



**HAL**  
open science

## La communication au secret : comment la DGSE a remodelé son image publique

Pauline Blistène

► **To cite this version:**

Pauline Blistène. La communication au secret : comment la DGSE a remodelé son image publique. Quaderni, 2022, pp.135-148. 10.4000/quaderni.2328 . hal-03754917

**HAL Id: hal-03754917**

**<https://paris1.hal.science/hal-03754917>**

Submitted on 20 Jun 2024

**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.



Distributed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

# **La communication au secret : comment la DGSE a remodelé son image publique**

**Pauline Blistène**

**Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne**

## RÉSUMÉ

Le présent article retrace la lente conversion de la Direction générale de la sécurité extérieure (DGSE) aux logiques de la communication depuis les années 1990 jusqu'à sa collaboration très publicisée avec l'équipe de la série *Le Bureau des légendes* (Canal + 2015-2020). Il interroge la tension née de la nécessité à communiquer et de l'impossibilité — structurelle, stratégique — du service de renseignement à communiquer sur ses activités réelles. S'appuyant sur des informations en accès libre (presse, documentation historique et technique) et des entretiens conduits avec les professionnels du renseignement français, cet article montrera que loin d'être une évolution naturelle de la DGSE, la collaboration avec l'équipe du BDL a constitué une étape importante dans la formalisation d'une stratégie de communication du service, inspirée notamment de l'exemple américain. En particulier, une telle collaboration a permis à la DGSE de résoudre le paradoxe né de l'injonction à communiquer et de la nécessité absolue de conserver le secret sur ses activités réelles grâce à un simulacre de mise en transparence sous couvert de communication politique.

## ABSTRACT

*Communicating in secret: How the DGSE reshaped its public image*

This article traces the slow conversion of the Direction Générale de la Sécurité Extérieure (DGSE), the French external intelligence service, to the logic of communication from the secretive 1990s to its highly publicized collaboration with *The Bureau* (2015-2020), Canal+'s remarkably successful television series. It questions the tension between the DGSE's necessity to communicate and the impossibility — structural, strategic — for it to do so. Drawing on open-source information (press, historical and technical documentation) and interviews conducted with French intelligence professionals, it argues that far from being a natural evolution of the DGSE, the collaboration with *The Bureau's* team constituted an important step in the formalization of a communication strategy for the intelligence service, inspired among other things by the American example. In particular, this collaboration with entertainment professionals allowed the DGSE to resolve the paradox born of the injunction to communicate and the absolute necessity to maintain secrecy about its real activities through a simulacrum of transparency under the guise of political communication.

Dans un entretien accordé à la revue *Politique Internationale*, le Directeur général de la DGSE (Direction générale de la sécurité extérieure), Bernard Émié, se félicitait de l'impact considérable de la série *Le Bureau des légendes* (Canal+, 2015-2020), première fiction française à avoir bénéficié du soutien *officiel* du service<sup>1</sup>. Il soulignait l'opportunité sans pareille qu'avait représenté ce « *formidable vecteur d'influence, de réputation et de recrutement* » pour mettre en œuvre une stratégie de communication « *inédite* » pour la DGSE, de vidéos postées sur *YouTube* à la publication d'annonces sur le réseau *LinkedIn*. Une telle déclaration n'est pas sans surprendre : pourquoi un service de renseignement, dont la mission et l'efficacité sont conditionnées par le secret de son action, aurait-il besoin de « communiquer » ? Et surtout comment communiquer sur des activités qui ont vocation à demeurer secrètes ?

Le présent article interroge la tension née de la nécessité à « communiquer<sup>2</sup> » qui touche de plus en plus les professionnels du renseignement français, et de leur impossibilité – structurelle, stratégique – à communiquer sur leurs activités réelles. Il s'agira en particulier de reconstituer la lente conversion de la DGSE aux logiques de la communication depuis les années 1990, à partir de l'analyse et de la confrontation de deux types de données : des informations dites « ouvertes » car contenues dans des documents en accès libre (presse, documentation historique et technique, littérature universitaire) ; des entretiens avec les professionnels du renseignement français menés entre 2017 et 2019<sup>3</sup>, et qui permettront de préciser les conditions d'élaboration et le sens de cette stratégie de communication par ceux qui en ont la charge<sup>4</sup>.

\* L'auteure adresse ses remerciements à Benjamin Oudet, ainsi qu'aux relecteurs anonymes de cet article, pour leurs précieux commentaires et suggestions. Ce projet a été en partie financé par le Conseil européen de la recherche (European Research Council) dans le cadre du programme de recherche et d'innovation Horizon 2020 de l'Union Européenne (convention de subvention n° 834759).

1. Bernard Émié, « Les ambitions du renseignement », entretien réalisé par Isabelle Lasserre, *Politique Internationale*, 2019, n° 163.
2. Sur la disqualification politique et normative de la propagande en démocratie et l'imposition de la communication comme obligation, voir Caroline Ollivier-Yaniv, *L'État communicant*, Paris, PUF, 2000 ; Didier Georgakakis, *La République contre la propagande. Aux origines perdues de la communication d'État en France (1917-1940)*, Paris, Economica, 2004. Voir aussi le dossier de *Quaderni* « Propagandes en démocratie » (2010, n°72), en particulier l'introduction d'Emmanuel Taïeb « La propagande revisitée » (p.5-18).
3. Ces entretiens ont été conduits dans le cadre d'un travail de doctorat (Pauline Blistène, *Voir et faire voir le secret de l'État. Fonctions et enjeux de la fiction d'espionnage contemporaine*, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 31 janvier 2020). Pour refléter la diversité des interviewés tout en leur garantissant l'anonymat, condition d'accès au terrain du secret, nous avons mis au point un code composé de lettres et de chiffres. Les deux premières lettres correspondent à la ville où la rencontre a eu lieu (PA pour Paris) ; le premier chiffre est une simple numérotation de l'entretien ; les quatre derniers chiffres renvoient à l'année de réalisation.
4. Pour une approche similaire, voir Claire Oger, « Communication et contrôle de la parole. De la clôture à la mise en scène de l'institution militaire », *Quaderni*, 2003, n°52, p. 77-92.

Loin d'être une évolution naturelle de la DGSE, la collaboration avec l'équipe du *BDL* a constitué une étape importante dans la lente formalisation d'une stratégie de communication du service de renseignement, inspirée de l'exemple américain<sup>5</sup>. Si l'ouverture à l'équipe du *BDL* signale un changement majeur en interne, quant aux avantages supposés d'une plus grande interaction avec le public par l'entremise de la fiction, elle a surtout permis à la DGSE de résoudre le paradoxe d'une injonction à la transparence qui touche les professionnels du renseignement et de leur impossibilité à communiquer sur leurs activités *réelles* en offrant un simulacre de transparence sous couvert de communication politique. Après avoir retracé les grandes étapes d'une telle politique – la progressive sortie de l'opacité de la DGSE (1), la nomination d'un chargé de communication en 2010 (2), la collaboration avec l'équipe du *BDL* (3) – nous verrons comment cette collaboration participe de la réitération d'une sphère du secret dans les régimes démocratiques, sans concourir toutefois à sa divulgation (4).

### **SORTIR DE L'OPACITÉ**

Pour mesurer le changement que représente la collaboration de la DGSE à un projet de série télévisée, il suffit de revenir aux années 1990, une époque où les services de renseignement français n'assument encore quasiment aucune prise de parole publique et ne communiquent presque pas sur leurs activités. Cette réserve, encore acceptable dans les circonstances exceptionnelles que sont celles de la guerre froide, devient difficilement tenable politiquement après la chute de l'Union soviétique et face à l'émergence des nouvelles technologies de l'information et de communication.

L'opacité des services de renseignement français, et en particulier celle de la DGSE, fait de cette part d'ombre de l'État un élément *a minima* incompris, si ce n'est redouté par la population, suscitant nombre de fantasmes et théories du complot. En outre, l'implication des services extérieurs français dans diverses affaires, dont celle du Rainbow Warrior en 1985, venue réactiver l'image de « barbouzes » héritée de la période S.D.E.C.E. (Service de documentation extérieure et de contre-espionnage), ne cesse d'alimenter la réputation sulfureuse des services français<sup>6</sup>. La mauvaise réputation du Service au tournant des années 1990 rend nécessaire une plus grande interaction avec le public. La souvent ignorée interview de l'ancien directeur de la DGSE Claude Silberzahn sur *France 3 Alsace* constitue la première tentative du genre : pour la première fois, une équipe de télévision est autorisée à pénétrer dans l'enceinte de la « Piscine<sup>7</sup> », une initiative présentée comme une faveur par le journaliste José Meidinger au motif que « Claude

5. Aux États-Unis, les collaborations entre agences de renseignement et Hollywood sont bien documentées. Sur les liens entre Hollywood et la CIA voir notamment l'ouvrage de Tricia Jenkins, *The CIA in Hollywood. How the Agency Shapes Film and Television*, University of Texas Press, 2016 (2<sup>e</sup> édition); voir aussi Simon Willmetts, *In Secrecy's Shadow: The OSS and CIA in Hollywood Cinema 1941-1979*, Edinburgh, Edinburgh University Press, 2016.
6. Sébastien Laurent, *Politiques de l'ombre : État, renseignement et surveillance en France*, Paris, Fayard, 2009.
7. La « Piscine » ou la « Boîte » font partie des expressions employées par les officiers de la DGSE, tout comme le « Service », dénomination toutefois plus officielle.

*Silberzahn, de Mulhouse, est un Alsacien*<sup>8</sup>. » Les presque huit minutes de reportage, au demeurant passionnantes, ne suffisent pas à créer de précédent et la DGSE retombe dans l'opacité pendant près de dix ans.

On comprend le difficile équilibre que représente un tel enjeu : comment « communiquer » sur les activités d'un Service par définition secret et pour lequel la moindre faille dans le protocole met potentiellement en danger des opérations en cours ? Différentes initiatives sont alors testées : des entretiens « en *off* » avec des journalistes, par l'entremise, notamment, du chef de cabinet du Directeur général, ainsi que l'ouverture des portes du Service à plusieurs équipes de télévision triées sur le volet... De cette première impulsion naîtront quelques reportages pour la télévision, à l'instar d'un documentaire inédit de 42 mn entièrement tourné au sein de la DGSE et intitulé « Soldats de l'ombre », diffusé dans *Envoyé Spécial* en 2004, qui propose de suivre le quotidien d'officiers de renseignement français<sup>9</sup>. Visages floutés, voix modifiées, gros plans sur des chaussures : la sensibilité et la difficulté à mettre en images un tel sujet, véritable « *cauchemar*<sup>10</sup> » pour les personnes responsables en interne, se ressent dès les premières images. Ne pas évoquer de dossiers en cours serait la seule règle que la DGSE aurait imposée aux journalistes, exigence doublée d'une demande : celui d'un visionnage avant diffusion pour s'assurer qu'aucun officier ne risque d'être identifié. Un tel documentaire constitue sans nul doute une étape importante, que le Service justifie aujourd'hui par l'impossibilité de se soustraire à la « *demande de transparence* » et à la méconnaissance de son rôle et de son action<sup>11</sup>.

#### **LE TOURNANT 2010 : QUAND LA DGSE SE DOTE D'UN CHARGÉ DE COMMUNICATION**

Il faut toutefois attendre l'année 2010 pour que la DGSE nomme son premier chargé de communication, une fonction occupée à partir de cette date par Nicolas Wuest-Famose<sup>12</sup>, qui se voit aussi bien chargé de la communication institutionnelle (à destination de l'extérieur), que de la communication interne (à destination du personnel de la DGSE). Parmi ses quelques apparitions publiques, sa première interview – qui plus est, est filmée – sur *Europe 1* fait date. Il y définit son rôle ainsi :

*« La DGSE ne communiquait pas jusqu'à ce jour avec le grand public. Elle demeurait une maison discrète en ne dialoguant qu'avec le pouvoir exécutif au profit duquel elle travaille. Aujourd'hui, notre rôle et l'évolution de la société doivent nous inciter à entrouvrir notre porte pour expliquer aux citoyens notre mission et notre action<sup>13</sup>. »*

8. José Meidinger, « L'espion du Président », *Cilaos : l'Alsace dans le monde-France 3 Alsace*, 8 octobre 1991.

9. Patrice Lorton et Roger Motte, « Soldats de l'ombre », *Envoyé spécial*, 4 mars 2004.  
10. PA12-2017.

11. Jean-Dominique Merchet, « Espions à domicile », *Libération*, 4 mars 2004.

12. Jean-Dominique Merchet, « La DGSE a désormais un chargé de communication », *Libération*, 16 juin 2010.

13. Nicolas Wuest-Famose, *Europe 1*, 16 juin 2010.

À entendre Nicolas Wuest-Famose, la DGSE semble principalement motivée par le fait d'explicitier sa mission et son action à l'attention du grand public, en d'autres termes faire œuvre de pédagogie, sans pour autant « *commenter l'actualité*<sup>14</sup> », précision importante apportée dans la suite de l'entretien. Une autre finalité qui n'est pas mentionnée dans cette interview, mais que l'on peut aisément supposer au vu du contexte, et qui correspond au fait de vouloir reprendre la main sur l'image publique du Service. Le délaissement de sa stratégie communicationnelle a en effet conduit la DGSE dans une situation qui lui est paradoxalement dommageable : la montée en puissance de la parole des anciens, qui n'hésitent pas à régler leur compte avec la « Boîte » par ouvrages interposés. Outre les risques que de telles pratiques peuvent supposer quant à la possible divulgation de secrets défense et la mise en danger de personnels de la DGSE, et qui fondent les actions juridiques intentées par le ministère de la Défense contre certains auteurs<sup>15</sup>, cette parole incontrôlée menace à terme de s'imposer comme une source d'information privilégiée sur le service et ainsi de l'enfermer dans un cadre qu'il ne maîtrise pas.

Par ailleurs, le nouveau chargé de communication profite de cette première prise de parole pour faire passer un message concernant la politique de recrutement de la DGSE, l'un des soucis majeurs du service en recherche constante de nouveaux talents :

*« Comme dans toute administration, la DGSE recrute par concours.(...) Alors nous ne recherchons ni des James Bond ni des Ethan Hunt. Mais il faut vouloir servir son pays. Voilà le profil. Il faut vouloir servir son pays. Parfois dans des conditions extrêmes. Il faut le faire dans la clandestinité parfois. Il faut être passionné par les questions internationales. Il faut être curieux de tout. Il faut savoir se fondre dans le paysage. Il faut se sentir à l'aise partout. Il faut parler des langues étrangères. Il faut avoir un bel esprit de synthèse. Il faut savoir réfléchir<sup>16</sup>. »*

14. *Ibid.*

15. En 2005, le ministère de la Défense porte plainte contre Pierre Martinet, ancien membre du Service Action de la DGSE, pour violation du secret de la défense nationale à la suite de la parution de son livre *Un agent sort de l'ombre* (Paris, J'ai lu). Il est condamné en 2006 à quinze mois de prison avec sursis et 5 000€ d'amende. Un scénario qui se répète sept ans plus tard avec Maurice Dufresse, ancien sous-directeur de la DGSE, accusé de révéler l'identité de deux agents de la DGSE dans ses mémoires *Vingt-cinq ans dans les services secrets* publiés sous le pseudonyme Pierre Siramy. L'ancien espion est d'abord relaxé – les noms de ces agents ayant d'abord été révélés dans la presse – avant que le ministère n'intente une nouvelle action contre lui : il est finalement condamné à deux mois de prison avec sursis et 5 000€ d'amende. Des inquiétudes qui motivent les agents de l'État à réfléchir à un meilleur encadrement juridique des services de renseignement, notamment pour veiller à la protection des agents. Assemblée Nationale, *Rapport d'information n°1022 en conclusion des travaux d'une mission d'information sur l'évaluation du cadre juridique applicable aux services de renseignement*, déposé par Jean-Jacques Urvoas et Patrice Verchère, 14 mai 2013, p. 34-35.

16. Nicolas Wuest-Famose, *Europe 1*, 16 juin 2010.

Comme le rappelle le journaliste en charge de l'interview, la DGSE a publié ses avis de concours pour la première fois de son histoire en 2010. En apportant, dans la suite de l'entretien, des précisions sur les procédures de recrutement (fonctionnaires civils – concours A, B, C; contractuels etc.), ainsi que sur les profils recherchés (ingénieurs, traducteurs), Nicolas Wuest-Famose semble vouloir acter une certaine « normalisation<sup>17</sup> » du Service, le présentant comme une administration parmi d'autres, sans toutefois banaliser ni ses activités ni ses agents<sup>18</sup>. La liste des qualités recherchées chez les futures recrues – « *polyglotte, curieux, passionné, discret et polyvalent* » – suggère combien ces dernières sont des êtres rares et singuliers, mais non des super-héros comme les films d'espionnage tendent à le faire croire, ce que rappelle la référence à « *James Bond ou Ethan Hunt* ». En décrivant le véritable travail d'un officier de renseignement comme essentiellement contraire aux fantasmes véhiculés par la fiction, Nicolas Wuest-Famose insiste sur le fait que le renseignement est un travail sérieux et réglementé, qui nécessite passion et rigueur. L'on voit ici la DGSE emprunter la même voie que d'autres acteurs du renseignement, à commencer par la Central Intelligence Agency (CIA): celle de se placer en contrepoint de la fiction d'espionnage, jugée dommageable, car charriant de fausses images sur les pratiques réelles des professionnels et générant autant d'attentes irréalistes du côté du public<sup>19</sup>. Une stratégie qui n'interdit pas à l'agence d'utiliser le pouvoir d'attraction des stars pour inciter les jeunes à rejoindre la CIA<sup>20</sup>.

Au demeurant, la référence aux figures fictionnelles de l'espionnage par Nicolas Wuest-Famose ne laisse en rien présager que la DGSE a déjà inauguré, quelques années avant sa nomination, une très discrète politique d'ouverture à l'industrie cinématographique. Le film *Secret Défense*, réalisé par Philippe Haïm et sorti en 2008, est l'un des premiers à avoir bénéficié des conseils du service<sup>21</sup>. Si le film ne remporte pas le succès

17. Comme le soulignent Olivier Chopin et Benjamin Oudet (*Renseignement et sécurité*, Armand Colin, 2018, 2<sup>e</sup> édition, p. 35), cette normalisation du renseignement français est particulièrement « visible avec la loi du 24 juillet 2015 », qui fait du renseignement français, pour la première fois de son histoire, l'objet d'une politique publique.

18. Pauline Blistène, « Le secret comme ordinaire. *Le Bureau des légendes* et la modification du regard », *A contrario*, vol. 26, n°1, 2018, p.115-133.

19. Voir le site de la CIA, <https://www.cia.gov/news-information/featured-story-archive/2007-featured-story-archive/fact-vs-fiction-debunking-some-myths.html>, consulté le 10 avril 2018. L'opposition systématique à la fiction est aussi celle d'une grande partie des universitaires en études de renseignement. Voir par exemple Loch K. Johnson (« Spies in the American Movies: Hollywood's take on Lese Majesté », pp. 5-24); Amy Zegart, « 'Spytainment': the Real Influence of Fake Spies », *International Journal of Intelligence and Counterintelligence*, 2010, 23(4), pp. 599-622.

20. En 2004, l'actrice Jennifer Garner, héroïne de la série *Alias* (2001-2006) souvent décriée par les professionnels pour son côté fantasque, accepte de tourner une vidéo de recrutement pour la CIA dans laquelle elle vante les mérites d'une carrière au sein de l'agence. Voir l'article du New York Times « New C.I.A. Recruiting Video Features 'Alias' Star », *The New York Times*, 10 mars 2004. Ladite vidéo est consultable via ce lien : <https://vimeo.com/228649907>.

21. PA12-2017.



escompté<sup>22</sup>, il signale toutefois l'intention de la DGSE d'agir sur les représentations collectives du renseignement en modifiant son image publique par l'entremise de la fiction jusqu'alors marquée par les figures de barbouzes, de guignols ou d'idiots, qui ont toujours peuplé le cinéma français<sup>23</sup>. Une telle pratique rappelle la longue histoire des interactions entre armées et monde du cinéma en France comme aux États-Unis depuis le début du vingtième siècle<sup>24</sup>, une collaboration aux formes multiples, de la propagande revendiquée comme telle pendant la Seconde Guerre mondiale aux interactions contemporaines, qui se réclament d'un certain droit aux appareils d'État à communiquer et du « soft power » faisant de la fiction un véritable enjeu stratégique<sup>25</sup>.

### L'EXPÉRIENCE BUREAU DES LÉGENDES

L'ouverture de la DGSE à la création audiovisuelle prend une toute autre dimension lorsqu'Éric Rochant sollicite l'aide du Service en 2013 pour un projet de série télévisée centrée sur les agents clandestins français. Le réalisateur cherche à rendre son scénario plus « réaliste » et souhaite consulter la DGSE, tout en s'inspirant de l'attitude et des manières des véritables espions. Si du côté du service, Nicolas Wuest-Famose perçoit l'opportunité d'intégrer la fiction télévisuelle à la toute jeune stratégie de communication<sup>26</sup> – le format sériel offrant de nombreuses possibilités en termes de recrutement et d'influence sur le long terme – la hiérarchie de la DGSE est plus rétive au changement. Comme l'explique un interviewé : « À l'époque la question se pose : doit-on donner suite ? Certains anciens sont contre. C'est un risque, mais cela présente aussi de nombreuses opportunités<sup>27</sup>. » Les risques paraissent en effet très élevés pour un service habitué à la discrétion et à la méfiance, d'autant que la DGSE traverse une crise importante au début de l'année 2013 liée à l'échec du sauvetage de Denis

22. Le réalisme n'est malheureusement pas le souci principal d'un film qui ne parvient pas à éviter les écueils du mauvais thriller d'action.

23. Pauline Blistène, « Cinquante nuances d'espions », *Inflexions*, n°42, 2019.

24. Sur l'exemple français, voir Hélène Guillot *Les Soldats de la mémoire. La section photographique de l'armée, 1915-1919*, Paris, Presses universitaires de Paris Nanterre, 2017 ; Stéphane Launey, « Les services cinématographiques militaires français pendant la Seconde Guerre mondiale », *Revue historique des armées*, 2008, n°252, pp. 27-40 ; Bénédicte Chéron, *Pierre Schoendoerffer. Un cinéma entre histoire et fiction*, Paris, CNRS éditions, 2012. Sur le cas américain, voir Clayton R. Koppes & Gregory D. Black, « What to Show the World: The Office of War Information and Hollywood, 1942-1945 », *The Journal of American History*, 1977, 64 (1), pp. 87-105 ; Clayton R. Koppes & Gregory D. Black, *Hollywood Goes to War. How Politics, Profits, Propaganda shaped World War II movies*, New York, MacMillan, 1987 ; James Combs & Sara T. Combs, *Film Propaganda and American Politics. An Analysis and Filmography*, London, Routledge, 1997.

25. Voir Joseph S. Nye, « Soft Power », *Foreign Policy*, 1990, vol. 80, pp. 153-171 ; Joseph S. Nye, « The Future of Power », *Public Affairs*, New York, 2011.

26. Avant sa prise de fonction boulevard Mortier, le chargé de communication aurait passé trois ans en poste à l'ambassade de France à Washington où il a pu observer les liens ténus qui unissent Hollywood au monde du renseignement, et plus généralement la proximité des industries du divertissement et acteurs de la sécurité et de la défense.

27. PA12-2017.

Allex en Somalie<sup>28</sup>. Un interviewé nous a ainsi expliqué : « *La série parle vraiment des derniers épisodes traumatisants du Service. C'est comme si la DGSE voulait réécrire certains pans de son histoire récente.* » (PA11-2017). Le souvenir des liens qui ont uni par le passé romanciers d'espionnage et SDECE/DGSE ne suffit pas à convaincre Bernard Bajolet, le nouveau Directeur de la DGSE nommé en avril 2013, et décrit comme peu favorable de prime abord à l'idée d'Éric Rochant<sup>29</sup>.

Mais le projet finit par séduire. La bonne réputation d'Éric Rochant auprès des professionnels, et la relation très spéciale qu'il entretient avec le monde du renseignement depuis son film *Les Patriotes* (1994)<sup>30</sup>, constituent le premier élément d'explication. Son réel intérêt pour l'univers du renseignement rassure un Service meurtri par plusieurs échecs et soumis à une pression accrue dans un contexte de réforme consécutif au retour de la menace djihadiste. Les gages donnés par le réalisateur, qui accepte les règles dictées par la DGSE, celles-ci ne paraissant pas menacer sa liberté créative (anonymat pendant les rencontres, pas de discussions concernant des opérations en cours, lecture des premiers scénarios, visionnage des épisodes en avant-première) finissent de convaincre le Service<sup>31</sup>. Il nous faut aussi ajouter la vélocité d'Éric Rochant à faire avaliser son projet par le président de la République, François Hollande<sup>32</sup>. Cette autorisation est facilitée par une prise de contact directe avec sa compagne Julie Gayet. Une avant-première sera organisée au palais de l'Élysée.

La ténacité de Nicolas Wuest-Famose, convaincu qu'il s'agit de la prochaine étape dans la modernisation de la DGSE, y est aussi pour beaucoup<sup>33</sup>. Conscients de l'opportunité qu'une telle série offre pour un service soucieux de refléter sa professionnalisation, les responsables d'alors, en premier lieu le Directeur général Bernard Bajolet, finissent par s'impliquer

28. Membre du Service Action de la DGSE, Denis Allex est enlevé en 2009 en Somalie par une milice affiliée aux Shebbabs. Détenu pendant près de trois ans et demi, il est exécuté par ses ravisseurs après une tentative de sauvetage d'envergure en 2013, impliquant de nombreux acteurs et dans laquelle deux autres membres du Service Action trouvent la mort. Voir Christophe Gomart, *Soldats de l'ombre. Au cœur des forces spéciales*, Paris Taillandier, 2021.

29. Cette information nous a été communiquée en entretien. Une idée similaire apparaît dans l'article de Pierre Gastineau et Philippe Vasset, « Ce que « Le Bureau des Légendes » doit à la réalité », *Vanity Fair*, 21 septembre 2018.

30. PA12-2017. Selon plusieurs interviewés, ce film serait utilisé dans les centres de formation de la DGSE afin d'enseigner les méthodes de manipulation des sources humaines. Il nous faut aussi signaler *Möbius* (2013), autre réalisation d'Éric Rochant sur l'univers du renseignement. Ce film ne connaît toutefois pas la popularité des *Patriotes* auprès des praticiens et remporte un succès limité auprès du public malgré un casting de premier plan (Jean Dujardin, Cécile de France, Tim Roth).

31. Ces éléments nous ont été confirmés par les membres de l'équipe du *BDL*. Selon plusieurs interviewés (PA11-2017 ; PA15-2017), il paraît tout bonnement impensable que la DGSE n'ait pas demandé à consulter les scénarios ne serait-ce que pour s'informer de la teneur de la série avant de répondre à la sollicitation d'Éric Rochant.

32. Jean Guisnel, *Histoire secrète de la DGSE*, Paris, Robert Laffont, 2019.

33. Plusieurs interviewés de la DGSE, ainsi que l'équipe de la série *LBDL*, nous ont confirmé l'implication personnelle de ce dernier dans le projet.

personnellement dans le projet<sup>34</sup>. L'équipe de la série est autorisée à rencontrer des personnels de la DGSE, à filmer plusieurs plans à l'extérieur et à l'intérieur de la caserne du boulevard Mortier et à en visiter les locaux. Cette opportunité permet au chef décorateur de la série, Patrick Durand, de s'inspirer de l'esprit des lieux, qu'il parvient à reconstituer presque à l'identique au grand étonnement du Service, grâce à sa formidable mémoire photographique<sup>35</sup>. Il se murmure cependant que l'équipe aurait eu accès à des locaux peu confidentiels, ressemblant à de nombreuses administrations françaises, à dessein<sup>36</sup>. La réussite d'un tel projet tient enfin à son encadrement rigoureux : signature d'une convention entre la production et la DGSE pour définir les termes de leur collaboration, et, grande première, les modalités d'utilisation du véritable logo de la DGSE<sup>37</sup>.

À sa sortie le 27 avril 2015, accompagnée de la diffusion le même jour d'un reportage donnant la parole aux jeunes recrues de la DGSE et au directeur d'alors Bernard Bajolet sur la chaîne *iTélé*<sup>38</sup>, *LBDL* est un franc succès. À l'indéniable qualité de la série s'ajoute son inscription explicite dans le contexte sécuritaire et politique du moment, marqué par la vague d'attentats terroristes djihadistes à partir de janvier 2015 et les nombreuses réformes de la « communauté du renseignement » qui la précèdent et la suivent<sup>39</sup>. L'ambiguïté installée par la collaboration inédite avec la DGSE, mise en avant de façon très habile pendant la campagne marketing, soulève de nombreuses attentes et interrogations chez le public : une justesse du discours jamais atteinte et la peur d'être face à une œuvre de propagande.

34. Les différents responsables seront d'ailleurs remerciés au générique de fin de la série. Pour la saison 4, on trouve désormais « B.E. » (pour Bernard Émié, directeur général de la DGSE depuis 2017), « B.B. » (pour Bernard Bajolet), « P.U. » (pour Philippe Ullmann), « N.W.F. » (pour Nicolas Wuest-Famose) et « J.Y.L.D. » (pour Jean-Yves Le Drian). Les nombreuses tensions de notoriété publique entre le ministre de la Défense d'alors, Jean-Yves Le Drian, et le Directeur général de la DGSE Bernard Bajolet, ont d'ailleurs été alimentées par la série : alors que le premier accepte mal le fait que son rôle ne soit pas reconnu publiquement dans la réussite d'une telle affaire, ce dont témoigne son évincement du générique de la première saison, le second accuse le ministère de tentative de récupération politique.
35. Voir à ce sujet l'article très détaillé de Léna Lutaud, « La DGSE, meilleur agent infiltré au Bureau des Légendes », *Le Figaro*, 14 mai 2017.
36. Yves Trotignon, *Politique du secret*, Paris, PUF, 2018.
37. Si nous n'avons pas eu accès, jusqu'à ce jour, à ladite convention, son contenu nous a été rapporté par plusieurs interviewés.
38. La chaîne *iTélé* (devenue *CNEWS*) appartient au groupe Canal+, qui est aussi diffuseur de la série. Xavier Alain, « iTélé dans les coulisses de nos services secrets », *Le Figaro TV*, 27 avril 2015.
39. Nous pensons aux réformes du renseignement intérieur (transformation de la DCRI en DGSI) entreprises en 2013 après les attentats de Mohamed Merah en 2012, qui suivent les préconisations du livre blanc de 2013, ainsi que celles du rapport du député Jean-Jacques Urvoas concernant le cadre juridique des services de renseignement. Il nous faut aussi ajouter le projet de loi (n° 2015-912) relative au renseignement concernant les moyens de contrôle des services et les outils autorisés dans les domaines de la surveillance du territoire et des télécommunications (boîtes noires, IMSI-catchers etc.), ainsi que la loi n° 2016-731 du 3 juin 2016 qui renforce la lutte contre le crime organisé, le terrorisme et leur financement.

## SIGNIFIER ET NON RÉVÉLER LE SECRET DE L'ÉTAT

Dans un contexte d'injonction à la transparence, la disqualification de la propagande s'est historiquement exercée au profit de l'imposition de la communication comme impératif, où l'obligation à communiquer renvoie à celle d'informer les citoyens<sup>40</sup>. Plus qu'un retour d'une propagande inspirée des régimes totalitaires, la formalisation d'une politique de communication par la fiction doit plutôt être vue comme la manifestation de « *l'institution de la politique du discours*<sup>41</sup> », c'est-à-dire une « *obligation de parler de l'État dans la sphère publique*<sup>42</sup>. » Il ne s'agit pas d'un simple reflet, ornement ou dissimulation de ses éventuelles actions ou inactions, mais d'une catégorie d'action à part entière, reposant sur une apparente publicisation des institutions du secret – et donc de l'État – par lui-même, à des fins de valorisation et de persuasion. Une telle perspective renvoie à deux injonctions que l'on retrouve répercutées dans le discours de presque tous les praticiens interviewés<sup>43</sup> : l'apparent interdit normatif qui frappe la propagande d'État, l'injonction à la communication publique au nom de la transparence et de l'information des citoyens.

Cette politique du discours est ainsi apparente sur un plan organisationnel, à travers la création d'une structure dédiée à la communication et à l'information au sein de la DGSE en 2010, la diversification des supports liés à la communication (médias<sup>44</sup>, publications officielles<sup>45</sup>, série télévisée<sup>46</sup>, expositions<sup>47</sup>), ainsi que le recours de plus en plus fréquent aux prestataires de service externes<sup>48</sup>. Cette configuration est de nouveau entérinée avec la désignation de Philippe Ullmann en 2015 comme chargé

40. Caroline Ollivier-Yaniv, *L'État communicant*, *op. cit.* ; Didier Georgakakis, *La République contre la propagande*, *op.cit.*

41. Caroline Ollivier-Yaniv, « De l'opposition entre "propagande" et "communication publique" à la définition de la politique du discours. Proposition d'une catégorie analytique », *Quaderni*, 2010, n°72, p. 87-100, p. 90.

42. *Ibid*, p. 90.

43. À l'exception d'un praticien, qui défend une vision positive de la propagande et « le droit de l'État à faire valoir son point de vue » (PA13-2019), tous rejettent la notion de « propagande ».

44. Depuis quelques années, les articles ou reportages télévisés faisant appel aux personnels de la DGSE se multiplient, autant d'occasions pour la DGSE de faire œuvre de pédagogie sur son action et d'expliquer le sens de l'engagement des nouvelles recrues dans une perspective d'accroissement constant de ses effectifs. Voir le dernier en date « «Aussi fiers que discrets» : des agents secrets français de la DGSE expliquent leur engagement de l'ombre » (France 3, 18/06/2020).

45. Il s'agit essentiellement de publications sur la base des conférences *Interaxions*, organisées par la DGSE, conférences fermées faisant intervenir des universitaires, des experts mais aussi des officiers de renseignement, français et étrangers.

46. *LBDL* est ainsi comparé « à un outil de communication et d'influence dont le Service a su tirer profit sans pour autant le contrôler. » (PA12-2017). Une idée similaire est avancée par les interviewés PA13-2019 et PA14-2019.

47. *Le Secret de l'État. XVII<sup>e</sup>-XX<sup>e</sup> siècles*, Archives Nationales, du 4 novembre 2015 au 28 février 2016 ; *Guerres Secrètes*, Musée de l'Armée du 12 octobre 2016 au 29 janvier 2017 ; *Espions*, Cité des Sciences, en partenariat avec l'équipe du *Bureau des Légendes* et les six services de renseignement français (DGSE comprise), jusqu'au 1<sup>er</sup> juin 2021.

48. À en croire l'interview du Directeur général Bernard Émié, la DGSE aurait commandité au moins deux sondages d'opinion dans la dernière décennie. Voir Bernard Émié, « Les ambitions du renseignement », entretien réalisé par Isabelle Lasserre, *Politique Internationale*, 2019, n°163.

de la communication, assurant du même coup les rapports avec le monde de l'audiovisuel<sup>49</sup>. Et si l'équipe du *Bureau des légendes* ne peut être vue comme un prestataire de service, dans la mesure où l'équipe de la série n'est pas rémunérée par la DGSE, cette collaboration s'apparente toutefois à un exemple réussi de partenariat public-privé autour d'une rencontre d'intérêts mutuels<sup>50</sup>.

Le *showrunner* Éric Rochant peut ainsi faire miroiter la pseudo authenticité du discours sériel quand bien même la finalité principale de la production de renseignement, aider la prise de décision politico-militaire, est quasiment absente de la série<sup>51</sup>. Cette stratégie marketing efficace souvent employée aux États-Unis<sup>52</sup>, qui consiste à faire valoir la proximité de véritables praticiens, permet de satisfaire la demande du public pour des récits supposés véridiques sur l'univers du renseignement, en l'absence d'informations sur leurs activités réelles. Comme le souligne un interviewé : « *Le cinéma crée une illusion de connaissance sur une réalité. Rochant a fait quelque chose de gris, de séduisant. C'était une aubaine pour le service, très valorisante, au moment où le renseignement est dans une phase de professionnalisation. La série est un instrument indispensable pour dire au monde que nous ne sommes pas des barbouzes*<sup>53</sup>. »

De son côté, la DGSE bénéficie des retombées en termes d'image auprès du grand public comme des preneurs de décision ou des parlementaires, dans un souci de renouvellement constant de ses effectifs, de légitimation de l'outil renseignement et de diffusion de la culture du renseignement au sein de l'État français<sup>54</sup>. Ainsi, un interviewé explique : « *C'est une question de liberté opérationnelle : une image mal maîtrisée limite les marges de manœuvre*<sup>55</sup>. » Et un autre d'ajouter : « *En plus de la presse, les décideurs politiques ont une vision du monde qui est très conditionnée par les films et les séries.* »<sup>56</sup> En outre, la nature même du discours fictionnel permet à la DGSE de prendre ses distances avec la série quand cela s'avère nécessaire, ou mieux encore, de présenter toute entorse à la vérité comme une preuve de la liberté des créateurs.

49. Jean-Dominique Merchet, « La DGSE a un nouveau chargé de communication : Philippe Ullmann », *L'Opinion*, 19 janvier 2016.

50. L'onde de choc *LBDL* s'est aussi propagée au sein des institutions de la Défense nationale, ministère des Armées en tête (alors ministère de la Défense), avec l'annonce de la création, en mai 2016, d'une « Mission Cinéma », en remplacement du Bureau d'Accueil des Tournages (BPAT) créé en 2007. Le succès de l'expérience *BDL* et l'excellente réception publique et critique de la série ont en effet poussé l'institution à revoir sa stratégie de collaboration avec les acteurs de l'audiovisuel, pour favoriser désormais une intervention plus en amont du processus de production. C'est une stratégie actée par la conclusion d'un accord entre le ministère des Armées et la Guilde française des scénaristes en 2017.

51. Pauline Blistène, « Cinquante nuances d'espions », *art. cit.*; Benjamin Oudet, « Un regard sur le Bureau des légendes », *Saison. La revue des séries*, n°1, 2021.

52. Matthew Birkhold, « Unclassified Fictions: the CIA, Secrecy Law, and the Dangerous Rhetoric of Authenticity », *Berkeley Journal of Entertainment and Sports Law*, May 2014 (3:1).

53. PA13-2019. Une idée similaire est défendue par PA14-2019.

54. Benjamin Oudet, « Un regard... », *art. cit.*

55. PA12-2017.

56. PA13-2019.

Mobiliser la catégorie de « politique du discours » permet ensuite de rendre compte des procédés de surveillance des contre-discours et de leur neutralisation éventuelle, une pratique qui n'invalide pas les principes démocratiques de liberté de prise de parole ou discours critique – mais au contraire s'en réclame, au motif de la nécessité de circulation des discours concurrents et divers dans une sphère publique pluraliste. La discréditation de certains supports fictionnels – comme c'est le cas par Nicolas Wuest-Famose « *ni Jason Bourne ni James Blunt* » – et la promotion simultanée d'autres fictions comme *LBDL* au motif qu'elles sont plus réalistes, suggèrent un véritable suivi opéré par la DGSE, des discours littéraires, filmiques, sériels portant sur son action, aussi bien au niveau institutionnel (en tant que prolongement de cette politique de communication) qu'individuel (comme dispositif de subjectivation de professionnels du renseignement par la fiction)<sup>57</sup>. Plus qu'une juste représentation des enjeux du renseignement, c'est donc la capacité de la série à promouvoir le sens de l'engagement de ces femmes et de ces hommes qui en constituerait la dimension réaliste : « *Le service est avant tout au service de son pays et de ses collègues, la série [LBDL] permet le dévoilement de cette logique*<sup>58</sup>. »

Du reste, analyser la collaboration entre la DGSE et *LBDL* au prisme de la « politique du discours » permet surtout de souligner ce paradoxe : la diversification des procédés communicationnels au sein de la DGSE, qui inclut désormais la fiction comme procédé accepté de valorisation des activités secrètes de l'État, diversification qui contribue en réalité à une plus grande préservation de ce qui doit rester secret. Ni divulgation, ni révélation : rien n'est dit de l'action *présente* de la DGSE, ou de son mode de fonctionnement, qui ne soit déjà connu ou connaissable autrement. De ce point de vue, les procédés de co-production d'un discours fictionnel sur le secret, et la série télévisée qui en est le produit, constituent plus une forme de « communication du secret<sup>59</sup> » qu'une forme de révélation du secret, c'est-à-dire la réitération de l'existence et de la persistance d'une sphère du secret dans les régimes démocratiques, sans concourir toutefois à sa divulgation.

Une telle logique semble particulièrement convenir à un acteur du renseignement : collaborer avec les professionnels de l'audiovisuel permet à la DGSE de combler le déficit informationnel concernant ses activités à l'aide d'un discours fictionnel qui se donne les apparences d'un *quasi-savoir*, sans pour autant divulguer le contenu des véritables secrets dont la DGSE a la charge<sup>60</sup>. Dans un contexte où la demande d'informations concernant les activités secrètes de l'État ne cesse de croître, la collaboration entre la

57. Plusieurs interviewés (PA13-2019 ; PA11-2017) nous ont fait part de leur consommation assidue de fictions d'espionnage, ainsi que de l'utilisation en interne de références fictionnelles.

58. PA12-2017.

59. Caroline Ollivier-Yaniv, « Les communicants gouvernementaux au secret : croire et faire croire à la transparence politique », *Quaderni*, n°52, 2003, p. 110.

60. Nous rejoignons donc en partie la position de Timothy Melley (*The Covert Sphere. Secrecy, Fiction and the National Security State*, Ithaca NY, Cornell University Press, 2012) sur la notion de « quasi-savoir » (*quasi-knowledge*), une idée au demeurant déjà présente chez Alain Dewerpe (*Espion. Une anthropologie historique du secret d'État contemporain*, Paris, Gallimard, 1994) qui rappelle combien la réalité et l'imaginaire s'entremêlent s'agissant du monde de l'espionnage.

DGSE et l'équipe du *Bureau des légendes* répond à la double exigence d'une mise en visibilité du Service – et par extension, de la « sphère secrète » de l'État, tout en participant à une efficace dissimulation des véritables secrets. Aussi, cette collaboration hautement médiatisée entre la DGSE et l'équipe du *BDL* correspond davantage à un *simulacre de mise en transparence* sous couvert de communication politique. Le paradoxe de l'obligation à communiquer qui touche cette part secrète de l'État et la nécessité absolue de conserver le secret trouve ainsi sa résolution dans un simulacre de mise en transparence par la fiction, c'est-à-dire un faux-semblant de révélation au moyen d'une fiction semi-officielle et présentée comme plus « réaliste ». Plus qu'une spectacularisation du secret de l'État<sup>61</sup>, cette mise en visibilité de la DGSE et de sa collaboration avec l'équipe du *BDL* opère un spectacle de mise en transparence qui participe, *in fine*, à la nécessaire perpétuation d'un domaine de l'action de l'État, retranché derrière la frontière du secret.

### CONCLUSION

La toute relative conversion de la DGSE aux logiques de la communication depuis les années 2000 résulte du pragmatisme des responsables du service, doublé d'une réponse à une certaine nécessité historique. Les logiques qui sous-tendent un tel changement sont somme toute assez classiques: un besoin de recrutement constant et une reprise de contrôle de son image publique. Après la création du poste de chargé de communication de la DGSE en 2010, le projet *LBDL* est arrivé pour ainsi dire à point nommé. Plus qu'une offensive en direction de l'audiovisuel, l'ouverture de la DGSE au projet *LBDL* est le fruit d'une rencontre d'intérêts mutuels entre d'une part, le créateur Éric Rochant, qui n'en est pas à son premier fait d'armes sur le sujet, et d'autre part un service de renseignement en demande de représentations plus positives de son action.

Toutefois, la reconsidération d'une telle collaboration au prisme des nouvelles formes de la communication contemporaine fait émerger un autre motif: la possibilité de résoudre le paradoxe d'une impossibilité à communiquer sur des activités qui ont vocation à rester secrètes dans un contexte où les stratégies de valorisation discursives de l'État sont aussi bien disqualifiées qu'encouragées. Dès lors, le soutien très publicisé apporté au projet *BDL* a ainsi permis à la DGSE de mettre en scène une ouverture du reste impossible et d'afficher une intention de mise en concordance avec l'idéal démocratique, tout en conservant le secret sur ce qui doit rester secret.

**Acknowledgements:** This article has received funding from the European Research Council (ERC) under the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme (grant agreement N° 834759).

Cette publication a reçu un financement du Conseil européen de la recherche (CER) dans le cadre du programme de recherche et d'innovation Horizon 2020 de l'Union européenne (convention de subvention N° 834759).

61. Voir Timothy Melley, "Covert Spectacles and the Contradictions of the Democratic Security State", *Story worlds: A Journal of Narratives Studies*, 2014, 6:1, 61-82.