Congrès AFSP Aix 2015

Les brochures grand public de l'Union européenne : un outil marketing pour s'afficher en tant qu'acteur mondial

Mainstream Brochures of the European Union: A marketing tool to be considered as a global player

Laurent Beauguitte, CNRS, UMR IDEES &
Yann Richard, Université Paris I et CNRS, UMR Prodig

Résumé : Pour exister sur la scène internationale, toute organisation est tenue de produire un discours relativement stable et identifiable par les partenaires réels ou potentiels, afin de prétendre au statut d'acteur. Le cas de l'Union européenne (UE) est particulièrement intéressant dans la mesure où cette entité supranationale doit, pour produire un discours audible, parvenir à un consensus entre des acteurs étatiques dont les objectifs et stratégies sont parfois variables. Notre communication s'intéresse aux brochures grand public – en excluant le matériel à usage pédagogique. Cette littérature obéit à des normes relatives tant au texte (disponible en plusieurs langues, court, très structuré) qu'à la présentation (nombreuses illustrations en couleur). À l'aide de méthodes d'analyse lexicale, nous cherchons à identifier les arguments utilisés par l'UE pour apparaître comme un acteur de premier plan, tant au niveau mondial que régional, et à décrire la hiérarchie (explicite ou non) des partenaires mise en évidence dans ces textes. Les premiers résultats montrent un discours d'auto-congratulation qui néglige les principaux acteurs géopolitiques contemporains, qu'il s'agisse des principales puissances étatiques (États-Unis et Russie notamment) ou des principales organisations inter-gouvernementales. Loin d'afficher une volonté de coopération pour peser sur la gouvernance mondiale, l'UE, dans ses publications destinées au grand public, se présente comme un acteur tout puissant dont les ambitions ont vocation à s'étendre dans tous les espaces et à toutes les thématiques.

Mots clés : Acteur global, Analyse textuelle, Communication, Grand public, Union européenne

Abstract: To exist in the international arena and to become an actor in international relations, every organization needs to produce a relatively stable speech identified as such by actual or potential partners. The case of the European Union (EU) is particularly interesting. In order to produce audible discourses, this supranational entity must reach consensus between members states whose objectives and strategies are sometimes incompatible. This paper focuses on general public brochures, excluding the pedagogical materials. This literature obeys to specific standards with respect to text (available in multiple languages, short, highly structured) and presentation (many illustrations in color). Using lexical analysis, we try to identify the arguments used by the EU to emerge as a major player, both globally and regionally, as well as the hierarchy (explicit or not) of the partners evidenced by these texts. The first results reveal a self-congratulatory discourse that does not take account of the leading contemporary geopolitical players, such as major state powers (the United States and Russia in particular) and main inter governmental organizations. Far from advertising its wish for more cooperation in order to influence global governance, the EU is presented as a powerful player whose ambitions are intended to extend in all parts of the world and in all domains.

Keywords: Communication, European Union, Global Actor, Mainstream Audience, Textual Analysis

Introduction

Pour exister sur la scène internationale, toute organisation est tenue de produire un discours relativement stable et identifiable par les partenaires réels ou potentiels, afin de prétendre au statut d'acteur. Le cas de l'Union européenne (UE) est particulièrement intéressant dans la mesure où cette entité supranationale doit, pour produire un discours audible, parvenir à un consensus entre des acteurs étatiques dont les objectifs et stratégies sont variables voire incompatibles. Produire ce discours puis le diffuser de la manière la plus intelligible qui soit est donc un défi communicationnel et politique.

Cet article se concentre sur les discours de l'Union européenne qui, jusqu'à présent, n'ont pas attiré l'attention de nombreux chercheurs (voir cependant Larsen, 1997 ainsi que l'article programmatique de Gobin et Deroubaix, 2010). À l'heure où l'UE est confrontée à de nombreuses difficultés liées à la crise économique et financière, il nous a semblé pertinent de nous intéresser aux discours qu'elle produit à propos du rôle qu'elle entend jouer dans le monde. L'objectif n'est pas de confronter cette parole institutionnelle aux réalisations concrètes de l'Union, comme le font certains spécialistes des relations internationales (Bretherton et Vogler, 1999 ; Lucarelli et Fioramonti, 2010), mais bien de mettre en évidence la géographicité des discours produits par l'UE et d'en tirer des conclusions sur la façon dont elle se représente le monde et dont elle conçoit sa place dans celui-ci. Seuls les discours émis par l'UE en tant qu'entité institutionnelle intégrée et autonome sont pris en considération dans cet article.

La première partie présente les caractéristiques de la communication grand public de l'UE, la méthodologie employée et les règles de constitution du corpus. Nous nous intéressons ensuite aux brochures spécifiquement dédiées au rôle mondial de l'UE, toutes ayant été produites entre 2000 et 2007. Nous cherchons enfin à identifier ce qui a remplacé ces brochures en nous intéressant aux brochures à dominante thématique ou régionale produites de 2008 à 2015. La stabilité (ou la versatilité) des représentations mises en évidence nous permet alors de contribuer au débat sur l'*actorness* de l'UE.

1. La communication grand public de l'UE

1.1 Fonctions de la communication et principales hypothèses

La communication d'une organisation remplit trois fonctions principales et complémentaires : une fonction d'information (ceci a été fait), une fonction de justification (ceci a été fait parce que) et enfin une fonction d'auto-promotion (nous avons bien fait ceci ; nous l'avons fait parce que c'était bien). Le volet auto-promotionnel et, au sens strict, de propagande est particulièrement net quand le discours produit s'adresse au grand public (Banks, 2007).

Dans la mesure où les brochures sont produites par l'UE afin d'affirmer son rôle mondial, on peut s'attendre à ce qu'elle soit l'acteur le plus fréquemment cité et en général comme sujet de l'action décrite. On s'attend en revanche à ce que les États membres ne soient évoqués que de façon marginale, le tout étant supposé transcender la somme des parties. Nous émettons également l'hypothèse que l'UE, dont la mesure où elle prône le multilatéralisme en relations internationales (Beauguitte, 2011), a tendance à citer souvent comme interlocuteurs privilégiés des acteurs non étatiques : autres institutions internationales, groupes régionaux et ONG supposées représenter la

« société civile »[1].

En ce qui concerne les thèmes abordés, nous nous attendons à une nette domination des thèmes liés aux volontés normatives de l'UE au niveau mondial : réchauffement climatique, respect des droits humains et, secondairement, développement économique. L'action normative dans le domaine des droits humains est en effet frappante dans des enceintes telles l'Assemblée générale de l'ONU (Beauguitte, 2012). Nous nous attendons également à ce que les thèmes soient abordés de la façon la plus consensuelle possible (pas de mise en cause d'acteurs précis, pas de choix politique ou économique dépassant la déclaration de principes). Cela rejoint les normes de la communication institutionnelle mises en évidence notamment dans les travaux d'Oger et Ollivier-Yaniv (2003, 2006) et de Rist (2002).

Enfin, les lieux cités peuvent, selon nos hypothèses, montrer quelles sont les zones géographiques considérées comme essentielles par l'UE. Nous faisons l'hypothèse que trois types de lieux sont fréquemment cités : les lieux majeurs de la mondialisation (réunions du G-8/G-20 par exemple), les lieux témoins qui ont pour objectif de prouver l'efficacité, si possible chiffrée, de l'Union européenne, et enfin les lieux proches de l'UE (voisinage). Il convient de noter que différencier acteur et lieu n'est pas toujours facile : un État peut être simultanément évoqué à travers son rôle politique et comme terrain d'intervention, la faiblesse de l'un pouvant dans certains cas justifier l'autre (ex. Afghanistan ou Haïti, États défaillants *donc* à consolider).

1.2 Ce qu'est une brochure grand public

La catégorie brochure grand public est utilisée par l'UE elle-même sur son site http://bookshop.europa.eu/. Pour chacun des thèmes disponibles, il est précisé le nombre et le statut des documents disponibles. En ce qui concerne le public visé, on trouve les catégories suivantes : « spécialisé/technique », « grand public », « scientifique », « tous » et « législatif ». De façon assez surprenante, la somme des items disponibles dans chaque catégorie n'est jamais égale à la somme des documents disponibles dans la rubrique concernée… Ainsi la catégorie « Politique internationale » recense 201 documents dont 80 spécialisés/techniques, 17 tous, 7 grand public, 7 législatifs et 2 scientifiques soit 113 documents seulement. La rubrique grand public est relativement peu fournie et certains documents sont d'une pertinence relative (ainsi, à la rubrique « Relations avec les organisations internationales », on trouve en catégorie grand public le *Lexique européen du vélo*).

[1] Les guillemets s'imposent dans la mesure où ce terme devenu d'usage courant n'est qu'exceptionnellement défini de façon précise. Le terme est dans les faits le plus souvent utilisé comme un synonyme d'ONG.



http://bookshop.europa.eu/fr/relations-avec-les-organisations-internationales-cbNUgKABstREgAAAEjZ5EY4e5L/ (visité le 08 avril 2015).

Si elle est une catégorie de l'UE, la brochure grand public se distingue surtout au niveau formel : utilisation massive de la couleur et d'illustrations, maquette aérée, textes courts et agrémentés de nombreux éléments para-textuels (titre de section, citation, encadré etc.). L'extrait reproduit ci-dessous est extrait de la brochure *Le partenariat Afrique-UE. 2 Unions, 1 vision* (p. 17) et montre ces différents éléments de mise en page qui attestent le caractère grand public du texte. On notera notamment la variété des polices et des couleurs utilisées pour les différents niveaux de titres.



En ce qui concerne le contenu lui-même, le texte est court, découpé en de nombreux chapitres et facile à lire : les termes techniques sont rares et tous les sigles utilisés sont précisément définis. Autre caractéristique notable des brochures grand public, elles sont disponibles dans plusieurs langues de l'UE.

1.3 Corpus et choix méthodologiques

La méthodologie employée mobilise l'analyse de contenu au sens large (contenu textuel et iconographique – Bardin 2007). Textes et images ont été analysés séparément car nous n'avons pas réussi à mettre au point de méthode générique susceptible d'appréhender les deux simultanément. Les éventuelles préfaces, les sommaires et tables des matières, les mentions légales relatives à la publication et les tableaux chiffrés ont été exclus de l'analyse.

L'ensemble des textes a été mis en forme sous forme de fichiers textes et soumis à des procédures d'analyse lexicale (Bonnafous et Tournier, 1995 ; Bonnafous et Temmar, 2007). L'étude des occurrences s'est focalisée sur trois champs lexicaux : celui des acteurs, celui des lieux et celui des thèmes. L'objectif était de déterminer quels étaient les acteurs les plus souvent évoqués (UE, États membres, grandes puissances, ONG, organisations régionales), quels étaient les lieux les plus souvent nommés et quels étaient les thèmes associés à ces lieux. Il nous semble en effet que l'importance quantitative des acteurs dans les textes peut constituer un moyen d'approcher l'image du monde produite par l'UE et le rôle qu'elle entend/prétend y jouer (Beauguitte *et al.*, 2014).

En ce qui concerne l'iconographie, une première étape a consisté à lister l'ensemble des images (cartes, graphiques, dessins, photographies) présentes dans chacun des documents analysés et à les catégoriser. Une seconde étape a concerné les seules photographies et nous avons relevé les éléments suivants : taille de l'image (en proportion de la page), présence d'une légende (et si oui, présence d'une indication géographique), présence de personnes, présence de sigles, angle de prise de vue (plongée, contre-plongée, face) et enfin cadrage (gros plan, plan moyen, plan large). Cette méthode d'analyse, mise au point dans le cadre de la thèse d'un des auteurs (Beauguitte, 2011) et affinée depuis par les auteurs (Beauguitte et Richard, 2012), s'est avérée peu adaptée pour certains documents du corpus, notamment la brochure *50 ans, 50 histoires de solidarité* dont la charte graphique ne permet guère de distinguer image et texte. Pour des raisons qui tiennent à la longueur de cet article, l'analyse de l'iconographie ne sera évoquée ici que de manière cursive.

La constitution du corpus a obéi à deux critères : ne sélectionner que les brochures grand public, en excluant le matériel pédagogique dont les fonctions et le statut sont différents ; ne sélectionner que les brochures mettant en avant le rôle de l'UE au niveau mondial. Si ce type de production est relativement repérable avant 2008, il devient plus rare ensuite et nous avons été contraints d'insérer des brochures concernant le voisinage de l'UE et des aspects plus thématiques. L'ensemble des brochures étudiées et leurs références précises sont listées en annexe.

2. L'UE comme acteur mondial 2000 - 2007

La période 2000-2007 voit la parution de trois types de brochures grand public relatives au rôle d'acteur global de l'UE : une série de brochures intitulées *L'UE dans le monde* très similaires les unes aux autres, tant en termes de forme que de contenu (parution en 2000, 2004 et 2007) ; deux brochures consacrées au rôle humanitaire et militaire de l'UE (parution en 2005 et 2007), brochures

également très proches l'une de l'autre ; enfin une brochure spécifiquement destinée à un public jeune et qui présente une originalité forte tant dans la forme que dans le fond (2007).

La simple présentation des différentes couvertures des brochures étudiées ici montre la similitude formelle de certaines. Cette similitude se retrouve, nous le montrerons, dans leur organisation et dans leur contenu.

Couvertures des brochures parus entre 2000 et 2007



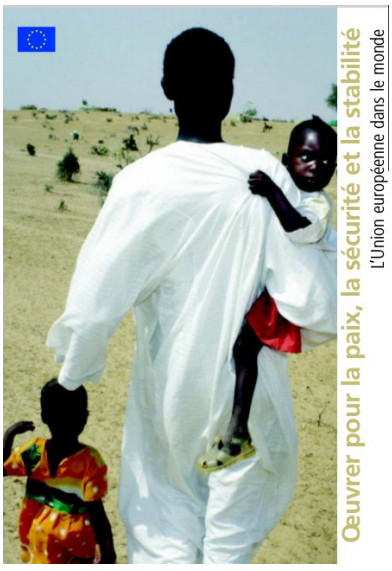
2000



2004



2007



2005



2007



2007

2.1 Les brochures L'UE dans le monde[2]

Un premier constat concerne la taille des textes qui ne cesse de baisser au fil des éditions : 12 860 mots en 2000, 6 242 en 2004 et 5 811 en 2007. Ce rétrécissement du texte s'accompagne d'une baisse du nombre de pages (de 35 pages en 2000 à 22 en 2004 et 2007 – exclues dans tous les cas les pages de garde finales), tandis que le nombre d'illustrations augmente en part relative (voir tableau 1). On observe donc une baisse relative de la densité d'un discours qui est, par ailleurs, de plus en plus illustré (près de 370 mots par page en moyenne en 2000 et 260 mots par page en 2007).

Un tel rétrécissement du discours est en soi intéressant. Une partie du texte de l'édition de 2000 visait à présenter les modalités des élargissements à venir ainsi que les différents candidats. Cette partie a quasiment disparu en 2004 et rien n'est venu la remplacer. Les détails techniques, nombreux dans la première édition, ont eux aussi pour la plupart disparu. Comme si les rédacteurs avaient fait le choix d'épurer, de simplifier au maximum le message diffusé – jusqu'à sa disparition après 2007.

Tableau 1 : Fréquence et typologie des illustrations

Année	Photographies	Graphiques	Carte	Total	Nombre/pages
2000	14	2	1	17	0.48
2004	13	1	0	14	0.64
2007	13	1	0	14	0.64

Les images, presque exclusivement des photographies, présentent des caractéristiques intéressantes. Elles ne montrent que de façon exceptionnelle des lieux précis : les légendes sont dans l'immense majorité des cas a-spatiales et atemporelles dans la mesure où elles n'indiquent ni le lieu ni la date de la prise de vue.

Les thèmes abordés, par ordre décroissant, sont le développement économique, toujours posé comme une conséquence du libre-échange et de la libéralisation des marchés, le commerce et, loin derrière, les droits humains et la protection de l'environnement. Alors qu'on pouvait supposer une grande prudence politique dans des brochures de ce type, le credo libéral est au contraire affirmé avec force à de nombreuses reprises, que ce soit dans le texte ou dans les légendes des illustrations. On peut en revanche s'étonner de la faible présence des droits humains dans la mesure où l'UE tend à promouvoir une action globale sur ce thème. Cela s'explique sans doute par l'existence de brochures spécifiquement dédiées à ce thème, brochures qui continuent à être produites aujourd'hui : le Service européen pour l'Action extérieure (SEAE) publie chaque année depuis 2001 un épais rapport, dépassant parfois les 300 pages, intitulé *Droits de l'homme et démocratie dans le monde. Rapport sur l'activité de l'UE*. De plus, deux brochures grand public spécifiquement dédiées à l'action militaire et humanitaire de l'UE paraissent en 2005 et en 2007 (voir *infra*).

La stabilité thématique doit être soulignée : dans les trois brochures, les mêmes thèmes reviennent, dans le même ordre, et les argumentaires utilisés sont similaires d'une année à l'autre. Cette grande stabilité thématique est bien entendu en partie due à la période chronologique restreinte couverte par les brochures. Elle peut également s'expliquer par la logique même de la communication institutionnelle : que le discours soit constant est une exigence minimale pour apparaître comme un acteur cohérent de la scène mondiale.

[2] Cette partie reprend certains éléments de l'article de Beauguitte et Richard (2012).

2.2 Des messages ciblés

Si le premier sous corpus (les brochures *L'UE dans le monde*) s'adresse à un public large pour les raisons indiquées plus haut, les deux brochures sur l'action extérieure s'adressent à un public plus ciblé et *a priori* concerné : le texte est plus long (plus de 25 000 mots) et les actions sont beaucoup plus détaillées. On retrouve un ton auto-promotionnel dans les premières phrases des deux documents. En 2005, on peut par exemple lire : « La création de l'Union européenne (UE) a apporté une nouvelle période de paix et de stabilité sans précédent dans l'histoire de l'Europe. La création de liens étroits et l'interdépendance au sein de l'UE ont rendu impossible une nouvelle guerre européenne majeure. Notre histoire et nos liens culturels nous mettent en relation avec chaque partie du monde. Aujourd'hui, avec 25 États membres et une population dépassant 450 millions de personnes produisant un quart du produit national brut (PNB) mondial, l'Union européenne constitue inévitablement un acteur mondial ». En 2007, seulement deux termes ont changé : 25 devient 27 États membres et 450 devient 490 millions de personnes.

De nombreux paragraphes sont identiques dans les deux documents (mêmes exemples, mêmes extraits d'entretiens, etc.) et la nécessité d'éditer deux ans après le précédent un document à ce point similaire peut se discuter, à moins que la Commission européenne n'ait souhaité communiquer en direction du grand public au moment de l'élargissement à la Roumanie et à la Bulgarie. L'iconographie est également très similaire (plus du quart des photographies utilisées en 2005 le sont à nouveau en 2007). Mais, si l'on passe les déclarations de principe placées en introduction, les actions sont ici beaucoup plus longuement décrites et on retrouve toujours une chronologie détaillée, la liste précise des acteurs impliqués, les coûts financiers associées etc. Les thèmes majeurs sont la gouvernance, l'État de droit, les mesures de prévention des conflits et du terrorisme.

La brochure *50 ans, 50 histoires* est plus courte (13 000 mots). Elle s'adresse à un public adolescent et la mise en page même rappelle la presse « jeune » : abondance de photographies, présence de caricatures, phrases en exergue. Le ton est également différent avec notamment des rubriques « Coup de gueule » : une personne est censée critiquer un aspect de la politique européenne, puis une réponse (pas toujours très convaincante, notamment en ce qui concerne le coût de la Politique agricole commune) suit. Autres rubriques spécifiques : des petites incises « Le saviez-vous? » et un quiz situé en fin de document. Comme l'indique le titre, cinquante histoires plus ou moins édifiantes dressent un tableau très positif de l'action européenne, dans les domaines de l'action humanitaire, de la défense de l'environnement ou de la santé (ces deux derniers thèmes étant rarement traités dans les brochures évoquées précédemment). La vision du monde est ici beaucoup plus positive et des termes fréquemment employés dans les autres brochures (champ lexical du terrorisme notamment) deviennent ici des hapax[3].

[3] Un hapax est un terme n'apparaissant qu'une fois dans un texte.

Quand l'UE s'adresse aux jeunes (extrait de la brochure* 50 ans, 50 histoires*)



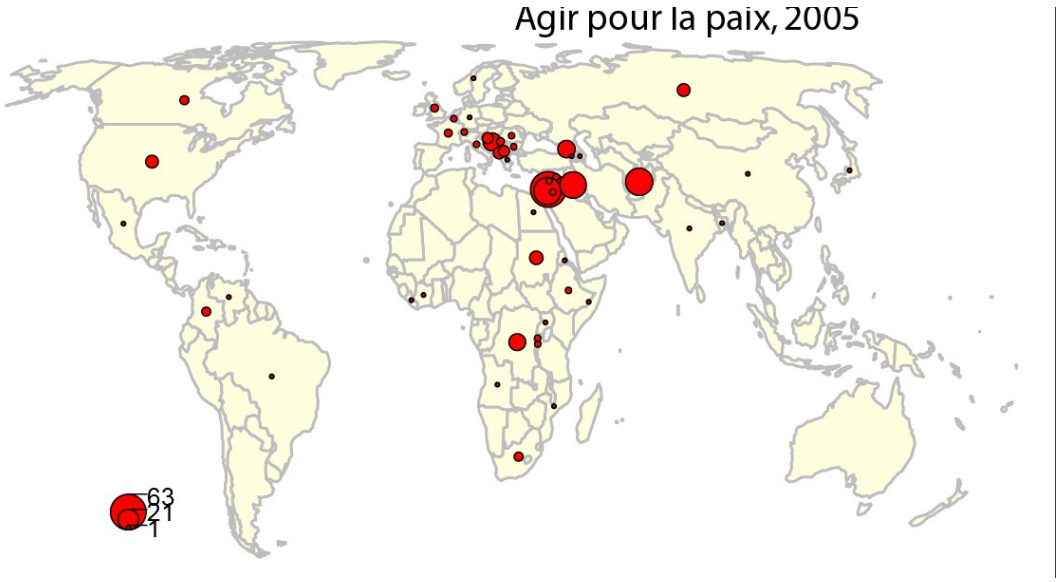
Si l'on synthétise ces différents éléments, on note donc entre 2000 et 2007 une volonté nette de l'UE de mettre en avant auprès du grand public son action mondiale et de viser trois publics différents : le grand public (textes courts, richement illustrés et présentant les grands principes), le public concerné (grands principes et détails des opérations en cours) et les jeunes (vision plus optimiste et positive). Les différences de mise en page et de contenu sont frappantes même si une grande unité apparaît en ce qui concerne les objectifs et ambitions de l'UE. Cette diversité formelle se retrouve-t-elle dans la liste des acteurs et des lieux évoqués ?

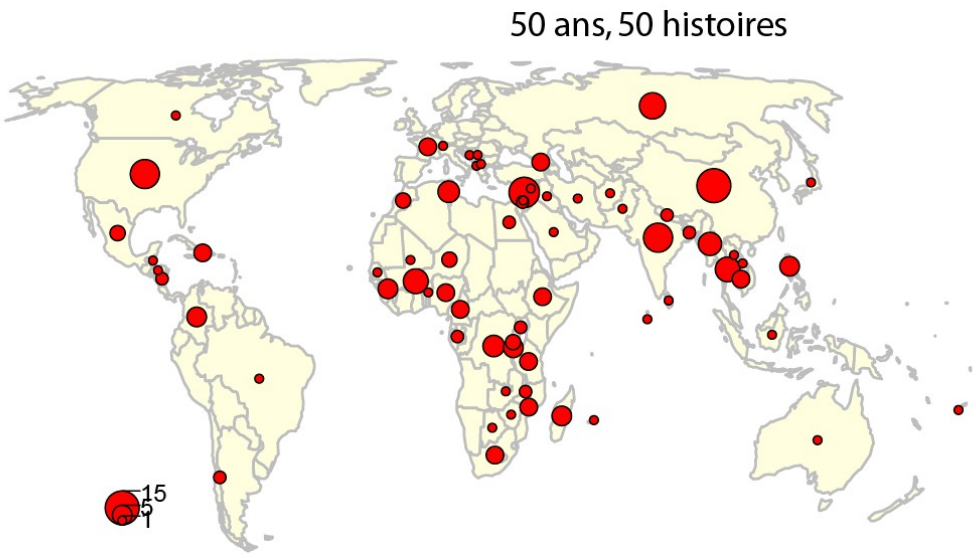
2.3 Acteurs et espaces

Dans les brochures liées à l'action extérieure (2005 et 2007), les autres organisations inter-gouvernementales sont fréquemment citées, qu'il s'agisse des Nations Unies, de l'Union africaine ou de la Banque mondiale. Trois catégories d'acteurs étatiques sont distinguées : les États membres (toujours les plus cités), les grandes puissances (États-Unis, Japon, Russie) et enfin les pays (et non États) où l'UE intervient. Les termes d'ONG ou de société civile ne sont utilisés que de façon exceptionnelle. On trouve en revanche des exemples d'actions financées par l'UE (exemples repris d'une brochure à l'autre) qui sont présentées par des acteurs de terrain. La volonté de présenter de façon détaillée des actions spécifiques amènent à concentrer le texte sur un nombre restreint d'espaces. La quasi absence de l'Asie dans la brochure de 2005 (cf carte ci-dessous) est nuancée en 2007 avec la présentation de l'action de l'UE aux Philippines.

Dans les brochures *L'UE dans le monde*, l'UE est l'acteur le plus cité, les États membres ne le sont qu'exceptionnellement et les autres organisations régionales ou internationales sont à peine évoquées. La société civile et les ONG sont tout aussi peu présentes. À l'inverse, dans la brochure *50 ans, 50 histoires*, la société civile est présente à toutes les pages et un nombre très élevé d'États, de villes et d'acteurs différents sont cités.

La représentation cartographique des occurrences d'États montre bien la diversité des dispositifs éditoriaux : seulement quelques cas évoqués de façon détaillée dans les brochures *Agir et Œuvrer pour la paix* (Balkans, Palestine, Irak et Afghanistan) ; un zapping spatial beaucoup plus vaste dans *50 ans, 50 histoires*.





Il est intéressant de relever les échelles mobilisées : le terme « Monde », référence à l'échelle spatiale, est couramment employé tandis que le terme « mondialisation », référence à un processus en cours, apparaît à peine (4 occurrences dans les 3 textes). Les termes liés à l'échelle globale ou au multilatéralisme sont également rares. La grille de lecture du monde commune à l'ensemble de ces textes est clairement internationale au sens strict car elle privilégie l'échelle étatique, excepté évidemment pour l'UE elle-même.

3 Entre approches thématiques et régionales (2008 – 2015)

Si la production éditoriale grand public de l'UE aborde à plusieurs reprises son rôle global entre 2000 et 2007, cette particularité disparaît ensuite. Il est possible que cette tendance soit liée aux changements survenus dans la politique de communication de l'UE en 2006 (Bee et Bozzini, 2010), mais nous n'avons pas pu rassembler des éléments permettant de valider cette hypothèse. Nous nous interrogerons dans cette partie sur la disparition de l'échelle mondiale. L'approche thématique se renforce et la position affichée par l'UE est de plus en plus celle d'un acteur moral, soucieux de montrer la voie à suivre en matière d'environnement, de développement ou d'aide humanitaire. Enfin, si l'échelle monde disparaît, l'approche par l'espace se marque par une fragmentation et deux grandes catégories géographiques apparaissent : les voisin(age)s et les continents.

3.1 La disparition de l'échelle mondiale

Le fait le plus marquant dans la chronologie de ces brochures grand public est leur disparition après 2007. Plusieurs hypothèses non exclusives peuvent être avancées.

La première hypothèse est liée à la chronologie institutionnelle européenne. Comme indiqué plus haut, les dates de production sont étroitement liées aux élargissements successifs ainsi qu'à la mise en place des nouveaux outils de la politique étrangère de l'UE. Dans la mesure où aucun élargissement de grande ampleur n'a eu lieu depuis la vague 2004-2007 (seule la Croatie a depuis rejoint l'UE), la nécessité de ces brochures disparaît. Un autre facteur institutionnel est constitué par les non français et néerlandais de 2005 aux référendums sur la constitution européenne : affirmer un rôle mondial quand la politique commune est fortement contestée par les électorats d'États membres est sans doute plus délicat et imposerait un recentrement de la communication grand public.

La deuxième hypothèse concerne la difficulté croissante, tant pour des raisons internes (consensus et donc discours communs plus longs à produire à 25, 27 ou 28) qu'externes (complexité des phénomènes liés à la mondialisation contemporaine), à produire un discours unique et synthétique concernant le rôle de l'UE dans le monde. Si tel est le cas, on devrait alors voir ces brochures généralistes remplacées par des brochures aux spectres thématiques et/ou géographiques plus étroits.

Si ces brochures disparaissent, c'est peut-être également parce que d'autres outils les remplacent (sites Internet, lettres d'information). Bien que le site Internet europa.eu mette en exergue le rôle mondial de l'UE, cette hypothèse paraît peu crédible car la multiplication des nouveaux outils de communication ne cause pas la disparition des brochures papier dans d'autres cadres (voir par exemple les brochures annuelles UE-ONU analysées dans Beauguitte, 2011, p. 179-190). Par ailleurs, il faut noter que le site Internet de l'UE est touffu et réservé à des usager connaisseurs ou motivés car y trouver de l'information n'est pas toujours facile. Contrairement à ce qu'on pourrait penser de prime abord, ce support à un caractère moins grand public que les brochures.

Deux autres hypothèses peuvent être envisagées :

- avec la crise économique et financière, l'Union européenne est fragilisée. On peut penser que les institutions européennes et les pays membres portent une plus grande attention aux fragilités internes de l'Union (pays membres en crise, fragilités de la gouvernance commune…) pour tenter d'y remédier. Dans ce contexte, produire des brochures présentant

l'action extérieure de l'UE est peut-être jugé moins pertinent ou en tout cas non prioritaire ;

- l'UE est restée très en retrait dans le traitement de certains dossiers internationaux complexes tels que la guerre en Ukraine et l'instabilité des pays arabes, malgré la création d'un Service européen pour l'action extérieur (SEAE) en 2011. Ce sont les pays membres qui agissent en bilatéral. L'absence de brochure traduirait dans ce cas un affaissement de l'intégration européenne dans le domaine de la politique étrangère au profit des diplomaties nationales.

Une seule exception partielle peut être relevée, la brochure signée Pascal Fontaine intitulée *12 leçons sur l'Europe* (2010). Le statut d'acteur global est abordé dans trois chapitres (ou leçons) et ne fait ailleurs que l'objet d'allusions cursives : le chapitre 8 intitulé « Développer une économie fondée sur la connaissance et l'innovation » situe clairement la stratégie européenne de Lisbonne dans le contexte de la mondialisation ; le chapitre 11 titré « Quel rôle pour l'Union européenne dans le monde ? » reprend l'argumentaire des brochures *L'UE dans le monde* sous une forme légèrement plus emphatique ; le chapitre 12 intitulé « Quel avenir pour l'Europe ? » fait office de conclusion et érige l'UE en exemple voire en modèle (la dernière phrase de cette conclusion se termine par la formule suivante : « l'Europe continuera à être respectée et restera une source d'inspiration dans le monde. »).

Ces trois chapitres ont fait l'objet du même protocole d'analyse que les brochures parues entre 2000 et 2007, mais les résultats doivent être considérés avec prudence dans la mesure où ces trois chapitres forment un corpus de 3700 mots seulement. L'iconographie n'a pas été prise en compte car six photographies de petite dimension (1/5 à 1/4 de la page) ne peuvent permettre de dégager des régularités.

Ces trois chapitres sont très similaires, tant pour les thèmes traités (commerce et libre échange dominent) que pour les acteurs cités (l'UE, les États membres, les pays aidés), aux brochures *L'UE dans le monde*.

3.2 L'UE, leader moral et modèle à suivre ?

Dans cette section, nous analysons la manière dont l'UE présente son action extérieure dans trois domaines : l'aide humanitaire, l'aide au développement, la protection de l'environnement. Notre objectif est de voir comment elle se présente en tant qu'acteur et de voir si son discours est stable ou versatile.

L'UE se présente volontiers comme un leader en matière d'aide humanitaire. Cela explique que ce thème occupe une place croissante dans les brochures sur *L'UE dans le monde*. On compte seulement une page dans la brochure publiée en 2000, mais deux dans celles pourtant plus courtes de 2005 et 2007 et une photographie est utilisée dans les deux derniers cas. Si le discours est très général en 2000, les brochures de 2005 et 2007 sont plus précises et mettent l'accent sur de nombreux exemples de crises et d'actions. Dans tous les cas, on relève surtout une volonté de mettre en exergue l'envergure mondiale de l'action humanitaire de l'UE, en mentionnant le nombre élevé de pays où elle intervient directement ou indirectement et en rappelant qu'elle s'implique aussi dans des régions où se déroulent des crises oubliées. Cet aspect est également au cœur du dispositif discursif des brochures sur l'action extérieure de 2005 et 2007. On note ensuite quelques évolutions. Dans les brochures du Comité économique et social européen (CESE), l'aide humanitaire n'apparaît pas. Dans celle sur *Le Partenariat Afrique – UE*, publiée en 2014, l'aide

humanitaire apparaît en revanche quatre fois, mais de façon dispersée. Elle est mentionnée une première fois pour souligner son poids financier dans un paragraphe sur la coopération financière entre l'UE et l'Afrique. Puis elle apparaît trois fois de façon ponctuelle dans la présentation des actions menées par l'UE en Somalie, en République centrafricaine et au Mali. Mais contrairement aux brochures *L'UE dans le monde*, l'aide n'est pas associée à l'idée d'influence et de *soft power*. L'action humanitaire est enfin l'objet d'un document très factuel de 2012 publié par ECHO (Service de l'UE à l'aide humanitaire et à la protection civile) et intitulé *La Commission européenne et l'Aide Humanitaire de A à Z*. Il s'agit d'une liste alphabétique de pays (plus Sahara et Monde) où sont indiqués en une poignée de lignes l'aide apportée. Contrairement à tous les autres documents qui mettent en avant le volet financier de l'aide, seul l'aspect humain est ici évoqué (x milliers de personnes sauvées, secourues, assistées etc.). La couverture spatiale est vaste, d'ampleur mondiale et la carte des lieux nommés (non reproduite ici) rappelle celle de *50 ans, 50 histoires*.

L'Union européenne se présente volontiers comme un leader qui montre la voie en matière de protection de l'environnement, thème qu'elle présente comme planétaire et qu'elle associe souvent à celui du développement durable. Toutefois, ce thème est très inégalement abordé dans les brochures. Dans celle de 2000, le thème est présenté comme une responsabilité internationale de l'UE, placée au cœur de ses relations diplomatiques ; il ne fait pas l'objet d'un chapitre spécifique en 2004 ; en 2007, il est présenté comme un domaine de coopération et comme un thème important dans les relations extérieures de l'UE à l'échelle mondiale. Mais ce thème est éparpillé dans divers chapitres et il n'est abordé directement que dans deux paragraphes dédiés au réchauffement climatique. Dans la brochure de 2010, l'environnement est plus visible et est associé au thème du développement durable (quatre paragraphes) dans une partie sur l'UE et l'innovation, mais sans formuler l'idée qu'elle est un *leader* mondial dans ce domaine. Ces paragraphes mettent en exergue d'autres idées : l'UE lutte contre le changement climatique ; ses succès diplomatiques dans ce domaine sont limités mais ses actions sont variées ; elle souhaite renforcer la protection de la santé des citoyens et préserver la biodiversité... En revanche, dans les brochures du CESE, le thème de l'environnement n'apparaît quasiment pas en tant que tel. C'est l'idée de développement durable qui est présentée, incluse dans les paragraphes consacrés au commerce international.

L'aide au développement occupe une place décroissante dans les brochures *L'UE dans le monde* : cinq pages dans celle de 2000, contre deux dans celles de 2004 et 2007. Mais il ne s'agit pas vraiment d'une réduction car les deux premières pages du chapitre sur l'aide au développement de la brochure de 2000 se retrouvent dans les deux brochures suivantes. Les trois autres pages de cette brochure sont concentrées sur les relations avec les pays ACP, l'Afrique et l'Afrique du Sud. Après 2007, la place donnée à ce thème varie beaucoup selon les brochures. Dans la brochure sur *Le Partenariat Afrique – UE*, le thème du développement est omniprésent, ce qui n'est pas une surprise, avec quelques idées fortes : c'est un effort financier considérable malgré la crise, l'UE est le premier partenaire de l'Afrique dans ce domaine (sans doute pour se différencier de la Chine elle aussi très présente en Afrique), et le développement est associé à d'autres thèmes (paix, sécurité, climat des investissements, infrastructures, développement durable, mobilité et emploi), enfin l'UE coopère avec des institutions internationales (PNUD, ONUDI, OIM…). En revanche, le thème n'apparaît pas dans les brochures du CESE. Les deux brochures jumelles publiées en 2014 par la Commission européenne (titres et ISBN différents mais contenu textuel et iconographique identique) - *Coopération internationale et développement. Lutter contre la pauvreté dans un monde en mutation* et *Développement et coopération. Lutter contre la pauvreté dans un monde en mutation* – mélangent description précise et chiffrée (nombre de personnes, coût financier, répartition des opérations) du fonctionnement de l'aide de l'UE et brèves évocations de situations locales (Haïti,

Kazakhstan). L'UE est citée à toutes les pages quand d'autres organisations (ONU, OCDE) n'apparaissent qu'une à deux fois dans l'ensemble du texte. Comme dans les brochures évoquées précédemment, l'Afrique (subsaharienne) apparaît comme le destinataire principal de cette aide humanitaire.

3.3 L'UE, les voisins et les continents

Dans les brochures publiées à partir de 2007, on note plusieurs éléments saillants. C'est l'Europe qui se taille la part du lion et qui est le continent ou l'ensemble régional le plus souvent cité directement ou indirectement. Il peut s'agir de l'Europe comme continent, dont les limites ne sont pas précisées, de l'Union européenne, dont les limites sont mouvantes car non définies une fois pour toute, ou d'autres organisations telles que l'OSCE. Et il est fréquent que le terme « Europe » soit utilisé pour « Union européenne ». À plusieurs reprise, le continent européen est en quelque sorte annexé par l'UE car l'élargissement de l'Union européenne est désigné comme une (ré)unification du continent européen (« ils ont fait le choix de reprendre leur place au sein de la famille démocratique européenne »). À cet égard, deux idées peuvent être soulignées.

D'une part, les élargissements de 2004 et 2007 sont présentés comme des moments où les anciennes démocraties populaires sont revenues dans l'Europe, ce qui revient à dire l'UE est la seule Europe légitime. D'autre part, la Russie est mentionnée plusieurs fois dans les brochures comme une puissance mais comme un pays qui n'a pas vocation à entrer dans l'Union européenne. Il est dit que son intégration menacerait de déséquilibrer politiquement et géographiquement (sans que l'idée de déséquilibre géographique soit expliquée).

L'Europe non communautaire apparaît souvent également dans les brochures. Elle est divisée en plusieurs ensembles en fonction des statuts des pays considérés vis-à-vis de l'Union européenne : les pays candidat officiels et potentiels d'un côté, les pays riches de l'Association européenne de libre échange (AELE) de l'autre. Ces derniers sont présentés comme des pays non membres qui ne souhaitent pas adhérer mais qui sont déjà impliqués dans des structures d'intégration (Schengen). Dans ce découpage géographique, il faut noter la présence fréquente de la Turquie, ce qui revient à reconnaître son statut de pays européen de façon officielle. Cette dernière n'est jamais présentée comme un acteur mais comme un pays qui peut devenir membre de l'UE. Les Balkans sont toujours mentionnés comme un ensemble à part dans les brochures, en raison de leur statut particulier de pays destinés à adhérer à l'Union.

La notion de voisinage est omniprésente mais ambiguë. Elle a droit soit à un chapitre soit à des paragraphes entiers. Parfois, elle renvoie parfois à un espace plus vaste qui englobe les Balkans occidentaux (on parle alors de « proche voisinage »). Parfois, elle renvoie simplement aux pays qui sont éligibles à la Politique européenne de voisinage (PEV) qui est un des aspects les plus importants de l'action extérieure de l'Union européenne depuis 2004. Ces pays sont en général mentionnés en deux sous-groupes : le voisinage sud (pays riverains de la Méditerranée) et le voisinage est ou sud-est (6 anciennes républiques soviétiques), ce qui revient à affirmer qu'il existe deux types de voisins caractérisés par des problématiques différentes. Cela peut également traduire des différences de visions au sein du Conseil européen : des pays comme la France et l'Espagne accordent une attention plus grande au voisinage méditerranéen ; des pays comme l'Allemagne, la Pologne ou les pays Baltes regardent davantage en direction des pays voisins de l'est, anciennement membres de l'Union soviétique.

La carte du monde de l'Union européenne est structurée par quelques traits géographiques forts. Les États-Unis sont présents (ils sont le pays le plus souvent cité dans *Les 12 leçons sur l'Europe*), de même que les économies émergentes (notamment la Chine, puis le Brésil) et certaines puissances économiques (Japon ou Canada). Si les pays en développement sont souvent mentionnés, c'est l'Afrique qui est la plus présente. Le « continent africain » (en réalité l'Afrique subsaharienne) a souvent une sous-partie ou des paragraphes dédiés, ce que les autres parties du monde, hors de l'Europe et du voisinage, n'ont pas. Il faut remarquer enfin que la Russie est souvent mentionnée comme un partenaire majeur de l'UE. Le fait que la Russie ne soit jamais mentionnée comme un pays voisin de l'Union européenne appelle deux remarques. Premièrement, c'est un choix étonnant car, jusqu'en 2013, la Russie a bénéficié de l'instrument financier de la PEV et a pu financer ainsi des programmes de coopération transfrontalière et transnationale. Deuxièmement, son absence dans les paragraphes dédiés au voisinage peut être interprétée de deux manières : soit il s'agit d'un sous texte par lequel l'UE veut affirmer que la Russie ne peut pas jouer un rôle dans l'espace européen (notamment dans le voisinage oriental) ; soit il s'agit d'une erreur de diagnostic, car cela revient ignorer le fait que rien ne peut se faire dans cette partie du monde sans coopération avec la Russie.

Au total, c'est une carte du monde très fonctionnelle qui est offerte par les brochures. Les pays ou parties du monde sont distingués en fonction de certains rôles. Certains sont présentés comme des partenaires agissant avec lesquels il faut compter. D'autres, les plus nombreux, sont présentés comme des entités passives qui se distinguent les unes des autres en fonction de la nature de leurs relations plus ou moins contractuelles avec l'UE. Cette dernière, ce n'est pas surprenant, est présentée comme agissante, omniprésente et souvent omnipotente.

Conclusion

Les brochures grand public produites par l'UE pour mettre en valeur son rôle mondial constituent un corpus intéressant pour mettre en évidence les représentations de cet acteur institutionnel. Elles révèlent un discours économiquement libéral, privilégiant comme cadre de référence politique l'État nation et qui renvoie de façon inégale aux différentes régions du monde (focalisation croissante sur les voisinages Est et méditerranéen et, pour l'aspect humanitaire, sur l'Afrique subsaharienne). Ce discours tend le plus souvent à négliger les principaux acteurs géopolitiques contemporains, qu'il s'agisse des principales puissances étatiques (États-Unis et Russie notamment) ou des principales OIG. Loin d'afficher une volonté de coopération pour peser sur la gouvernance mondiale, l'UE se présente comme un acteur tout puissant dont les ambitions ont vocation à s'étendre dans tous les espaces et à toutes les thématiques.

Comme dans la majorité des brochures de ce type, une iconographie abondante multiplie les images symboliques au contenu informatif proche de zéro. Le style impersonnel employé se veut le plus factuel possible et prend toujours le ton de l'évidence. Cette façon de neutraliser les options politiques présentées participe à la production d'une idéologie dominante au sens bourdieusien du terme (Bourdieu et Boltanski, 1976).

L'analyse des brochures destinées au grand public amène à des conclusions nuancées en ce qui concerne l'*actorness* de l'Union européenne. Elle est capable d'énoncer un discours sur le monde, ce qui est le propre d'une entité qui prétend au statut d'acteur dans les relations internationales. Ce discours révèle cependant un faible degré d'autonomie de l'institution européenne vis-à-vis des pays membres car il a un caractère très consensuel et souvent superficiel. Les parties du monde sont assez peu caractérisées. La manière dont elles sont représentées est le plus souvent déterminée par

l'agenda de leurs relations avec l'UE. La représentation du monde de l'Union se caractérise par une certaine continuité en mettant toujours en exergue ses liens avec quelques régions ou pays, mais aussi par des variations de court terme sans doute expliquées par l'apparition ou la disparition d'enjeux d'actualité et qui brouillent la lisibilité du discours européen.

Des investigations complémentaires sont évidemment souhaitables. Il serait ainsi tout à fait intéressant d'enquêter auprès des producteurs de ces discours : quelles sont leurs contraintes ? Leurs marges de manœuvre ? Quelle est la chaîne de décision permettant d'aboutir au document affirmant « Le rôle mondial de l'UE » ? On l'imagine, la tâche des rédacteurs ne doit pas être des plus aisées. Un élargissement méthodologique est également possible en mobilisant des techniques d'usage courant en statistique textuelle (analyse factorielle des correspondances, sur et sous-représentation des termes, etc.).

Annexe

Brochures ayant fait l'objet d'une analyse systématique

2000 : *L'Union européenne dans le monde*, Commission européenne, ISBN 92-828-8261-6, 40 pages
2004 : *Un acteur mondial. Les relations extérieures de l'Union européenne,* Commission européenne, Direction générale de la communication, ISBN 92-894-7415-7, 28 pages
2005 : *Œuvrer pour la paix, la sécurité et la stabilité – L'Union européenne dans le monde*, Commission européenne, ISBN 92-894-6084-9, 49 pages
2007 : *L'Europe dans le monde . Agir pour la paix, la sécurité et la stabilité,* Commission européenne, Direction générale de la communication, ISBN: 92-79-03863-X, 61 pages
2007 : *L'Union européenne et le monde . La politique extérieure de l'Union européenne*, Commission européenne, Direction générale de la communication, 22 pages, ISBN 978-92-79-06085-4
2007 : *L'Europe dans le monde. 50 ans, 50 histoires de solidarité*, Commission européenne, ISBN 978-92-79-04834-0, 16 pages
2010 : Pascal Fontaine, *12 leçons sur l'Europe*, Commission européenne, ISBN 978-92-79-17488-9, 84 pages
2012 : *Section des relations extérieures*, Comité économique et social européen, ISBN 978-92-830-1582-6, 9 pages
2014 : *Le partenariat Afrique-UE. 2 Unions, 1 vision*, Commission européenne, ISBN 978-92-79-36788-5, 40 pages

Brochures citées dans le texte mais non analysées de façon systématique

2009 : *Le rôle et les activités du CESE dans le cadre de ses relations avec l'Asie*, 13 pages
2009 : *LE CESE et le commerce international*, 2 pages
2009 : *Le CESE et les pays voisins de l'Est et la Russie*, 6 pages
2009 : *L'action de l'UE pour lutter contre le changement climatique*, Commission Européenne, ISBN 978-92-79-13410-4, 32 pages.
2011 : *Le CESE et la Turquie*, 2 pages
2012 : *Le CESE et le partenariat Afrique, Caraïbes, Pacifique – Union européenne*, 2 pages
2012 : *Le CESE et les voisins orientaux de l'UE*, 2 pages
2012 : *Le CESE et la Méditerranée*, 4 pages

2012 : *La Commission européenne et l'Aide Humanitaire de A à Z*, Service d'aide humanitaire et de protection civile de la Commission (ECHO), 8 pages
2013 : *Le CESE et les Balkans occidentaux*, 2 pages
2014 : *Le CESE et la Méditerranée*, 2 pages
2014 : *Coopération internationale et développement. Lutter contre la pauvreté dans un monde en mutation*, Commission Européenne, 16 pages
2014 : *Développement et coopération. Lutter contre la pauvreté dans un monde en mutation*, Commission Européenne, 16 pages.
2015 : *REX - External Relations Section*, Comité économique et social européen (CESE), 7 pages

Références

D. Banks (dir.) (2005), *Aspects linguistiques du texte de propagande*, Paris, L'Harmattan.
L. Bardin (2007, 1ière éd. 1977), *L'analyse de contenu*, Paris, PUF.
L. Beauguitte (2011), *L'Assemblée générale de l'ONU de 1985 à nos jours : acteur et reflet du Système-Monde*, Thèse de géographie, Université Paris 7.
L. Beauguitte et Y. Richard (2012), « Analyse géographique d'un discours politique, L'exemple des brochures *L'Union européenne dans le monde* (2000-2007) », *Belgeo*, http://belgeo.revues.org/8604.
L. Beauguitte, F. Guérin-Pace et Y. Richard (2014), « L'UE et ses voisinages. Acteurs et espaces d'un discours », *Actes du deuxième colloque international du CIST*, http://halshs.archives-ouvertes.fr/docs/00/96/85/98/PDF/beauguitte-guerinpace-richard.pdf
C. Bee et E. Bozzini (dir.) (2010), *Mapping the European Public Sphere. Institutions, Media and Civil Society*, Farnham, Ashgate.
S. Bonnafous et M. Temmar (dir.) (2007), *Analyse du discours et sciences humaines et sociales*, Paris, OPHRYS, coll. « Les chemins du discours ».
S. Bonnafous et M. Tournier (1995), « Analyse du discours, lexicométrie, communication et politique », *Langages*, vol. 29, n°117, p. 67-81.
P. Bourdieu et L. Boltanski (1976), « La production de l'idéologie dominante », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 2(2-3), p. 3-73.
C. Bretherton et J. Vogler (1999), *The European union as a Global Actor*, Londres et New York, Routledge.
C. Gobin et J.C. Deroubaix (2010), « L'analyse du discours des organisations internationales », *Mots. Les langages du politique*, n°94, p. 107-114.
H. Larsen (1997), *Foreign Policy and Discourse Analysis. France, Britain and Europe*, Londres et New York, Routledge, coll. "Advances in International Relations and Politics".
S. Lucarelli et L. Fioramonti (dir.) (2010), *External Perceptions of the European Union as a Global Actor*, Londres et New York, Routledge, Garnet Series.
C. Oger et C. Ollivier-Yaniv (2003), « Analyse du discours institutionnel et sociologie compréhensive: vers une anthropologie des discours institutionnels », *Mots, Les langages du politique*, 71, p. 125-144.
C. Oger et C. Ollivier-Yaniv (2006), « Conjurer le désordre discursif. Les procédés de "lissage" dans la fabrication du discours institutionnel », *Mots, Les langages du politique*, 81, p. 63-77.
Y. Richard (2010), *L'Union européenne et ses voisins orientaux. Contribution à l'étude des intégrations régionales dans le monde*. Thèse d'habilitation à diriger des recherches, volume 3, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne.
G. Rist (dir.) (2002), *Les Mots du pouvoir : Sens et non-sens de la rhétorique internationale*, Paris, PUF.