crises

A. Un terreau favorable

a. Une population française réceptive à « la chose militaire »

1. L'attachement de la population à ses armées

L'armée française est une institution qui bénéficie d'une très grande popularité, notamment depuis la mise en place du dispositif SENTINELLE en 2015, qui lui a permis d'obtenir une nouvelle visibilité. En octobre 2017, un sondage IFOP-DICOD attestait en effet que 88% des Français avait une bonne image de leur armée⁹⁵. En se déployant de façon massive sur le territoire national, elle s'est rapprochée de la population et a renforcé la confiance que cette dernière avait en elle. Elle est aujourd'hui perçue comme une

⁹⁵ Bénédicte CHÉRON. *Le soldat méconnu : les Français et leurs armées*. Malakoff : Armand Colin, 2018, p. 17.

référence en matière de savoir-faire, de réactivité, de capacité à planifier dans l'urgence et de résilience dans des situations de crises.

L'époque de l'antimilitarisme semble révolue et les valeurs que prônent les armées sont aujourd'hui revenues au goût du jour. Les armées se présentent comme un facteur de stabilité dans une société confrontée à de multiples crises. En atteste le débat sur la mise en place d'une nouvelle forme de service militaire : le service national universel (SNU). En effet, en novembre 2018, 74% des Français âgés de 16 à 25 ans affirmait souhaiter la mise en place d'un nouveau service national universel⁹⁶. La fin du service national, malgré toutes ses limites, a laissé un vide qui après quelques années s'est fait ressentir, notamment avec l'irruption du thème de la cohésion nationale dans le débat public. En a résulté la volonté chez François Hollande de mettre en place dès 2015 une version métropolitaine du service national adapté (SMA) existant en outre-mer et qui a pris l'appellation de service militaire volontaire.

La chose militaire est donc redevenue un élément structurant de la vie de la cité, après de nombreuses années durant lesquelles les armées et la société ont entretenu des relations sinon tendues, du moins plutôt froides.

2. Un intérêt accru pour les sujets de défense

Au-delà de ce grand retour de valeurs militaires, il est également possible de constater un regain d'intérêt de la population française pour les sujets de défense. En témoigne par exemple la part d'audience qu'obtient régulièrement le « Journal de la défense » diffusé par *LCP - Assemblée nationale*. En 2016, celle-ci fluctuait entre 300 000 et 500 000 spectateurs, chiffres qui selon la DICOD sont très encourageants au regard de ceux obtenus par d'autres émissions diffusées sur cette même chaîne⁹⁷.

⁹⁶ Sondage IFOP réalisé en novembre 2018 au profit du Comité pour le relations nationales et internationales des associations de jeunesse et d'éducation populaire (CNAJEP). <https://www.ifop.com/wp-content/uploads/2018/11/115911-Rapport-ANACEJ-Publication.pdf>.

⁹⁷ Bénédicte CHÉRON, *Le soldat méconnu...*, op. cit., p 23.

Sur le plan de la littérature de guerre, deux ouvrages récents écrits par de jeunes officiers supérieurs ont eux aussi connu un succès notable : *Jonquille - Afghanistan 2012* de Jean Michelin et *Dans les griffes du Tigre* de Brice Erblan. Le premier, qui relate le quotidien de son auteur durant une opération extérieure en Kapisa, avait été vendu à plus de 6 000 exemplaires à la fin du mois de juillet 2018. Quant au second, qui traite de l'expérience d'un pilote d'hélicoptère de combat en Afghanistan et en Libye, il obtenait le score de 6 600 ventes au terme de l'année 2017⁹⁸.

b. Une présence importante du fait militaire dans le paysage médiatique

1. Les OPEX des années 2000 et le retour du fait guerrier dans le paysage médiatique

Les chiffres le montrent, l'actualité des armées est beaucoup plus présente dans la presse aujourd'hui qu'elle ne l'était à la fin des années 1990. La guerre en Afghanistan a véritablement marqué un tournant en terme de visibilité médiatique des militaires. En effet, le nombre de documentaires, de reportages ou encore d'éditoriaux traitant de la chose militaire, a explosé entre 2001 et 2011. Ainsi, le nombre de documents télévisuels diffusés sur des chaînes hertziennes a été multiplié par 3,2 durant ce laps de temps, passant de 55 documents à 177 par an⁹⁹.

L'opération Harmattan, lancée en Libye en 2011, a elle aussi entraîné un pic de visibilité médiatique des sujets de défense. Ainsi, durant la semaine du 11 juillet 2011, les unités de bruit médiatique (UBM) « Défense et société » se plaçaient en 3^{ème} position des thèmes gouvernementaux les plus traités sur le plan médiatique. Concernant la presse écrite, à

⁹⁸ Ouest-France. « Guer. Le commandant Michelin reçoit le prix des Cadets. 22 juillet 2018 ». <https://www.ouest-france.fr/bretagne/guer-56380/guer-le-commandant-michelin-recoit-le-prix-des-cadets-5891894>.

⁹⁹ Bénédicte CHERON. « L'expérience militaire dans les médias (2008-2018), Une diversification des formes de récits ». *Étude de l'IRSEM*, n° 66, avril 2019, p 21.

eux seuls, les journaux *Le Figaro*, *Le Point*, *Libération*, *Le Monde* et *L'Express* ont publié 449 articles de plus de 200 mots durant les quelques mois qu'a duré cette opération¹⁰⁰.

2. La résurgence de la menace terroriste

La vague d'attentats terroristes qui a débuté en janvier 2015 a marqué une deuxième phase d'augmentation de la visibilité médiatique des armées au cours des années 2000. Des pics d'UBM ont été constatés à chaque attaque, mais ce qui est intéressant de constater est que ces chiffres sont demeurés relativement stables dans les intervalles, et supérieurs à ceux d'avant 2013. A titre d'exemple, on a dénombré 70 000 UBM lors des attentats de novembre 2015 et 45 000 à l'occasion de l'attaque de *Charly Hebdo*.

Au-delà de cette densification quantitative de la présence des militaires dans l'espace médiatique, il est à noter un changement de tonalité dans le traitement du fait militaire. En effet, la figure du soldat victime semble avoir progressivement laissé place à celle du soldat héros. Alors que l'embuscade d'Uzbin a été accompagnée de très nombreuses polémiques et productions médiatiques négatives (notamment sur l'équipement et le niveau de préparation des soldats ou sur la planification de l'opération), les morts des opérations Serval et Barkhane ont fait l'objet d'un traitement médiatique beaucoup plus bienveillant pour l'institution militaire, et respectueux pour les soldats dont le décès en opération suscite une émotion toujours croissante. « *La tonalité est très différente aujourd'hui. Il y a un réapprentissage lent mais réel du sens de l'engagement militaire et d'un certain nombre de réalités opérationnelles* »¹⁰¹.

¹⁰⁰ David DELFOLIE. « Sociologie d'une autre bataille, La couverture médiatique de l'intervention militaire en Libye. Analyse comparée : France, Royaume-Uni, Allemagne ». *Étude de l'IRSEM*, n° 20, 2013, p 29.

¹⁰¹ Pierre ALONSO. « Interview - Barkhane : une réapprentissage du sens de l'engagement militaire - Entretien avec Bénédicte Chéron ». *Libération*, 27 novembre 2019. https://www.liberation.fr/planete/2019/11/27/barkhane-un-reapprentissage-du-sens-de-l-engagement-militaire_1765955/.

Le fait militaire de manière générale suscite donc aujourd'hui à la fois de l'attachement, de l'intérêt et une certaine fierté. Les sujets de défense ont repris une place importante dans les médias et trouvent un écho favorable auprès de la population française.

- c. Une opinion publique favorable à l'industrie de défense et un concept de souveraineté que la crise sanitaire a remis au goût du jour.

- 1. Une industrie de défense qui conserve la confiance des Français

Contrairement à ce que nous pourrions penser, les Français soutiennent encore leur industrie de défense. En effet, un sondage récemment commandé par le Conseil des industries de défense françaises (CIDEF) révèle que 64% d'entre eux ont une image positive de ce secteur, que 63% souhaiteraient que les banques le soutiennent davantage, que 72% considèrent qu'il est nécessaire pour fournir aux armées les moyens de mener à bien leurs missions, et 70% lui reconnaissent un rôle dans le rayonnement de la France à l'étranger. Mais surtout, 67% des Français se disent favorables aux exportations, à conditions qu'elles soient plus contrôlées et que le gouvernement fasse preuve de plus de transparence sur le sujet¹⁰².

Du côté des médias, rappelons qu'ils n'ont pas toujours été opposés aux exportations d'armement et que leur méfiance vis-à-vis de ce sujet est en somme assez récente. Elle est principalement née des polémiques qui ont accompagné les ventes d'armes vers les pays du Golfe et la crise engendrée par la guerre au Yémen.

Concernant les parlementaires, comme nous l'a affirmé Monsieur le Député Gouttefarde, hormis quelques « irréductibles », la plupart d'entre eux ne présentent pas d'opposition de principe à l'endroit de l'exportation d'armes. Ils demandent surtout à être mieux informés et davantage concertés.

¹⁰² Michel CABIROL. « L'industrie de la défense garde la confiance des Français ». *La Tribune*, 11 juin 2021. <https://www.latribune.fr/entreprises-finance/industrie/aeronautique-defense/l-industrie-de-la-defense-garde-la-confiance-des-francais-886563.html>

Enfin, du côté des ONG, celles-ci disent généralement ne pas être fondamentalement opposées au commerce des armes, qui constitue une composante essentielle à notre défense militaire. En revanche, leur combat porte sur des ventes qui présentent des risques pour les Droits de l'Homme¹⁰³.

2. Le retour de la souveraineté

En outre, il est intéressant de noter que la crise sanitaire a redonné ses lettres de noblesse à un concept pendant longtemps décrié : celui de souveraineté nationale. En effet, l'épidémie de COVID-19 a mis en lumière les vulnérabilités de notre système s'agissant de l'approvisionnement pérenne en équipement de première nécessité en situation d'urgence. Les termes de souveraineté médicale, souveraineté alimentaire, souveraineté numérique etc. font aujourd'hui pleinement partie du vocabulaire de nos dirigeants et semblent être très bien perçus par la population française. En témoigne le sondage précédemment cité qui révèle que 75% des Français estiment que l'industrie de défense est indispensable pour assurer l'indépendance et la souveraineté nationale. En outre, 80% jugent l'importance de la souveraineté en matière d'industrie de défense essentielle.

Les Français ne sont donc absolument pas hermétiques à tout ce qui concerne la chose militaire, et contrairement à ce que nous serions enclin à penser, ils ont une image plutôt positive et éclairée de leur industrie de défense. Nous ne sommes donc pas dans ce que Dominique Wolton décrirait comme une situation d'incommunication, où « *le récepteur ne serait pas au rendez-vous* », et encore moins dans un contexte d'acomunication où « *émetteur et récepteur n'aurait plus rien à se dire* »¹⁰⁴.

Ce constat vient nuancer ce que nous pressentions dans nos deux premières hypothèses. En effet l'impasse communicationnelle que nous avons identifiée n'est que relative. Certes, le Gouvernement s'est retrouvé en grande difficulté lors de « l'affaire *Disclose* »,

¹⁰³ Jacques MAIRE, Michèle TABAROT, *Rapport d'information sur le contrôle des exportations d'armement...* op. cit., p 63.

¹⁰⁴ Dominique WOLTON. « Une théorie politique de la communication ». *Hermès*, 15 février 2021. <https://hermes.hypotheses.org/4932>.

pour autant, les effets de cette crise et le degré de défiance vis-à-vis de ce secteur semblent s'être vite estompés.

B. La nécessité de développer une véritable stratégie de communication

a. Les objectifs

Les entretiens que nous avons pu effectuer ont révélé qu'il n'existait pas de véritable stratégie de communication autour de l'exportation d'armement. Cela paraît surprenant tant le sujet est sensible et incompatible avec toute forme d'improvisation. En outre, comme nous avons pu le montrer au cours de notre étude, il nous semble évident qu'aujourd'hui, le pouvoir exécutif n'a pas d'autre choix que de communiquer dessus. Il ne s'agit pas pour nous dans cette partie d'élaborer un plan de communication, mais d'en établir quelques principes structurants.

1. Restaurer le consensus

La controverse autour de la vente d'armes aux pays du Golfe a mis en lumière le fait que le temps du consensus autour de l'exportation d'armement était révolu. Parlementaires, médias, ONG et citoyens se sont emparés du sujet et réclament aujourd'hui des comptes au Gouvernement. Tout en prenant en compte cette nouvelle donne, le pouvoir exécutif doit trouver les moyens, par une communication adéquate, de convaincre davantage. Les Français doivent être convaincus que la politique qui régit le commerce des armes se fait de manière particulièrement encadrée et respectueuse des règles éthiques.

Le secret qui couvre cette politique fait qu'une part importante de cette activité demeurera confidentielle. Pour autant, il est important de convaincre les Français que « l'on ne vend pas des armes à n'importe qui » et que ces transactions sont indispensables à l'économie nationale et à leur sécurité.

Comme nous l'avons vu précédemment, une majorité des Français fait confiance à son industrie d'armement et a conscience des enjeux que représente ce secteur. Mais l'opinion publique est mouvante et il est donc important de renforcer cette base de confiance et de l'étendre à la politique globale menée par le pouvoir exécutif.

2. Prévenir les crises

Une stratégie de communication, en intégrant un plan de communication de crise, doit permettre sinon de prévenir d'éventuelles crises, du moins d'en atténuer les effets. Grâce à un plan de communication de crise élaboré dans un cadre interministériel, le pouvoir exécutif sera alors en mesure de diffuser des messages coordonnés et cohérents, de préparer les différents porte-parole qui seront amenés à s'exprimer sur le sujet, et diffuser efficacement de l'information. Contrairement à la façon dont il a réagi lors de « l'affaire *Disclose* », il pourra alors garder au maximum l'initiative de la communication en restant proactif. En outre, un plan de communication de crise sur le sujet semble relativement aisé à élaborer dans la mesure où les scénarii possibles sont faciles à identifier.

b. S'appuyer sur des outils classiques

1. Les cibles

Nous avons au cours de notre étude déjà identifié un panel de cibles communicationnelles à atteindre. Toutefois, il nous semble important d'en effectuer un découpage catégoriel ainsi qu'une hiérarchisation.

Les cibles finales à atteindre sont d'une part la population française et d'autre part les institutions bancaires, et ce, pour des raisons à la fois démocratiques et stratégiques. C'est aux citoyens français que le Gouvernement doit rendre des comptes et c'est de leur soutien que dépend grandement la survie de ce secteur. Concernant les banques, nous avons vu à quel point leur pouvoir de nuisance était important et que leur réticence croissante à soutenir le secteur de l'industrie d'armement devenait très problématique.

Pour atteindre ces cibles finales, il convient au pouvoir exécutif de viser quelques cibles relais. Nous pouvons identifier trois relais principaux : les parlementaires, les médias et les ONG. C'est auprès d'eux que les Français s'informent et se forgent une opinion.

2. Les messages

L'analyse de la communication publique qui a accompagné « l'affaire *Disclose* » démontre que des messages et éléments de langage sur le sujet des ventes d'armes existent déjà. Ils mettent l'accent sur les enjeux sécuritaires, économiques et géostratégiques du

secteur. Ces arguments semblent aujourd'hui entendus par une large part de la population. En effet, 72% des Français reconnaissent à l'industrie de défense une fonction régaliennne, 60% estiment que son rôle dans l'économie nationale est important et 72% sont conscients qu'elle est importante pour le rayonnement de la France à l'international¹⁰⁵. Il nous paraît alors opportun de mettre l'accent sur l'aspect réglementé de ce secteur et de montrer que les décisions prises en la matière sont respectueuses de principes éthiques.

3. Partis pris stratégiques et recommandations diverses

Il nous semble en premier lieu, comme nous l'avons déjà évoqué, que les messages émis sur le sujet des exportations d'armes doivent-être délivrés à plusieurs voix. Certes, le ministre des Armées est sans aucun doute celui qui détient la vision la plus exhaustive du sujet, mais lorsqu'il s'agit de mettre en avant les bienfaits des exportations pour l'industrie nationale, nous estimons que le message serait porté avec davantage de force s'il était relayé par le ministre de l'Économie et des finances. De la même manière, les enjeux géopolitiques liés à la région du Golfe gagneraient à être expliqués par le ministre des Affaires étrangères.

Ensuite, nous pensons que les industriels devraient bénéficier d'une plus grande liberté d'initiative en matière de communication. Certes, la sensibilité du sujet fait que cette liberté doit être encadrée, mais nous pensons que la situation actuelle nuit au rayonnement de ce secteur. En effet, comme nous l'a affirmé Madame Delphine Sampic-Berger, non seulement les industriels ne reçoivent pas de directives, mais en outre ils sont fortement bridés dans leur communication. Un plan de communication qui comporterait des directives claires à l'attention des industriels bénéficierait à tout le secteur tout en évitant les incohérences et voix discordantes. Lors de « l'affaire *Disclose* », au cours de laquelle des industriels ont pourtant clairement été pointés du doigt, aucune consigne ne leur a été transmise. Ces derniers ont dû préparer isolément des éléments de langage au cas où il seraient interrogés, quitte à ce que ceux-ci soient en contradictions avec ceux du Gouvernement. Intégrer de la subsidiarité dans la communication tout en fixant un cadre général nous semble donc être particulièrement important.

¹⁰⁵ Michel CABIROL, « L'industrie de la défense... », op. cit.

Ensuite, et comme nous l'analyserons plus en détail ultérieurement, ce que demandent les Français, c'est principalement de la transparence et du débat¹⁰⁶. Il s'agit donc pour le pouvoir exécutif de mener davantage de campagnes d'information, de créer les conditions d'un débat sur le sujet, et de communiquer largement sur les mesures qui auront été prises pour aller dans ce sens.

c. Sans négliger les moyens indirects

1. Mener des campagnes de contre influence contre certaines ONG

La communication autour de sujet sensibles étant, comme l'affirme Thierry Libaert, une communication de combat, nous pensons qu'il convient également d'être beaucoup plus offensif vis-à-vis des personnes et des organisations susceptibles de nuire à l'industrie de défense. Sans aller jusqu'à dire que « tous les coups sont permis », nous pensons toutefois que mener des opérations de contre influence à l'encontre de certaines ONG pourrait rendre leur parole moins audible.

Selon Delphine Sampic-Berger, l'une des mesures à prendre serait de mener des enquêtes sur le financement de certaines d'entre elles. Il est de notoriété publique que certaines d'entre-elles sont financées par des pays qui profitent des difficultés que peut rencontrer la France, tant sur le plan géopolitique que commercial.

Ensuite, l'acharnement que montre les ONG à incriminer la France mériterait d'être dénoncé. En effet, en 2019, notre pays était le plus visé par les critiques de ces organisations sur le sujet « armement ». Les trois principales ONG de défense des droits de l'Homme, à savoir Amnesty International, Human Rights Watch (HRW) et la Fédération Internationale des Droits de l'Homme (FIDH) ont mentionné la France dans 67% de leurs communiqués de presse traitant du sujet. Les États-Unis ne sont mentionnés que dans 39% des communiqués et le Royaume-Uni 50%¹⁰⁷, alors même que ces deux pays vendent beaucoup plus d'armes aux pays du Golfe que la France. Nous estimons

¹⁰⁶ Michel CABIROL, « L'industrie de la défense... », op. cit.

¹⁰⁷ Jacques MAIRE, Michèle TABAROT, *Rapport d'information sur le contrôle des exportations d'armement...* op. cit., p 64.

que cette indignation sélective des ONG pose question et mériterait d'être portée à la connaissance du grand public.

Enfin, les méthodes employées par certaines ONG mériteraient également d'être rappelées. Par exemple, le fait qu'elles fassent systématiquement appel à l'émotion plutôt qu'à la raison, qu'elles simplifient à l'extrême la complexité de la réalité et qu'elles aient tendance à ignorer le contexte politique et historique d'une situation, tout cela afin de toucher l'opinion et de récolter des fonds.

Il nous semble peu opportun que ce genre de campagne soit menées directement par le pouvoir public. En revanche, ces messages pourraient être portés par des tiers, comme par exemple des journalistes spécialisés dans les sujets de défense ou de géopolitique. A noter que si cet avis est partagé par Delphine Sampic-Berger, le Député Gouttefarde est quant à lui plus sceptique et craint que de telles opérations s'avèrent contre productives et se retournent contre le pouvoir exécutif.

2. Présenter la guerre au Yémen sous un autre jour

S'agissant du Yémen, une stratégie de communication indirecte consisterait à présenter le conflit sous un jour sensiblement différent. Sans pour autant minimiser les souffrances de la population et la responsabilité des pays de la coalition arabe, il s'agirait de favoriser un regard moins manichéen sur cette guerre.

A entendre la presse et les ONG, il s'agirait d'une guerre injuste menée par une coalition insensible aux Droits de l'Homme, contre des rebelles qui seraient de simples opposants politiques, avec au centre une population affamée par le blocus organisé par l'Arabie saoudite. Or, la réalité est plus complexe. La coalition arabe mène une guerre contre une milice Houthis composées d'extrémistes chiites, soutenus par l'Iran, et considérés par de nombreux pays comme terroristes. Ces derniers ont tenté en 2015 de renverser le pouvoir légitime en place et de s'emparer de la totalité du territoire. Le chaos qui s'en est suivi a permis à d'autres groupes terroristes comme Al-Qaïda dans la péninsule arabique (AQPA) ou l'État Islamique d'étendre leur influence sur le pays. Cette situation représentant une grave menace pour toute la région du Golfe, l'intervention pilotée par l'Arabie saoudite a été soutenue par l'ONU et donc par de très nombreux pays, à commencer par la France. Enfin, il serait opportun de rappeler que les exactions commises durant ce conflit ne sont pas l'apanage des troupes coalisées. Les Houthis en

commettent tout autant. Ils mènent une guerre insurrectionnelle, et ne reculent devant aucun crime de guerre pour parvenir à leurs fins. Meurtres, enlèvements, pillages, torture, viols, détournement des aides humanitaires ont été dénoncés par de nombreuses ONG ainsi que par l'ONU. En outre, les Houthis et leurs alliés se servent allègrement de la population comme bouclier humain et sont donc largement responsables des morts civiles. Il ne s'agit donc pas de nier les responsabilités de la coalition arabe, mais de favoriser une lecture équilibrée et plus juste de ce conflit. L'État pourrait par exemple inciter à la diffusion de reportages sur le sujet (par exemple sur *LCP - Assemblée Nationale*), s'appuyer sur des spécialistes reconnus de la région ou encore commander auprès de *Think Tanks* tels que l'IFRI des analyses sur le conflit.

C. Faire effort sur la transparence

a. La transparence : principal objet de controverses

Au-delà des actions possibles à mener en matière de communication et d'influence, il nous semble que l'exécutif gagnerait à faire preuve de plus de transparence afin de faire davantage adhérer à sa politique étrangère en matière de ventes d'armes. Comme nous l'avons déjà évoqué, les Français sont globalement favorables à leur industrie de défense, ils ont conscience qu'elle représente un véritable fleuron national, qu'elle est créatrice d'emplois et qu'elle est nécessaire à notre souveraineté. En revanche l'ensemble de la société déplore un profond manque de transparence de la part du Gouvernement. Cet avis est en effet partagé par les médias, par les parlementaires, par les ONG et par la population française (d'après Amnesty International, trois Français sur quatre pensent que le commerce des armes manque de transparence et devrait être davantage contrôlé¹⁰⁸). Il n'y a donc pas de rejet profond vis-à-vis de ce secteur, mais une critique liée à son opacité, tout spécialement lorsqu'il s'agit des exportations. Or, cette opacité suscite la suspicion et alimente les controverses. Il importe donc au pouvoir public de faire preuve de plus de transparence, et de communiquer largement dessus.

¹⁰⁸ Amnesty International. « *Ventes d'armes de la France : vous avez dit transparence ?* ». 31 mai 2021. <https://www.amnesty.fr/controle-des-armes/actualites/ventes-darmes-francaises-vous-avez-dit-transparence>.

b. Une cible à privilégier : les parlementaires

1. Le rôle clef des parlementaires

En matière de transparence, nous estimons que l'effort doit être porté vers les parlementaires. Ce sont eux qui sont les plus à même de relayer des informations et des messages auprès du reste de la société civile, et en particulier auprès des ONG qui, comme nous l'avons déjà évoqué, sont très écoutées par la population française. Le Parlement doit pouvoir servir de relai entre les acteurs de la politique d'exportation d'armement, et la population. Or, aujourd'hui, il est « coincé » entre ceux qui décident (le pouvoir exécutif) et ceux qui critiquent (les ONG principalement, suivis par les médias et le reste de la population). Le rôle du Parlement nous semble donc absolument essentiel. Il est nécessaire de lui donner les moyens d'informer la population, mais également de relayer ses inquiétudes, plutôt que de laisser ce rôle exclusivement aux ONG. Pour cela, il faut que les parlementaires disposent d'informations nécessaires à une compréhension exhaustive de la politique d'exportation d'armes. Or, beaucoup d'entre eux se sont largement désintéressés de ce sujet.

2. Faire preuve de transparence et de pédagogie tout en rendant possible le débat

Il y a donc vis-à-vis des parlementaires des efforts de pédagogie et de transparence à faire, afin que ceux-ci soient en mesure de parfaitement s'approprier la politique d'exportation d'armement et jouer leur rôle de prescripteur auprès de l'opinion nationale.

Aujourd'hui, la seule opération de transparence qui est menée par l'exécutif au profit des parlementaires repose sur la présentation et la diffusion annuelle du rapport sur les exportations. Or, d'autres actions pourraient être menées.

Concernant la problématique de la protection du secret et de la classification défense, tout en comprenant parfaitement son importance, nous pensons qu'une réévaluation de son périmètre favoriserait un meilleur équilibre entre protection des intérêts de la France et accès à l'information. Certains parlementaires regrettent en effet « *une interprétation parfois trop excessive du secret de la défense nationale qui les empêche d'avoir accès à*

*des informations*¹⁰⁹ ». Il est important de savoir que la classification d'un document est en général définie par son émetteur. Or, par excès de prudence, certains n'hésitent pas à attribuer des degrés de classification disproportionnés par rapport au niveau de sensibilité réel des informations contenues.

Le rapport sur les exportations quant à lui est aujourd'hui critiqué à la fois par les ONG et par certains parlementaires. Certaines ONG affirment qu'il n'est pas un outil en faveur d'une plus grande transparence¹¹⁰, tandis que des députés lui reprochent de n'être pas suffisamment précis. Ce document officiel traite quatre principaux domaines : la politique d'exportation de la France, la démarche de soutien aux exportations, l'encadrement et l'organisation du contrôle des exportations des matériels de guerre et enfin le marché mondial de l'armement. Nous le trouvons plutôt didactique et clair. Les fondements de la politique française en matière d'exportations sont expliqués, la procédure autour de l'autorisation des licences est détaillée et des annexes donnent des précisions statistiques sur les ventes de l'année écoulée (nombre de licences accordées, pays destinataires etc.). En revanche, si ce document officiel donne des indications précises sur le fonctionnement de la CIEEMG, il n'explique pas les raisons qui ont prévalu à l'autorisation ou au refus des différentes licences. En outre, aucun détail n'est fourni sur les refus de licence. Or, permettre aux parlementaires de bien comprendre quelles sont les motivations de la CIEEMG et constater que de nombreuses demandes d'autorisation d'exportation sont éconduites chaque année, serait un bon moyen d'asseoir la légitimité de la politique du pouvoir exécutif. Cela contribuerait à prouver le niveau de robustesse du système de contrôle.

Le pouvoir exécutif ne communique avec ses parlementaires qu'une seule fois par an sur le thème des exportations d'armement, à l'occasion de la présentation du rapport. Or, cela semble très peu au regard de l'importance des enjeux. Il pourrait être opportun que ces séances d'informations soient plus fréquentes. La France ne pourrait-elle pas avantageusement s'inspirer du modèle britannique, qui en plus d'un rapport annuel,

¹⁰⁹ Jacques MAIRE, Michèle TABAROT, *Rapport d'information sur le contrôle des exportations d'armement...* op. cit., p 109.

¹¹⁰ Amnesty International. « *Ventes d'armes de la France...*, op. cit.

s'appuie sur des rapports trimestriels ainsi que sur une base de données (publiques) en ligne¹¹¹?

Enfin, afin de montrer la volonté de transparence du pouvoir exécutif, il nous semble nécessaire de favoriser le débat autour de la stratégie d'exportation de la France. Aujourd'hui, la présentation du rapport sur les ventes d'armes se tient uniquement devant la commission de la défense, donc dans un quasi huis clos. Situation surprenante dans la mesure où ce rapport est ensuite rendu public. En outre, il semblerait que lors de ces séances, ce sont surtout les controverses du moment qui sont abordées, et non les véritables sujets de fond¹¹². Il nous paraît opportun d'élargir l'audience de cette séance de présentation, au moins à la commission des affaires étrangères et à celle des affaires économiques. La participation de ces deux instances permettrait d'apporter un regard différent et complémentaire sur la politique d'exportation du Gouvernement, et ainsi d'enrichir le débat. Nous pouvons également imaginer à terme un débat public au sein de l'Assemblée nationale et du Sénat, au cours duquel le pouvoir exécutif pourrait expliquer sa stratégie et répondre aux questions de l'ensemble des parlementaires.

Cette dernière partie de notre analyse montre donc à quel point il est important pour le Gouvernement de concevoir et mettre en œuvre une véritable stratégie de communication autour de ce sujet si sensible qu'est la politique d'exportation d'armement de la France. Cette stratégie doit être globale et pensée sur le long terme. Élaborée et déployée par les trois ministères concernés, il est nécessaire qu'elle s'appuie à la fois sur des procédés « conventionnels » de communication, mais également sur des manœuvres indirectes, tout en valorisant les efforts faits par le Gouvernement en matière de transparence, et ce, principalement à l'attention des parlementaires. Cette conclusion vient ainsi valider notre troisième hypothèse.

¹¹¹ <https://www.exportcontroldb.trade.gov.uk/sdb2/fox/sdb/>

¹¹² Jacques MAIRE, Michèle TABAROT, *Rapport d'information sur le contrôle des exportations d'armement...* op. cit., p 130.

Conclusion

Cette étude avait pour objectif, à travers « l'affaire Disclose » de porter un regard critique sur la communication publique autour de l'exportation d'armement. Il s'agissait de comprendre comment l'État s'était retrouvé dans cette situation « d'impasse communicationnelle » et pourquoi il a montré de telles difficultés à délivrer un message cohérent et convaincant autour de sa politique d'exportation d'armement en général, et au Moyen-Orient en particulier.

Nous avons pour cela commencé par procéder à une analyse générale de la communication du pouvoir exécutif autour de l'exportation d'armement. Cette première partie de notre étude nous a montré que l'État s'était efforcé depuis quelques années de mieux communiquer sur ce sujet. Cet effort de communication vise à un triple objectif : faire preuve de transparence dans le cadre du jeu démocratique ; susciter l'adhésion de l'opinion publique à la politique étrangère de l'État ; enfin, affirmer la puissance et l'influence de la France sur la scène internationale. Toutefois, il n'en demeure pas moins que la communication sur les ventes d'armes à l'étranger reste encore hésitante, et ce, principalement pour des raisons éthiques. Elle nous est apparue très sélective, et principalement orientée vers des contrats ne présentant pas de risques de controverses, à l'instar de ceux portant sur la vente d'avions de chasse Rafale à la Grèce ou de sous-marins à l'Australie. Ainsi, communiquer sur des exportations à destination de pays ne partageant pas nos idéaux démocratiques présente une véritable gageure dans une société où l'opinion publique est particulièrement vigilante quant au respect des droits de l'homme. La communication publique autour de l'exportation d'armement se présente

donc comme un parfait cas de communication sur un sujet sensible. En d'autres termes, la difficulté que rencontre le Gouvernement à communiquer sur les exportations d'armement tient en partie à l'objet même de cette communication, ce qui nous a permis de valider notre première hypothèse.

Puis, une étude approfondie de « l'affaire *Disclose* » nous a permis de mettre en exergue une double défaillance dans la communication publique autour des ventes d'armes à l'étranger. Premièrement, alors que nous pensions que le Gouvernement avait péché par une mauvaise stratégie de communication, nous avons pu constater avec étonnement qu'en réalité, aucune véritable stratégie de communication portant sur la politique d'exportation d'armement n'a jamais été élaborée. Certes, comme nous l'avons vu, le Gouvernement a fait quelques efforts de transparence et de communication au cours des dernières années, mais cette démarche ne s'est pas inscrite dans le cadre d'un plan pensé sur le long terme, et en coordination avec les différents ministères concernés. Ce manque d'anticipation et de préparation explique en grande partie la seconde défaillance que nous avons pu relever, et qui concerne la mauvaise gestion de crise face aux révélations de *Disclose*. Hésitante, fragile et pleine de contradictions, la réponse gouvernementale nous est apparue bien inefficace face au caractère rationnel et argumenté de la charge lancée contre lui. Le pouvoir exécutif s'est placé en position de défensive et s'est révélé dans l'incapacité de faire entendre sa voix et de reprendre la main sur la communication. Ainsi, nous ne pouvons imputer les difficultés que rencontre le Gouvernement à communiquer sur sa politique d'exportation seulement au haut degré de sensibilité du sujet. L'État a sa part de responsabilité dans cette situation « d'impasse communicationnelle ». En n'ayant pas développé de réelle stratégie de communication autour de son action, il n'a manifestement pas réussi à susciter l'adhésion et à limiter les effets de la crise engendrée par « l'affaire *Disclose* ». Cette seconde partie de notre analyse nous a donc permis de valider notre seconde hypothèse.

Enfin, nous nous sommes efforcés de formuler un certain nombre de recommandations qui selon nous permettrait de mieux faire adhérer l'opinion publique à la politique d'exportations d'armement et, sinon d'éviter, du moins de limiter les effets d'une crise comme celle provoquée par le dossier *Disclose*.

Nous avons tout d'abord été très surpris de constater qu'il existait un terreau plutôt favorable à une communication plus assumée sur le sujet. En effet, contrairement à ce que nous étions enclin de penser, non seulement les Français apprécient largement leur armée et manifeste une réelle appétence pour la chose militaire, mais surtout ils sont très favorables à leur industrie de défense et ont conscience de ce qu'elle représente pour l'économie nationale, pour le rayonnement et la place de la France dans le monde. Cette constatation nous permis de largement relativiser l'impact de « l'affaire *Disclose* » auprès de l'opinion publique.

Du côté des journalistes, le constat est à peu près similaire. Très peu de médias parlent encore de ce dossier et même ceux qui s'étaient montrés les plus virulents au moment de la crise ne pensent même plus à évoquer le sujet lorsqu'ils interrogent la ministre des Armées. Les parlementaires quant à eux, hormis quelques opposants de principe, sont favorables à leur industrie de défense et conscients du caractère stratégique des exportations. Enfin, concernant les ONG, la plupart d'entre elles ne sont pas opposées au concept même d'exportation. En revanche, toutes réclament davantage de transparence et de contrôle. Nous avons alors pu identifier deux grands axes de recommandations.

Le premier porte sur l'importance pour le pouvoir exécutif d'élaborer une réelle stratégie de communication afin de mieux fédérer l'opinion publique autour de sa politique d'exportation d'armement et de prévenir d'éventuelles nouvelles crises. Certes, comme nous venons de l'évoquer, les conséquences de « l'affaire *Disclose* » doivent être nuancées. Toutefois, il est une certitude que le consensus qui prévalait encore il y a quelques années n'existe plus aujourd'hui. L'opinion publique soutient son industrie de défense et les ventes d'armes à l'étranger, mais elle exige de l'information et veut s'assurer que la France ne vend pas des armes « à n'importe qui ». L'État n'a pas d'autre choix que de communiquer, et pour communiquer sur un sujet aussi sensible, il ne peut faire l'économie d'une véritable stratégie de communication. Selon nous, cette stratégie de communication doit être rédigée au niveau du Service d'information du gouvernement (SIG), mais doit ensuite s'appuyer sur le principe de subsidiarité pour laisser une certaine marge de manœuvre aux ministères les plus impliqués par le sujet, mais également aux industriels. Une telle stratégie favoriserait la cohérence et permettrait à tout ce secteur de porter avec plus d'efficacité ses messages et d'être plus solide en cas de crise.

Par ailleurs, la mise en œuvre de certaines tactiques indirectes mérite également d'être envisagée. Des campagnes de contre influence vis-à-vis de certaines ONG, pourraient par exemple être menées, de même que des opérations de communication visant à présenter la guerre au Yémen de manière moins binaire que la version qui est aujourd'hui véhiculée par les ONG et une large partie de la sphère médiatique.

Enfin, comme nous l'avons vu, l'une des clés de la réussite réside d'une part dans la transparence, mais surtout dans la communication autour de la transparence. La transparence, comme nous avons pu le constater, est exigée à la fois par les citoyens, les médias, les parlementaires et par les ONG. Le Gouvernement a manifestement les moyens de rendre sa politique d'exportation d'armement moins opaque aux yeux du grand public, et ce, principalement en faisant effort sur les membres du Parlement. Ces derniers, comme nous l'avons montré, représentent certainement l'un des relais les plus efficaces des messages du pouvoir exécutif. Ainsi, le Gouvernement pourrait par exemple procéder à une réévaluation du périmètre de classification des informations, ou encore dispenser une information plus fréquente et plus complète sur sa politique de ventes d'armes. Mais pour des raisons évidentes que nous avons évoquées au cours de notre étude, la transparence sur un sujet aussi stratégique ne pourra jamais être ni totale, ni même suffisante aux yeux du grand public. La communication jouera alors un rôle de premier plan pour valoriser les efforts qui seront tout de même faits en la matière. En d'autres termes, il s'agira davantage pour l'État de donner des gages de transparence que de vraiment faire preuve de limpidité.

Cette dernière partie de notre analyse confirme donc ce que nous avons pressenti dans notre troisième hypothèse.

Enfin, la crise engendrée par « l'affaire *Disclose* » a eu des effets directs et indirects négatifs pour le secteur de l'industrie de défense et pour la crédibilité de la parole publique, alors même que les révélations étaient d'une gravité toute relative. Certes, les conséquences de cette affaire sont à nuancer, mais cela interroge néanmoins sur la capacité de l'État à assumer une crise de plus grande ampleur. Qu'en aurait-il été par exemple s'il avait été prouvé que des munitions de fabrication française avaient été responsables de la mort de civils innocents, à l'instar de la bombe de fabrication américaine qui a détruit un bâtiment de Sanaa au mois d'août 2017, faisant 16 morts et 17 blessés civils, parmi lesquels une fillette de cinq ans dont la photo a fait le tour du

monde¹¹³ ? D'où l'importance pour le pouvoir exécutif de développer au plus tôt une véritable stratégie de communication autour de ce sujet et de donner à l'opinion publique des gages de transparence.

Bibliographie

- **Communication / influence**

Ouvrages

BERNAYS (Edward). - *Propaganda*. - Paris : zones, octobre 2007, 142 p.

D'ALMEIDA (Nicole). - *Les promesses de la communication*. - Paris: Presses Universitaires de France, 2012, 272 p.

LIBAERT (Thierry). - *Communication de crise*. - Montreuil : Pearson, 2018, 246 p.

LIBAERT (Thierry). - *La transparence en trompe-l'œil*. - Paris: Descartes & Cie, 2003, 166 p.

MATTELART (Armand). - *La communication-monde : Histoire des idées et des stratégies*. - Paris : La Découverte, 1999, 356 p.

NARCISSE (Nicolas). - *Le devoir d'influence manifeste pour une nouvelle communication*. - Paris: O. Jacob, 2013, 208 p.

SALMON (Christian). - *Storytelling: la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*. - Paris: La Découverte, 2008, 251 p.

Articles scientifiques

¹¹³ Amnesty International. *Une bombe américaine tue et mutilé des enfants au Yémen*. 21 septembre 2017. <https://www.amnesty.fr/actualites/une-bombe-americaine-tue-et-mutile-des-enfants-au-yemen>.

ALLARD-HUVER, François, et LIBAERT, Thierry. - « Les cinq registres de la communication sur les sujets sensibles ». - *Parole Publique*, n°7, 1^{er} novembre 2014, pp. 14-18.

ALLARD-HUVER, François, et LIBAERT, Thierry. - « La communication sur les sujets sensibles au prisme des sciences de l'information et de la communication ». - *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*. - n° 11, 1^{er} février 2014, pp. 81-100.

GENDRON, Corinne. - « Penser l'acceptabilité sociale : au-delà de l'intérêt, les valeurs ». - *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*. - n° 11, 1^{er} février 2014), pp. 117-129.

LIBAERT, Thierry. - « Faire accepter un projet : principes et méthodes ». - *Communication & Langages*. - vol. 117, n° 1, 1998, pp. 76-90.

Sites internet

TEMAN, Francis. - *La communication sensible : pourquoi, comment ?* - 2018. <https://www.bridge-communication.com/2018/08/29/la-communication-sensible-pourquoi-comment/>. [Consulté le 25/05/2021].

WOLTON, Dominique. - « Une théorie politique de la communication ». - *Hermès*, 15 février 2021. <https://hermes.hypotheses.org/4932>. [Consulté le 31/08/2021].

J'étudie la Com'. - *Schéma de la communication selon Riley et Riley*. <https://jetudielacom.com/schema-de-communication/#prettyPhoto>. [Consulté le 13/07/2021].

- **Industrie d'armement, armées et politique étrangère**

Ouvrages

BELLAIS (Renaud), FOUCAULT (Martial) et OUDOT (Jean-Michel). - *Économie de la défense*. - Paris : La Découverte, collection Repères, 2004, 128 p.

BERAUD-SUDREAU (Lucie). - *French arms exports: the business of sovereignty*. - London: Routledge, International Institute of Strategic Studies, 2020, 188 p.

CHÉRON (Bénédictte). - *Le soldat méconnu : les Français et leurs armées*. - Malakoff : Armand Colin, 2018, 192 p.

DUSSAUGE (Pierre), CORNU (Christophe). - *L'industrie française de l'armement: Coopérations, restructurations et intégration européenne*. - Paris: Economica, 1998, 225 p.

POIRET (Anne). - *Mon pays vend des armes*. - Paris, Les Arènes, 2019, 297 p.

GAUTIER (Louis). - *La défense de la France après la Guerre froide: politique militaire et forces armées depuis 1989*. - Paris: Presses universitaires de France, 1^{ère} éd. Collection Major. Service public, 2009, 580 p.

Articles scientifiques

BELLAIS, Renaud et BOULANGER, Philippe. - « Les pays arabes, meilleurs amis de la France et de son industrie d'armement ». - *Aerion*, 26 novembre 2018.

BERAUD-SUDREAU, Lucie. - « La politique française de soutien à l'export de défense : raisons et limites d'un succès ». - *Focus stratégique*. - n°73, Ifri, juin 2017, 46 p.

BERAUD-SUDREAU, Lucie. - « Un changement politisé dans la politique de défense ». - *Gouvernement et action publique*. - vol. 3, n° 3, 20 octobre 2014, pp. 79-103.

BLANC, Florent, LOISEL, Sébastien et SCHERRER, Amandine. - « Politique étrangère et opinions publiques : les stratégies gouvernementales d'influence et de contrôle de l'opinion publique à l'épreuve de son internationalisation ». - *Raisons politiques*. - vol. 19, n° 3, 2005, pp. 119-41.

BLOCH, Emmanuel. - « Commerce des matériels de défense et de sécurité : responsabilités éthiques de l'État et des industriels ». - *Revue Défense Nationale*. - vol. 815, n°10, 2018, pp. 65-72.

BOUREILLE, Patrick. - « La communication de l'exécutif français autour de l'outil de dissuasion 1945-2015 ». - *Stratégique*. - vol. 118, n° 1, 2018, pp. 83-92.

CHARILLON, Frédéric. - « L'éthique : le nouveau mot d'ordre de la politique étrangère française ? ». - *Revue internationale et stratégique*. - vol. 67, n°3, décembre 2007, pp. 87-94.

CHERON, Bénédicte. - « L'expérience militaire dans les médias (2008-2018), Une diversification des formes de récits ». - *Étude de l'IRSEM*, n° 66, avril 2019, 90 p.

DELFOLIE, David. - « Sociologie d'une autre bataille, La couverture médiatique de l'intervention militaire en Libye. Analyse comparée : France, Royaume-Uni, Allemagne ». - *Étude de l'IRSEM*, n° 20, 2013, 52 p.

FREMEAUX, Jacques. - « La France et les exportations d'armements au Proche-Orient de la fin de la guerre d'Algérie à la première guerre du Golfe ». - *Revue Historique des armées*, n°246, 2007, pp. 2-4.

MIELCAREK, Romain. - « Les ventes d'armes, un outil d'influence ». - *Areion*. 30 octobre 2018.

PAPAEMMANUEL, Alexandre et WENDEL, Yann. - « Dépasser les préventions du secteur financier à l'égard d'un « *dirty* » business ? Le nécessaire soutien à l'industrie de défense ». - *L'Hétairie*. - n°9, 1^{er} mars 2018, 14 p.

TENZER, Nicolas. - « Éthique de responsabilité et éthique de conviction : l'intellectuel et le politique dans les démocraties modernes ». - *Quadrige*, 2007, pp. 103-24.

Articles de presse en ligne

ALONSO, Pierre. « Interview - Barkhane : une réapprentissage du sens de l'engagement militaire - Entretien avec Bénédicte Chéron ». *Libération*, 27 novembre 2019. https://www.liberation.fr/planete/2019/11/27/barkhane-un-reapprentissage-du-sens-de-l-engagement-militaire_1765955/. [Consulté le 4 septembre 2021].

CABIROL, Michel. « L'industrie de la défense garde la confiance des Français ». *La Tribune*, 11 juin 2021. <https://www.latribune.fr/entreprises-finance/industrie/aeronautique-defense/l-industrie-de-la-defense-garde-la-confiance-des-francais-886563.html>. [Consulté le 30 août 2021].

CABIROL, Michel. « Rafale : la Grèce achète un avion de combat "Made in Europe" ». *La Tribune*, 25 janvier 2021. <https://www.latribune.fr/entreprises-finance/industrie/aeronautique->

[defense/rafale-la-grece-achete-un-avion-de-combat-made-in-europe-874170.html](#). [Consulté le 12 juillet 2021].

CABIROL, Michel. « Armement : la bombe incendiaire de la filière défense (GICAT) contre les banques françaises ». *La Tribune*, 21 octobre 2020. <https://www.latribune.fr/entreprises-finance/industrie/aeronautique-defense/armement-la-bombe-incendiaire-de-la-filiere-defense-gicat-contre-les-banques-francaises-860045.html>. [Consulté le 25 mai 2021].

CABIROL, Michel. « La mort programmée de l'industrie française d'armement exportatrice ». *La Tribune*, 30 septembre 2020. <https://www.latribune.fr/opinions/la-mort-programmee-de-l-industrie-francaise-d-armement-exportatrice-858506.html>. [Consulté le 25 juin 2021].

DESSPORT, Jefferson. « Rafale : avec le contrat grec, l'envol à l'export gagne l'Europe ». *Sud-Ouest*, 25 janvier 2021. <https://www.sudouest.fr/economie/rafale-avec-le-contrat-grec-l-envol-a-l-export-gagne-l-europe-1570118.php>. [Consulté le 12 juillet 2021].

DUFAU, Arthur. « L'exportation d'armement doit faire l'objet d'un contrôle ». *La Croix*, 5 juillet 2018. <https://www.la-croix.com/Monde/Lexportation-darmement-doit-faire-lobjet-dun-controle-2018-07-05-1200952830>. [Consulté le 16 juillet 2021].

EL AZZOUZI, Rachida. « Exportations d'armes: le rapport faussement transparent de la France ». *Médiapart*, 4 juillet 2018. <https://www.mediapart.fr/journal/international/040718/exportations-d-armes-le-rapport-faussement-transparent-de-la-france?onglet=full>. [Consulté le 16 juillet 2021].

FOURNIER, Lilas-Apollonia. « Sous-marins : Naval Group signe le contrat du siècle en Australie ». *La Croix*, 11 février 2019. <https://www.la-croix.com/Economie/Entreprises/Sous-marins-Naval-Group-signe-contrat-siecle-Australie-2019-02-11-1201001783>. [Consulté le 15 juillet 2021].

GALLOIS, Dominique et GUILBERT Nathalie. « La crise syrienne inquiète les industriels français de l'armement », *Le Monde*, 10 septembre 2013. <http://abonnes.lemonde.fr/international/article/2013/09/10/la-crise-syrienne-inquiete-les->

industriels-francais-de-l-armement_3473884_3210.html?xtmc=contrat_lex_ara-
bie_saoudite&xtcr=3. [Consulté le 12 juillet 2021].

GUILLEMARD, Véronique. « La France a perdu du terrain à l'exportation ». *Le Figaro*, 11 septembre 2013. <http://www.lefigaro.fr/conjoncture/2013/09/11/20002-20130911ARTFIG00624-armement-la-france-a-perdu-du-terrain-a-l-exportation.php>. [Consulté le 12 juillet 2021].

JAMES, Olivier. « Les contrats Rafale devraient faire redécoller les exportations d'armes de la France en 2021 ». *L'usine nouvelle*, 2 juin 2021. <https://www.usinenouvelle.com/editorial/les-contrats-rafale-devraient-faire-redecoller-les-exportations-d-armes-de-la-france-en-2021.N1099149>. [Consulté le 24 mai 2021].

LEMIGEON, Vincent. « Pourquoi le contrat Rafale en Grèce est une triple bonne affaire pour la défense française ». *Challenges*, 25 janvier 2021. https://www.challenges.fr/entreprise/defense/contrat-du-rafale-en-grece-la-triple-bonne-affaire-francaise_747550. [Consulté le 12 juillet 2021].

LEYMARIE, Philippe. « Et si les citoyens prenaient le contrôle des ventes d'armes ? ». *Le Monde diplomatique*, 28 mai 2015. <https://blog.mondediplo.net/2015-05-28-Et-si-les-citoyens-prenaient-le-controle-des>. [Consulté le 6 juin 2021].

LEYMARIE, Philippe. « Le pis-aller des ventes d'armes ? ». *Le Monde diplomatique*, 15 mai 2015. <https://blog.mondediplo.net/2015-05-15-Le-pis-aller-des-ventes-d-armes>. [Consulté le 6 juin 2021].

MIELCAREK, Romain. « Cynisme face aux ventes d'armes européennes ». *Le Monde diplomatique*, 1 septembre 2019. <https://www.monde-diplomatique.fr/2019/09/MIELCAREK/60365>. [Consulté le 7 mai 2021].

REGNY, Diane. « En France, la transparence sur les exportations d'armes est quasi inexistante ». *Le Monde*, 16 avril 2019. https://www.lemonde.fr/international/article/2019/04/16/en-france-la-transparence-sur-les-exportations-d-armes-est-quasi-inexistante_5451108_3210.html.

[Consulté le 12 juillet 2021].

VAUBAN (collectif). « La mort programmée de l'industrie française d'armement exportatrice ». *La Tribune*, 30 septembre 2020. <https://www.latribune.fr/opinions/la-mort-programmee-de-l-industrie-francaise-d-armement-exportatrice-858506.html>. [Consulté le 25 mai 2021].

WOLF, Fabrice. « Services bancaires : l'industrie de défense se trompe-t-elle de cible ? ». *Métab Défense*, 15 janvier 2021. <https://www.meta-defense.fr/2021/01/15/services-bancaires-lindustrie-de-defense-se-trompe-t-elle-de-cible/>. [Consulté le 25 mai 2021].

Disclose. « Révélations : la France signe en secret la vente de Rafale à l'Égypte ». *Disclose*, 3 mai 2021. <https://disclose.ngo/fr/article/la-france-signe-en-secret-la-vente-de-rafale-a-legypte>. [Consulté le 20 juin 2021].

Le Parisien avec AFP. « L'Égypte confirme l'achat de 30 Rafale à la France ». *Le Parisien*, 4 mai 2021. <https://www.leparisien.fr/economie/legypte-confirme-lachat-de-30-rafale-a-la-france-04-05-2021-OZA5HUIVBBCR7LLTEZFMYP7PCA.php>. [Consulté le 4 mai 2021].

Ouest-France. « Guer. Le commandant Michelin reçoit le prix des Cadets. 22 juillet 2018 ». *Ouest-France*, 22 juillet 2018. <https://www.ouest-france.fr/bretagne/guer-56380/guer-le-commandant-michelin-recoit-le-prix-des-cadets-5891894>. [Consulté le 4 septembre 2021].

20 Minutes avec AFP. « L'Allemagne critique la France pour sa vente d'armes à la Russie ». *20 Minutes*, 27 juillet 2014. <https://www.20minutes.fr/monde/1422691-20140727-allemande-critique-france-vente-armes-russie>. [Consulté le 25 juin 2021].

Le Monde. « M. HERNU : la France peut être le leader des pays non alignés en matière de vente d'armes ». *Le Monde*, 6 avril 1982. https://www.lemonde.fr/archives/article/1982/04/06/m-hernu-la-france-peut-etre-le-leader-des-pays-non-alignes-en-matiere-de-vente-d-armes_2900853_1819218.html. [Consulté le 10 juillet 2021].

Sites internet

BERLAT, Guillaume. - *Médias, politique étrangère et diplomatie française. Du savoir-faire au faire-savoir*. - 3 juillet 2017. <https://www.afri-ct.org/article/medias-politique-etrangere-et-diplomatie-francaise-du-savoir-faire-au-faire-savoir/>. [Consulté le 2 juin 2021].

Site de la DGA. - IXAM, le portail de l'armement. <https://www.ixarm.com>. [Consulté le 8 juillet 2021].

Site du Stockholm International Peace Research Institute (SIPRI). <https://www.sipri.org>. [Consulté le 8 juillet 2021].

<https://www.arenion24.news/2018/11/26/les-pays-arabes-meilleurs-amis-de-la-france-et-de-son-industrie-darmement/>. [Consulté le 10 juillet 2021].

YouGouv. - *Étude RP - Guerre au Yémen*. - Étude réalisée par YouGouv pour SumOfUs en avril 2019. [Consulté le 5 juillet 2021].

https://s3.amazonaws.com/s3.sumofus.org/images/Resultats_YouGov_pour_SumOfUs_Etude_RP_Guerre_du_Yemen_051_As_Sent_200319-converti.pdf. [Consulté le 10 juillet 2021].

Harris Interactive. - *Baromètre de confiance dans les institutions* - Étude réalisée par Harris Interactive en ligne en avril 2021. https://harris-interactive.fr/opinion_polls/barometre-de-confiance-dans-les-institutions-avril-2021/.

[Consulté le 30 août 2021].

IFOP. - *Les jeunes et le service national universel*. - Étude réalisée par l'IFOP au profit du Comité pour les relations nationales et internationales des associations de jeunesse et d'éducation populaire (CNAJEP) et mise en ligne en novembre 2018. <https://www.ifop.com/wp-content/uploads/2018/11/115911-Rapport-ANACEJ-Publication.pdf> [Consulté le 5 septembre 2021].

Amnesty International. - *Ventes d'armes de la France : vous avez dit transparence ?* - 31 mai 2021. <https://www.amnesty.fr/controle-des-armes/actualites/ventes-darmes-francaises-vous-avez-dit-transparence>. [Consulté le 9 septembre 2021].

Mémoires universitaires

BECHET, Bertrand. - « *Le commerce des armes : l'économie au service de la puissance* ». - Mémoire de master spécialisé, Université Pierre Mendès France, Institut d'Études Politiques de Grenoble, 2009, 103 p.

LAURENDEAU, Lise. - « *La politique d'armement française à la croisée des chemins ?* ». - Master 1 Affaires Internationales, Université de Lyon, Institut d'Études Politiques de Lyon, 2017, 104 p.

SCHAEFFER, Fabien. - « *Éthique et armement : le commerce des armes* ». - Mémoire réalisé dans le cadre du diplôme d'études supérieures d'université d'éthique économique et des affaires, Université d'Aix - Marseille, Faculté de droit et de science politique d'Aix-en-Provence, 2014, 60 p.

Documents publics officiels

ALLIZARD (Pascal) et BOUTANT (Michel). - « *L'industrie de défense dans l'œil du cyclone* ». - Rapport d'information fait au nom de la commission des affaires étrangères, de la défense et des forces armées. - n°605, 8 juillet 2020, 38 p.

CHABANNE (Nathalie), FOULON (Yves). - Rapport d'information déposé par la commission de la défense nationale et des forces armées, en conclusion des travaux d'une mission d'information sur le dispositif de soutien aux exportations d'armement ». - n°2469, 17 décembre 2014, 157 p.

MAIRE (Jacques), TABAROT (Michèle). - Rapport d'information sur le contrôle des exportations d'armement déposé par la commission des affaires étrangères. - 18 novembre 2020, 156 p.

PONCET (Jean-François) et CERISIER-BEN GUIGA (Monique). - « *Le Moyen-Orient à l'heure nucléaire* ». - Rapport d'information fait au nom de la commission des affaires étrangères, N°630, 25 septembre 2009, 249.

Assemblée nationale. - *Mission "flash" sur le financement de l'industrie de défense*. - 17 février 2021. <https://www2.assemblee-nationale.fr/static/15/commissions/Defense/Rapport-BITD-170221.pdf>. [Consulté le 15 juillet 2021].

Ministère des Armées. - *Rapport au Parlement sur les exportations d'armement de la France en 2021*. - Juin 2021. 125 p.

Ministère des Armées. - « *Contrat de vente de 30 Rafale supplémentaires à l'Égypte* ». - 4 mai 2021. https://www.defense.gouv.fr/fr/salle-de-presse/communiqués/communiqué_contrat-de-vente-de-30-rafale-supplémentaires-a-l-egypte. [Consulté le 15 juillet 2021].

Ministère des Armées. - « *La ministre des Armées salue le souhait de la Grèce d'acquérir des Rafale* ». - Communiqué de presse du 14 septembre 2020. https://www.defense.gouv.fr/salle-de-presse/communiqués/communiqué_la-ministre-des-armées-salue-le-souhait-de-la-grece-d-acquerir-des-rafale. [Consulté le 15 juillet 2021].

Ministère des Armées. - « *Communiqué de presse du Ministère des Armées* ». - 6 mars 2019. <https://www.defense.gouv.fr/salle-de-presse/communiqués/communiqué-de-presse-du-ministere-des-armées3>. [Consulté le 15 juillet 2021].

Ministère des Armées. - « *Communiqué de presse de Jean-Yves Le Drian* ». - 29 juin 2016. <https://www.defense.gouv.fr/salle-de-presse/communiqués-archives/communiqué-de-jean-yves-le-drian>. [Consulté le 15 juillet 2021].

- **L'affaire Disclose**

Article scientifique

Roussel, Sarah. - Yémen : la France arme ! - *Revue Projet*. n° 374, 24 février 2020, pp. 4-15.

Médias en ligne

Disclose. - *Révélation : la France signe en secret la vente de Rafale à l'Égypte*. - 3 mai 2021. <https://disclose.ngo/fr/article/la-france-signe-en-secret-la-vente-de-rafale-a-legypte>. [Consulté le 20 juin 2021].

La Croix. - *Vendre des armes, est-ce vendre son âme ?*. - 24 octobre 2019. <https://www.la-croix.com/Economie/Monde/Vendre-armes-est-vendre-ame-2019-10-24-1201056280>. [Consulté le 22 juin 2021].

RTL. *Vente d'armes : Parly explique pourquoi ce secteur est « très important »*. - juin 2019. <https://www.rtl.fr/actu/politique/vente-d-armes-un-secteur-tres-important-pour-la-france-assure-florence-parly-sur-rtl-7797780547>. [Consulté le 29 juin 2021].

France 24. - *Invité du jour - Mathias Destal : “Les ventes d'armes de la France, un angle mort démocratique”*. - 20 mai 2019. <https://www.france24.com/fr/20190520-invite-jour-mathias-destal-disclose-ong-yemen-armes-france>. [Consulté le 15 avril 2021].

RT France. - *Guerre au Yémen : Macron «assume» les livraisons d'armes à l'Arabie saoudite*. - 10 mai 2019. <https://francais.rt.com/france/61906-guerre-yemen-macron-assume-livraisons-armes-arabie-saoudite>. [Consulté le 1 avril 2021].

France Info. - *Les armes françaises “ne sont pas utilisées de façon offensive au Yémen”, affirme la ministre des Armées Florence Parly*. - 18 avril 2019. https://www.francetvinfo.fr/economie/emploi/metiers/armee-et-securite/les-armes-francaises-ne-sont-pas-utilisees-de-facon-offensive-au-yemen-affirme-la-ministre-des-armees-florence-parly_3404149.html. [Consulté le 6 juin 2021].

France 24. - *Yémen : “pas de preuve” que des armes françaises font des victimes civiles, selon Parly*. - 18 avril 2019. <https://www.france24.com/fr/20190418-yemen-pas-preuve-armes-francaise-victimes-civiles-parly>. [Consulté le 2 avril 2021].

L'Express. - *Armes françaises au Yémen : pas d'usage “offensif”, persiste Florence Parly*. - 18 avril 2019. https://www.lexpress.fr/actualite/monde/proche-moyen-orient/armes-francaises-au-yemen-pas-d-usage-offensif-persiste-florence-parly_2073718.html. [Consulté le 1 avril 2021].

Le Monde avec Reuters. - *Parly dit ne pas avoir « de preuve » que des armes françaises font des victimes civiles au Yémen*. - 18 avril 2019. https://www.lemonde.fr/international/article/2019/04/18/yemen-parly-dit-ne-pas-avoir-de-preuve-que-des-armes-francaises-font-des-victimes-civiles_5451924_3210.html. [Consulté le 1^{er} juin 2021].

Sputnik France. - *Florence Parly réagit aux révélations médiatiques sur les armes françaises au Yémen* ». - 18 avril 2019. <https://fr.sputniknews.com/france/201904181040790423-parly-yemen-armes-revelations-reaction/>. [Consulté le 1 avril 2021].

RT France. - *Florence Parly répète que les armes françaises «ne sont pas utilisées de façon offensive au Yémen»*. - 18 avril 2019. <https://francais.rt.com/france/61148-florence-parly-affirme-que-armes-francaises-ne-sont-pas-utilisees-facon-offensive-yemen>. [Consulté le 1 avril 2021].

TV5MONDE. - *Armes françaises au Yémen : “ Si on ne veut pas des morts dans la population, il ne faut pas vendre des armes ”* ». - 18 avril 2019. <https://information.tv5monde.com/info/armes-francaises-au-yemen-si-ne-veut-pas-qu-il-y-ait-des-morts-dans-la-population-il-ne-faut>.

[Consulté le 1 avril 2021].

ARTE. - *Au Yémen, des armes françaises tuent* . 16 avril 2019. <https://www.arte.tv/fr/videos/RC-017473/au-yemen-les-armes-francaises-tuent/>. [Consulté le 22 juillet 2021].

RT France. - *« Florence Parly a menti » : Sébastien Nadot revient sur l'utilisation d'armes françaises au Yémen*. - 16 avril 2019. <https://francais.rt.com/international/61102-florence-parly-a-menti-sebastien-nadot-revient-utilisation-armes-francaises-yemen>. [Consulté le 1 avril 2021].

Sputnik France. - *Florence Parly convoquée par le Sénat pour s'expliquer sur les armes françaises au Yémen* ». - 16 avril 2019. <https://fr.sputniknews.com/france/201904161040767981-yemen-armes-parly-drian-senat/>. [Consulté le 1 avril 2021].

Disclose. - *Cartographie d'un mensonge d'état - Made in France*. - 15 avril 2019. <https://made-in-france.disclose.ngo/fr/chapter/yemen-papers>. [Consulté le 29 juin 2021].

France Info. - *Quand la ministre des Armées niait l'utilisation d'armes françaises au Yémen*. - 15 avril 2019. https://www.francetvinfo.fr/monde/proche-orient/yemen/video-quand-la-ministre-des-armees-niait-l-utilisation-d-armes-francaises-au-yemen_3399629.html. [Consulté le 2 avril 2021].

France info. - *Le secret, la fierté, ou la honte ? Les ventes d'armes françaises (1970-2019)*. - 15 avril 2019. https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/histoires-d-info/le-secret-la-fierte-ou-la-honte-les-ventes-d-armes-francaises-1970-2019_3259227.html. [Consulté le 30 mai 2021].

Médiapart. - *Disclose : « La France et le Yémen: cartographie d'un mensonge d'État »*. - 15 avril 2019. <https://www.mediapart.fr/journal/international/150419/la-france-et-le-yemen-cartographie-d-un-mensonge-d-etat>. [Consulté le 1 avril 2021].

RT France. - *Des armes françaises utilisées au Yémen : une note secrète contredit la version du gouvernement*. - 15 avril 2019. <https://français.rt.com/international/60994-armes-francaises-tuant-civils-yemen-note-secrete-contredit-version-gouvernement>. [Consulté le 1 avril 2021].

Tribune (collectif de personnalités). - *Mettons fin à l'implication de la France au Yémen ! - Libération*, 15 avril 2019. https://www.liberation.fr/debats/2019/04/15/mettons-fin-a-l-implication-de-la-france-au-yemen_1721485/. [Consulté le 25 mai 2021].

Valeurs actuelles. - *Armes françaises au Yémen : le mensonge de Florence Parly*. - 15 avril 2019. <https://www.valeursactuelles.com/politique/armes-francaises-au-yemen-le-mensonge-de-florence-parly/>. [Consulté le 1 avril 2021].

ARTE Info. - *Yémen : des armes made in France*. - avril 2019. <https://www.arte.tv/sites/story/reportage/yemen-des-armes-made-in-france/>. [Consulté le 2 avril 2021].

MYTF1. - *Guerre au Yémen : La France a du mal à justifier ses ventes d'armes à l'Arabie Saoudite* ». - 23 février 2018. <https://www.tfl.fr/tmc/quotidien-avec-yann-barthes/videos/guerre-yemen-une-ong-accuse-france-de-complicite.html>. [Consulté le 1 avril 2021].

France Inter. - *Armes françaises au Yémen : les questions qui dérangent*. - 2 février 2019. <https://www.franceinter.fr/emissions/secrets-d-info/secrets-d-info-02-fevrier-2019>. [Consulté le 25 mai 2021].

Scribd. - *Réponses du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères aux questions de Benoît Collombat*. - février 2019. <https://fr.scribd.com/document/398140766/Reponses-du-ministere-de-l-Europe-et-des-Affaires-etrangeres>. [Consulté le 27 mai 2021].

Ouest-France. - *Yémen. Florence Parly : « La France est un fournisseur modeste de l'Arabie saoudite »* ». - 30 octobre 2018.

<https://www.ouest-france.fr/monde/yemen/conflit-au-yemen-florence-parly-il-est-plus-que-temps-que-cette-guerre-cesse-6044002>. [Consulté le 7 juin 2021].

ALONSO, Pierre. - *Armes françaises au Yémen : Paris s'abrite derrière sa souveraineté*. - *Libération*, 15 avril 2019. https://www.liberation.fr/planete/2019/04/15/armes-francaises-au-yemen-paris-s-abrite-derriere-sa-souverainete_1721552/. [Consulté le 1 avril 2021].

BERTEAU, Alexandre. - *Disclose, le nouveau média d'investigation en quête de mécènes*. - *Le Monde*, 10 novembre 2018. https://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2018/11/10/disclose-le-nouveau-media-d-investigation-en-quete-de-mecenes_5381744_3236.html. [Consulté le 19 juillet 2021].

BOISBOUVIER, Christophe et PERELMAN Marc. - *Emmanuel Macron juge l'affaire Khashoggi "très grave"* ». - *France24*, 12 octobre 2018. <https://www.france24.com/fr/20181012-entretien-exclusif-macron-khashoggi-arabie-saoudite-iran-francophonie-remaniement>. [Consulté le 19 juillet 2021].

CABIROL, Michel. - *Exportation d'armes vers l'Arabie Saoudite : Florence Parly s'explique* ». - *La Tribune*, 15 mai 2019. <https://www.latribune.fr/entreprises-finance/industrie/aeronautique-defense/exportation-d-armes-vers-l-arabie-saoudite-florence-parly-s-explique-817252.html>. [Consulté le 1 avril 2021].

CHAUVEROU, Éric. - *La France, fournisseur d'armes majeur de l'Arabie saoudite* ». - *France Culture*, 23 octobre 2018. <https://www.franceculture.fr/economie/la-france-fournisseur-darmes-majeur-de-larabie-saoudite>. [Consulté le 1 avril 2021].

DELANERY, Côme. - *Quand les ventes d'armes britanniques à l'Arabie saoudite créent la polémique*. - *L'Orient-Le Jour*, 16 février 2017.

<https://www.lorientlejour.com/article/1035369/quand-les-ventes-darmes-britanniques-a-larabie-saoudite-creent-la-polemique.html>. [Consulté le 11 juin 2021].

GATHON, Marie. - Guerre au Yémen : les documents qui embarrassent la France. - *Le Vif*, 2 septembre 2019. <https://www.levif.be/actualite/international/guerre-au-yemen-les-documents-qui-embarassent-la-france-video/article-normal-1184923.html>. [Consulté le 11 juin 2021].

LAGNEAU, Laurent. - Vente d'armes à l'Arabie Saoudite : Une enquête ouverte pour « compromission du secret de la défense nationale. *Opex-360*, 25 avril 2019. <http://www.opex360.com/2019/04/25/vente-darmes-a-larabie-saoudite-une-enquete-ouverte-pour-compromission-du-secret-de-la-defense-nationale/>. [Consulté le 22 juillet 2021].

LEBOUCQ, Fabien. - Parly mentait-elle en déclarant ne rien savoir de l'utilisation d'armes françaises au Yémen ? - *Libération*, 19 avril 2019. https://www.liberation.fr/checknews/2019/04/19/parly-mentait-elle-en-declarant-ne-rien-savoir-de-l-utilisation-d-armes-francaises-au-yemen_1722173/. [Consulté le 1 avril 2021].

LEYMARIE, Philippe. - Ventes d'armes : la France aime toujours autant l'Arabie saoudite. - *Le Monde diplomatique*, 15 mars 2019. <https://blog.mondediplo.net/vente-d-armes-la-france-aime-toujours-autant-l>. [Consulté le 25 mai 2021].

LUSSATO, Céline. - La France est-elle complice de crimes de guerre au Yémen ? - *L'Obs*, 20 novembre 2018. <https://www.nouvelobs.com/monde/20181120.OBS5765/la-france-est-elle-complice-de-crimes-de-guerre-au-yemen.html>. [Consulté le 19 avril 2021].

POMMIERS, Elea. - Arabie saoudite: pourquoi il est difficile de stopper les ventes d'armes. - *Libération*, 24 octobre 2018. https://www.lexpress.fr/actualite/monde/arabie-saoudite-pourquoi-il-est-difficile-de-stopper-les-ventes-d-armes_2044099.html. [Consulté le 1 avril 2021].

20 minutes avec l'AFP. - *Parly reconnaît qu'un navire saoudien vient charger des armes françaises*. - 9 mai 2019. <https://www.20minutes.fr/politique/2513903-20190509-armes-francaises-yemen-florence-parly-reconnait-navire-saoudien-va-effectuer-chargeement>. [Consulté le 1^{er} juin 2021].

SENEJOUX, Richard. - Disclose, un nouveau média pour “enquêter sur la longueur, avoir un impact sur la société” ». - *Télérama*, 6 novembre 2018. <https://www.telarama.fr/medias/disclose,-un-nouveau-media-pour-enqueter-sur-la-longueur,-avoir-un-impact-sur-la-societe.n5879735.php>. [Consulté le 19 juillet 2021].

Vidéos en ligne

BFM-TV. - *Florence Parly face à Jean-Jacques Bourdin en direct*. - 30 octobre 2019. https://www.bfmtv.com/replay-emissions/bourdin-direct/florence-parly-face-a-jean-jacques-bourdin-en-direct_VN-201810300199.html. [Consulté le 22 juillet 2021].

Disclose. - *Made in France* » : *le Grand Live de Disclose*. - 28 mai 2019. https://www.youtube.com/watch?v=RzOWmTASy_I. [Consulté le 1 avril 2021].

BFM-TV. - *Florence Parly face à Jean-Jacques Bourdin en direct*. - 8 mai 2019. https://www.bfmtv.com/replay-emissions/bourdin-direct/florence-parly-face-a-jean-jacques-bourdin-en-direct_VN-201905080049.html. [Consulté le 27 mai 2021].

Arte. - *Armes françaises au Yémen : “un scandale d’État” - Interview*. - 16 avril 2019. <https://www.arte.tv/fr/videos/081327-118-A/armes-francaises-au-yemen-un-scandale-d-etat/>. [Consulté le 1 avril 2021].

France Inter. - *Questions Politiques avec Florence Parly*. - 20 janvier 2019. <https://www.youtube.com/watch?v=gghMMP9q00I>. [Consulté le 27 mai 2021].

BFM-TV. - *Yémen : “La France est un fournisseur modeste d’armes à l’Arabie saoudite” assure la Ministre des Armées*. - 2019. <https://www.dailymotion.com/video/x6wehg3>. [Consulté le 27 mai 2021].

MYTF1. - *Guerre au Yémen : Florence Parly gênée par des questions sur la vente d’armes à l’Arabie Saoudite*. 23 février 2018. <https://www.tf1.fr/tmc/quotidien-avec-yann-barthes/videos/guerre-yemen-florence-parly-genee-questions-vente-d-armes-a-l-arabie-saoudite.html>. [Consulté le 27 mai 2021].

France Inter. - *Florence Parly : « Nous ne vendons pas des armes n'importe comment »*. - 9 février 2018. <https://www.youtube.com/watch?v=UD937Q-8KqQ>. [Consulté le 27 mai 2021].

France Inter. - *Florence Parly : "Le Service national universel doit être attractif pour les jeunes"*. - 9 février 2018. <https://www.franceinter.fr/emissions/l-invite-de-8h20/l-invite-de-8h20-09-fevrier-2018>. [Consulté le 22 juillet 2021].

MYTF1. - *Morning Glory : y-a-t-il des bombes françaises larguées sur le Yémen ?*. - 9 février 2018. <https://www.tf1.fr/tmc/quotidien-avec-yann-barthes/videos/morning-glory-y-a-t-bombes-francaises-yemen.html>. [Consulté le 27 mai 2021].

Sites internet

Oxfam France. - *Six Ans De Guerre au Yémen*. - 23 mars 2021. <https://www.oxfamfrance.org/communiqués-de-presse/six-ans-de-guerre-au-yemen-ventes-darmes-de-la-france/>. [Consulté le 20 mai 2021].

Association CARE. - *Armes françaises au Yémen : 8 points pour comprendre*. - 18 octobre 2019. https://www.carefrance.org/actualite/communiqué-presse-news/2019-10-18_yemen-armes-ventes-france-appel.htm. [Consulté le 25 mai 2021].

Amnesty International Belgique. - *Les entreprises d'armements : « Après nous le déluge »*. - 9 septembre 2019. <https://www.amnesty.be/infos/actualites/rapport-armes-2019>. [Consulté le 20 mai 2021].

Sites officiels publics

Vie publique. - *France - Yémen : liste des rapports et discours par date du plus récent au plus ancien*. <https://www.vie-publique.fr/ressources/mots-cles/france-yemen>. [Consulté le 1 avril 2021].

Vie publique. - *Déclaration de Mme Florence Parly, ministre des Armées, sur les exportations d'armement, à l'Assemblée nationale le 10 juillet 2019*. - 10 juillet 2019. <https://www.vie-publique.fr/discours/270700-florence-parly-10072019-vente-darmes>. [Consulté le 25 mai 2021].

Vie publique. - Extraits d'un entretien de M. Jean-Yves Le Drian, ministre de l'Europe et des affaires étrangères, dans "Le Parisien" du 12 mai 2019, sur la libération d'otages français, les relations internationales et sur les ventes d'armes. 12 mai 2019. <https://www.vie-publique.fr/discours/271550-jean-yves-le-drian-12052019-nucleaire-iranien-benin-ventes-darmes>. [Consulté le 20 juillet 2021].

Sénat. - Vente d'armes au Yémen. *Question d'actualité au gouvernement n° 0766G de M. André Vallini. Réponse du Ministère des Armées. - Le 1^{er} mai 2019.* <https://www.senat.fr/questions/base/2019/qSEQ19050766G.html>. [Consulté le 1^{er} avril 2021].

Assemblée Nationale. - *Compte rendu de Commission de la défense nationale et des forces armées suite à l'audition de Mme Florence Parly, ministre des Armées, sur les opérations en cours et les exportations d'armement. - 7 mai 2019.* https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/15/comptes-rendus/cion_def/115cion_def1819032_compte-rendu. [Consulté le 1^{er} avril 2021].

Vie publique. - *Déclaration de Mme Florence Parly, ministre des Armées, en réponse à une question sur la vente d'armes à l'Arabie saoudite et le Yémen, au Sénat le 30 avril 2019. - 30 avril 2019.* <https://www.vie-publique.fr/discours/271214-florence-parly-30042019-vente-darmes-larabie-saoudite-le-yemen>. [Consulté le 1 avril 2021].

Public Sénat. - *Vente d'armes au Yémen : « Pas de preuve qu'elles aient servi contre des populations civiles » indique Florence Parly. - 30 avril 2019.* <https://www.publicsenat.fr/article/parlementaire/vente-d-armes-au-yemen-pas-de-preuve-qu-elles-aient-servi-contre-des>. [Consulté le 27 mai 2021].

Vie publique. - *Interview de Mme Florence Parly, ministre des Armées, à CNews le 19 avril 2019, sur les pompiers, les ventes d'armes, le budget militaire et les opérations extérieures (OPEX). - 19 avril 2019.* <https://www.vie-publique.fr/discours/270465-florence-parly-19042019-budget-defense-opex-vente-darmes>. [Consulté le 27 mai 2021].

Vie publique. - *Déclaration de M. Jean-Yves Le Drian, ministre de l'Europe et des affaires étrangères, sur les défis et priorités de la politique étrangère de la France, à l'Assemblée*

nationale. - 13 février 2019. <https://www.vie-publique.fr/discours/270829-jean-yves-le-drian-13032019-defis-priorites-de-la-politique-etrangere>. [Consulté le 20 juillet 2021].

Annexes

Annexe 1 : retranscription de l’entretien effectué avec Madame Delphine Sampic-Berger, directrice de la communication du GICAT.

Cet entretien a été réalisé à Paris le 21 juillet 2021, au siège du GICAT.

I : *interviewer*

DS : Delphine Sampic-Berger

I : Pourriez-vous vous présenter succinctement et nous expliquer ce qu’est le GICAT (en particulier quel est son rôle dans les exportations) ?

DS : Je suis la DIRCOM du GICAT (Groupement des industriels français de défense et de sécurité terrestres et aéroterrestres) depuis deux ans et demi. Le GICAT, est le seul

groupement qui a des activités purement défense et sécurité, contrairement aux autres groupements qui ont des activités civiles (GICAN, GIFAS). Le GICAT c'est 280 adhérents environ, une grande majorité de PME (70%), 20% d'ETI et 10% de grands groupes. On n'a pas le statut de syndicat professionnel, contrairement au GIFAS ou au GIFAS, mais un statut d'association et donc de groupement professionnel. Notre mission et de défendre les intérêts de nos adhérents et de faire valoir leurs intérêts, en France et à l'international évidemment. Sachant que 50% du chiffre d'affaires de ces industriels vient des exportations, c'est un point important pour nous que de les soutenir dans leur conquête de marchés à l'international. On se heurte à l'étranger à une concurrence de plus en plus féroce, principalement en raison de nouveaux émergents qui fabriquent du *low-cost* alors que la France est spécialisée dans du matériel hautement technologique et donc coûteux. Notre mission de communication se traduit d'abord par l'organisation de salons à l'étranger et en France (Euro Satory, Expo Defensa etc.), au cours desquels nous mettons en avant les savoir-faire industriels français, organisons des visites pour des délégations de parlementaires, etc. Nous organisons également des missions de prospection pour nos adhérents, au moins une ou deux par an, souvent en appui avec la DGA, ainsi que des voyages de presse au profit de journalistes français et étrangers, rédigeons des brochures capacitaires etc. Et puis nous sommes en relations avec les attachés de défense qui sont souvent les meilleurs VRP pour peu qu'ils soient bien informés, et les attachés de sécurité intérieure étranger qui sont en poste en France. L'exportation d'armes est aussi un outil de diplomatie et nous nous appuyons sur cette volonté gouvernementale française pour relayer notre offre.

Après nous avons également des actions d'influence qui ne sont pas négligeables, pour les aider au niveau des exportations, et qui sont plutôt des actions d'influence pour contrecarrer les obstacles qu'ils pourraient rencontrer. Et le plus gros obstacles qu'ils peuvent rencontrer aujourd'hui, c'est le problème des financements. Les ONG ont en effet bien compris qu'elles ne pourraient pas nous battre sur le terrain de la légitimité de notre activité pour équiper les forces et défendre le pays, et elles nous attaquent sur notre point faible, qui selon elles concerne les exportations. Or ces ONG ont évolué et ont su s'entourer, elles ont aujourd'hui en leur sein des gens « bien câblés » qui savent bien où taper....., notamment sur le nerf de la guerre qui est l'argent ! Ces ONG font tout aujourd'hui pour que les banques françaises et européennes ne financent plus cette

industrie, et ça c'est un énorme problème. Aujourd'hui, il est hyper compliqué pour un industriel ou même pour nous de seulement ouvrir un compte en banque ! Ne serait-ce que pour financer un salon. Nous devons nous tourner vers des banques africaines, arabes etc. Ce qui est très moyen en terme de souveraineté... Pour ce qui est de la menace d'un renforcement du contrôle parlementaire, cela ne représente pas vraiment une menace pour nous dans la mesure où nous ne faisons qu'appliquer la législation en vigueur. Nous sommes parfaitement au clair avec les traités et les lois internationales. Nous n'avons aucune raison de manquer de transparence.

I : En 2019, le média d'investigation Disclose a fait des révélations concernant la présence d'armes françaises utilisées dans la guerre menée par la coalition arabe au Yémen. Comment analysez-vous la manière dont les médias se sont emparés du sujet ?

Nous avons nos éléments de langage, écrits par nous (et non par l'État). Ces éléments de langage ont été écrits il y a quelques années, notamment en collaboration avec un ancien officier général expert des exportations. Ces éléments de langage ont été distribués à nos adhérents et à nos partenaires. Nous aurions pu demander la validation de la DGA ou de la DICOD, mais nous nous en sommes affranchis car il y a un moment où il faut avancer, sinon on n'y arrive pas ! Il y a une telle omerta sur le sujet qu'il fallait prendre les devants, d'autant plus que cela répondait à un réel besoin de nos industriels. Nous avons également organisé des séances de médias training de communication de crise au profit de nos industriels, pour qu'ils comprennent notamment qu'aujourd'hui, il n'est plus possible de faire l'autruche. Depuis cinq ans les attaques s'accroissent ! Avant cela, les industriels ne se sentaient pas trop concernés. Concernant « l'affaire Disclose », nous avons été beaucoup sollicités par la presse pour donner notre avis, et nous avons prévu de nous appuyer sur le travail assez conséquent que nous avons produit à ce sujet. Malheureusement le cabinet nous a un peu bridé et a limité nos éléments de langage à deux lignes, à savoir que nous étions dans la norme et respections la procédure, alors qu'il y avait plus à dire. D'autant plus que les industriels sont clairement pointés du doigt et que l'on parle aujourd'hui de la responsabilité pénale des chefs d'entreprise ! Bref... Et quant à la DICOD, je n'ai eu aucune directive ou consigne de leur part. Nous sommes prêts à communiquer mais nous n'avons jamais l'autorisation de le faire.

Éric Béranger, président de MBDA, qui a l'habitude de s'exprimer de manière très assumée sur ces sujets est aujourd'hui soumis à de nombreuses menaces, avec des *Wanted* type western ! Du coup il se demande s'il va continuer à exercer cette profession. Et bien, il n'a aucun soutien, notamment de la part de l'État, de la DICOD, de la DGA COM etc. Enfin, voilà...

J'ai pratiqué le journalisme pendant 20 ans et l'une des bases du métier qui nous était enseignée était de vérifier ses sources. Or aujourd'hui je constate avec regret que ce travail de base n'est pas fait. Les journalistes reçoivent des informations des ONG, qui les abreuvent en photos, en compte-rendu etc. Mais pas un seul journaliste n'a eu l'idée de voir qui finance ces ONG. C'est sidérant ! Et pourtant ce n'est pas bien compliqué de savoir ! En général, comme par hasard, elles sont financées par des pays concurrents directs de la France en matière d'armement (Russie, Allemagne, États-Unis etc.) ! Quitte à leur donner du crédit, il serait tout de même intéressant de savoir qui les nourrit !

Concernant la communication publique suite à « l'affaire *Disclose* » : pas grand-chose à dire, ils se sont noyés. Ils n'ont rien fait. Ça patauge... C'est un métier la communication et en particulier la communication de crise. Manifestement ils n'ont pas été formés... Pourtant ce n'est pas compliqué, je pourrais leur conseiller des agences ! Et cela ne concerne pas que les sujets de défense. Rien n'a été préparé et rien n'a été maîtrisé, résultat on a une image d'amateurisme alors qu'on sait très bien qu'en matière de communication de crise, la première chose à faire aurait été d'abord de reconnaître (éventuellement) ses erreurs, de donner des explications claires, d'être ferme sur ses positions et d'arrêter d'essayer de noyer le poisson par des approximations. Rien n'a été anticipé. Je ne m'explique pas cette situation.

Malgré tous les articles qui nous pointent du doigt, ces sujets s'essouffent quand même vite, notamment au niveau de l'opinion publique en général (sauf pour les banques...). Ces sujet ne font pas non plus les scandales du siècle ! Dans le sondage que nous avons récemment commandé, 70% des Français se déclarent favorables à une industrie de défense forte. Très surprenant d'ailleurs ! Ce sondage n'avait jamais été fait, nous ne savions vraiment pas à quoi nous en tenir. Mais c'est sûr que le problème de ces banques est un problème crucial. Bref, il faut relativiser. Mais ces banques sont aussi à l'écoute de l'opinion publique, donc il faut jouer sur les deux tableaux. Les banques, les politiques et

l'opinion publique de manière générale sont nos principales cibles en matière de communication. Mais c'est sûr que le poids de l'opinion publique est conséquent, qu'il peut faire changer l'avis d'un parlementaire etc.

I : Pensez-vous que ce traitement médiatique eût été différent si les français avait été mieux informés des enjeux liés aux exportations d'armement au Moyen Orient ?

Ce qui est sûr c'est que dans le sondage qu'on a fait - je rappelle d'ailleurs que jamais un tel sondage n'a été fait sur ce sujet - les Français se sont montrés étonnamment très favorables à l'industrie de défense française. D'ailleurs le choix de l'institut a posé problème, certains ont refusé de travailler à notre profit ! Bref, les gens sont favorables à l'industrie de défense, ils ont conscience qu'elle crée des emplois, qu'elle paye plutôt bien, qu'elle a un poids positif sur la balance commerciale. Ils commencent également, notamment depuis la crise du COVID, à comprendre les enjeux de souveraineté et de « *made in France* » et il y a une vraie adhésion. En revanche, ce qui reste compliqué à leur expliquer, c'est le lien entre exportation et souveraineté stratégique. Là il faut que l'on soit plus pédagogique, mais je pense qu'il y a un terreau favorable. On a un auditoire qui est prêt à entendre et à comprendre. C'est là où on a besoin d'agence de com pour nous aider à passer par les bons médias, à trouver les bons moyens, le bon langage selon qui on s'adresse etc. Les résultats du sondage vont nous permettre de préparer des éléments de langage pour le grand public, pour les politiques et pour les financiers. Et puis potentiellement une politique de contre influence contre les ONG. « On ne tape jamais assez fort quand il s'agit d'attaquer nos ennemis », d'après une agence avec qui je travaillais encore ce matin !

I : De manière plus générale, pensez-vous qu'au sujet de l'exportation d'armement, une meilleure communication en amont permettrait d'atténuer ce genre de crise ?

DS : Oui oui ! Nous venons un peu d'en parler.

I : Selon vous, comment communiquer sur un sujet aussi sensible que celui de l'exportation d'armement vers des pays jugés « non recommandables » ?

DS : Je suis mal placée pour en parler car du point de vue de l'industriel, c'est assez « simple ». Nous respectons les décisions de la CIEMG.

I : Croyez-vous en la rationalité de l'opinion publique ? Pensez-vous que les arguments / éléments de langage traditionnels portant sur l'autonomie stratégique, les bénéfices pour la France (emplois etc.) et le rayonnement soient encore audibles aujourd'hui ?

DS : Vu le sondage, oui. Mais il faut que nous montrions que nous sommes dans la légalité et la transparence et que nous communiquions davantage sur les exportations, c'est la priorité. La communication doit se faire à plusieurs niveaux, plusieurs échelles, plusieurs thématiques. Il faut que l'on continue de communiquer sur les éléments de langage « classiques » que vous avez mentionnés, tout en rajoutant une couche sur la transparence et le fait que l'on respecte les traités.

I : Estimez-vous que le gouvernement communique suffisamment et de la bonne manière sur ses exportations d'armement ?

DS : Non !

I : De manière générale, comment communiquer sur ce sujet face à des français qui semblent s'être désintéressés des sujets de défense ?

La Fabrique défense par exemple est une bonne idée je pense ! L'idée est de familiariser les jeunes à cet écosystème défense. Tout est bon à prendre j'ai envie de dire ! Il y a énormément de choses à faire, mais il faut vraiment ne pas négliger la part à accorder à la contre-influence. Il faut se battre avec les mêmes armes que nos adversaires. Il faut passer par nos députés, par des influenceurs, par les journalistes qu'il faut nourrir en informations etc. Il ne faut pas que cela vienne de nous mais par exemple d'un *think tank*. La FRS (Fondation française pour la recherche stratégique) pourrait par exemple se

pencher sur ce sujet ! Certains journalistes le font très bien, Cabirol par exemple, mais beaucoup ne le font pas et ne font pas leur métier comme il faut.

I : Je vous remercie.

Annexe 2 : retranscription de l'entretien effectué avec Monsieur Fabien Gouttefarde, député de l'Eure et membre de la Commission de la défense et des forces armées.

Cet entretien a été réalisé par téléphone, le 29 juillet 202.

I : interviewer

FB : Fabien Gouttefarde

I : Quel est le rôle de la Commission de la défense nationale et des forces armées, en parti ?

FB : La commission est composée de 70 députés. Son rôle actuellement est relativement faible en ce qu'elle a vocation à entendre chaque année la ministre des Armées présenter son rapport sur les exportations d'armement. Ensuite pendant près de deux heures elle

répond aux questions des parlementaires sur les exportations, et pas que. Le rôle de la Commission est réduit à cela. Mais elle peut également s'autosaisir pour rédiger des rapports d'information, dans le cadre de missions d'informations. Dans ce cas la Commission peut très bien se pencher sur l'industrie d'armement ou sur les exportations.

I : Qu'avez-vous pensé de la communication de l'exécutif suite aux révélations de Disclose ?

Mmmm... En fait il y a la communication qui se fait devant nous, la Commission, et après il y a la communication grand public, qui est un peu différente. Devant nous, elle a davantage le temps de rentrer dans les détails, et nous pouvons lui poser les questions, rechercher certaines informations. Bon, même si on se retrouve très vite confronté au secret défense. Et puis il y a la communication grand public. Bon de manière générale, j'ai l'impression qu'on est encore très sur la défensive sur ces sujets-là. Il reste toujours difficile à faire comprendre au grand public que ces sujets, même auprès de l'Arabie saoudite, euh.. la politique de la France permet effectivement des coopérations militaires dans cette zone qui est hautement stratégique, et même pour notre sécurité, et nécessaire pour une forme de viabilité économique de notre BITD, et donc de souveraineté. Et ça, c'est très difficile à faire comprendre. Et donc le nœud gordien qu'il faut réussir à rendre accessible c'est le fait que si on veut être indépendant du point de vue capacitaire, on est obligé de faire de l'export et ça c'est compliqué. Alors tout ça n'est peut-être pas dit de façon aussi franche, mais c'est tout de même dit.

I : Pensez-vous que ce traitement médiatique eût été différent si les Français avait été mieux informés des enjeux liés aux exportations d'armement, si le gouvernement communiquait de façon plus large et assumée sur les exportations d'armement ?

Moi j'aurais tendance à dire que oui. Mais, l'argument du gouvernement consiste à dire que face à des ONG, qui au fond sont par principe contre l'exportation de ce type de produit, et bien en faire plus est en réalité contre-productif. Mais ce qui est intéressant c'est que moi j'en encore discuté avec Amnesty International il y a deux semaines, des suites du rapport Jacques Maire. Et je leur ai dit, « sachez qu'on vous voit comme

fondamentalement des ONG qui sont contre l'exportation de ce type de bien ». Et eux m'ont répondu, très sincèrement que ce n'était absolument pas le cas, qu'il s'agissait d'une erreur de perception et qu'il n'était pas par principe contre ces exportations, mais qu'ils souhaitaient de la transparence sur ces questions-là. Résultat si on est d'accord sur cette base-là, j'aurais tendance à dire qu'on a intérêt à y voir plus clair sur ces exportations, à les assumer davantage, puisqu'on nous dit sans cesse que tous ces critères (juridiques, éthiques etc.) sont pris en compte, notamment à travers la CIEMG, et levons un peu le voile sur l'ensemble de ces sujets.

I : un récent sondage publié par La Tribune montre que l'opinion publique est plutôt favorable à l'industrie de défense. Pensez-vous donc qu'il y a là un terreau propice à une communication plus franche sur le sujet ?

Oui mais je pense que l'exécutif se méfie un peu de ce genre de sondage. L'opinion publique est tout de même très versatile et si vous voulez, le bombardement d'un car scolaire malencontreux ou par exemple la répression violente par l'Égypte de ses opposants avec des matériels français pourraient rapidement faire retourner cette opinion. Mais je suis d'accord avec vous. Cela montre qu'une partie de l'opinion est prête à comprendre tous ces enjeux, que les exportations sont nécessaires pour notre économie, pour notre industrie, notre sécurité etc. Je suis d'accord avec vous et je pense que nous pourrions être plus offensifs en matière de communication. En même temps, vous avez bien vu qu'on se gargarise assez largement à chaque fois qu'on vend des Rafale ou des frégates.

I : Savez-vous s'il existe une réelle stratégie de communication autour de ces sujets ?

Non... Pour moi, on est quand même beaucoup en réaction. C'est vraiment « circulez il n'y a rien à voir ». L'exécutif est très méfiant et j'espère que des choses se mettront en place. Non vraiment je ne vois pas de stratégie spécifique.

I : En matière de communication, qu'elles sont les principales cibles à toucher ?

Je pense que c'est en premier lieu l'opinion publique en générale. Les parlementaires, notamment ceux qui sont spécialisés sur ces sujets, sont plutôt dans un consensus, quels

que soit les partis, hormis peut-être la France Insoumise, mais c'est marginal. Donc oui, l'opinion publique en général. Les ONG, je ne suis même pas sûr, car certaines seront quand même arc-boutées sur leur combat. Les acteurs économiques sont vraiment à cibler aussi. C'est un vrai sujet qui passe au-delà de la sensibilisation et le sujet du financement est vraiment très important.

I : Croyez-vous qu'il faille mener une communication de contre-influence vis-à-vis des adversaires de l'exportation d'armement.

Pff... Je ne sais pas trop...Ça dépend comment c'est fait. Il ne faudrait pas que cela exacerbe les tensions entre nous.

En revanche, je pense que sur le Yémen et l'Arabie saoudite, en matière de communication, on aurait intérêt à souligner les exactions de chaque côté. On a une presse qui est en réalité contre la coalition et qui omet complètement que des bombardements, des tueries côté Houthis se font régulièrement et qu'aujourd'hui ce sont eux qui continuent les hostilités malgré les tentatives d'accords de paix lancée par la coalition arabe. Donc en fait je pense qu'il faudrait faire la part des choses dans un conflit et montrer qu'il n'y pas les gentils d'un côté et les méchants de l'autre. Cette guerre a été soutenue par l'ONU, par les pays occidentaux etc.

I : pourquoi la ministre des Armées est quasiment le seul membre du gouvernement à être interrogé sur le sujet ? Ne pensez-vous pas qu'il serait opportun que d'autres ministres s'exprime sur les exportations, je pense notamment au ministre des finances ?

Et bien je dirais que c'est quand même la personne qui a la vision la plus large du sujet. Donc cela ne me choque pas. Mais c'est vrai que l'on pourrait parfaitement imaginer que le ministre de l'économie s'exprime plus sur le sujet, cela permettrait de mettre en avant les arguments économiques liés au sujet. Je vais vous dire par exemple, j'ai récemment croisé le président du MEDEF dans un salon de l'armement à Bordeaux, et j'ai été très heureux de voir que certains acteurs économiques s'emparaient du sujet. Et cela revient sur les problèmes de financements de la BITD. Une prise de parole peut-être plus franche

du ministre de l'Économie libérerait peut-être certaines banques qui ont encore des réticences à financer ce secteur.

I : Merci beaucoup Monsieur le Député.

Résumé

La politique d'export d'armement est longtemps restée tabou, mais depuis le début des années 2000, l'État communique davantage sur le sujet. Toutefois, s'il semble aisé de communiquer sur des contrats passés avec des partenaires partageant les mêmes idéaux démocratiques, l'État se retrouve dans une impasse dès que ces ventes se font au profit de pays moins « recommandables ». La communication publique autour des exportations d'armes est très sélective, et dépend de la capacité de l'État à assumer un contrat. Cette communication est donc fortement contrainte par son objet. Soumise à des impératifs de confidentialité et à des problématiques éthiques, elle constitue un cas manifeste de communication sur un sujet sensible.

En 2019, « l'affaire *Disclose* », est en outre venue mettre en exergue une double faille dans le dispositif communicationnel du pouvoir exécutif. Premièrement, aucune véritable stratégie de communication n'a jamais été élaborée. Certes, le Gouvernement a fait quelques efforts de transparence et de communication au cours des dernières années, mais cette démarche ne s'est pas inscrite dans le cadre d'un plan pensé sur le long terme. Deuxièmement, d'un point de vue communicationnel, la gestion de la crise s'est avérée très perfectible, et la réponse de l'exécutif est apparue bien inefficace face à la charge lancée contre lui. Ainsi, l'État a sa part de responsabilité dans cette situation « d'impasse communicationnelle ».

Une véritable stratégie de communication globale, pensée sur le long terme et plus offensive doit être élaborée. Il s'agit pour le pouvoir exécutif de se placer non pas dans une position de défensive, mais d'offensive communicationnelle.

Enfin, l'opacité favorisant la polémique et la controverse, le Gouvernement gagnerait à donner des gages de transparence, en particuliers à l'égard des parlementaires.

Stratégie de communication et transparence ne sont pas la panacée et n'éviteront certainement pas les crises, mais elles en limiteront sans aucun doute les effets.

Mots clés

Défense
Exportation
Armement
Souveraineté stratégique
Autonomie stratégique
Industrie de défense
Stratégie de communication
Communication d'influence
Parole publique
Organisation non gouvernementale
Parlement
Ministère des Armées
Transparence

Médias d'investigation
Rapport au parlement sur les exportations d'armement
Communication sur un sujet sensible
Communication sensible
Communication de crise
Communication publique