

L'Europe à la recherche de sa souveraineté spatiale



De gauche à droite : David Cavaillolès (Arianespace), Jean-François Fallacher (Eutelsat), Hervé Derrey (Thales Alenia Space) et Jean-Pierre Diris (Iris2 et Govsatcom).
(Crédits : JEG/La Tribune)

Djallal Malti

Dans un monde où l'accès autonome à l'espace devient essentiel, l'Europe s'érige en bastion de souveraineté, alliant innovation et collaboration. Les leaders du secteur spatial soulignent l'urgence d'une réponse audacieuse face à une concurrence internationale toujours plus féroce.

Face à une concurrence internationale acharnée, l'Europe spatiale joue sa souveraineté stratégique, qu'il s'agisse de l'accès autonome à l'espace ou du déploiement de satellites militaires et de la constellation Iris2 prévue pour 2030.

Pour prospérer, elle doit miser sur l'innovation et des entreprises industrielles qui développent des solutions à la fois économiques et profitables. Cette réussite repose sur deux piliers essentiels : d'une part, les aides publiques et l'accès aux financements, notamment privés, et d'autre part, la capacité à répondre efficacement aux exigences du marché commercial.

Le secteur spatial européen affronte actuellement une période de turbulence. SpaceX, avec sa constellation Starlink, bouscule

les acteurs traditionnels du marché. Airbus accuse un retard considérable dans le développement de ses satellites OneSat à technologie programmable, entraînant des charges exceptionnelles au premier semestre 2024. Ces difficultés financières touchent plusieurs segments stratégiques : télécommunications, navigation et observation.

Besoin d'un appui financier public

Dans ce contexte difficile, Thales avait initialement prévu la suppression d'environ un millier d'emplois dans ses activités spatiales en France, avant de mettre ce plan en suspens.

Face à une concurrence internationale accrue, la compétitivité « est l'élément le plus crucial, car l'industrie subit depuis quelques années une pression concurrentielle très forte », souligne Géraldine Naja, directrice commercialisation, industrie et compétitivité à l'Agence spatiale européenne (ESA). Pour relever ce défi, le secteur a besoin d'un appui financier public important, particulièrement pour rivaliser avec les acteurs américains qui profitent largement de commandes gouvernementales de

ENTREPRISES

L'Europe à la recherche de sa souveraineté spatiale

Washington, inaccessibles aux entreprises européennes. « **Les agences d'État ont un rôle important à jouer, estime-t-elle. Il faut investir massivement dans l'innovation et la technologie. Nous voulons aider les gens à investir, mais aussi bénéficier du soutien public.** »

« Nous devons être plus rapides »

L'Europe possède de solides atouts dans le secteur spatial. « **Nous disposons de toutes les technologies nécessaires pour faire face à la concurrence mondiale** », affirme Massimo Comparini, directeur général de la division Espace chez Leonardo. Mais « **nous devons être plus rapides, c'est un fait** », ajoute-t-il, soulignant l'importance de « **réduire les risques liés aux technologies, de les rendre disponibles au bon niveau de maturité.** »

Alain Fauré, directeur général Espace chez Airbus Defence & Space, confirme cette analyse. Selon lui, les industriels doivent optimiser leur « time to market » pour rester compétitifs, tout en développant des « **programmes phares pour nous aider à préparer et à faire mûrir les technologies** ».

La séparation traditionnelle entre « new space » et « old space » est désormais obsolète. La complémentarité entre industriels établis et start-up est devenue la clé du succès, selon Alain Fauré et Lionel Suchet, directeur général adjoint du Cnes. Ce dernier insiste : « **Je crois fermement à la complémentarité** » avec les start-up pour développer des solutions innovantes.

Concernant une éventuelle consolidation du spatial européen, les discussions préliminaires se concentrent sur la nécessité d'atteindre une masse critique pour affronter la concurrence mondiale. « **L'objectif premier est la compétitivité mondiale** », résume Géraldine Naja, qui souligne également l'importance de la préférence européenne.

« On a besoin d'une maîtrise totale »

Le programme Iris2, symbole de la souveraineté européenne dans le domaine de la connectivité, marque « **un tournant pour l'Europe spatiale** », selon Jean-Pierre Diris, coordinateur interministériel Iris2 et Govsatcom. « **C'est un signal très fort de renforcement de la souveraineté européenne** », avec des enjeux majeurs concernant la continuité de service et la protection des données.

La souveraineté technologique devient un enjeu stratégique majeur, particulièrement face à l'instabilité des relations internationales.

« **Du jour au lendemain, nos amis américains peuvent changer les règles du jeu en matière d'exportation de ces technologies** », souligne Hervé Derrey, PDG de Thales Alenia Space.

Face à cette réalité, le dirigeant affirme sans ambiguïté : « **On a besoin d'une maîtrise totale** » et se montre confiant quant à la capacité des Européens à relever ce défi.

Le marché spatial est aujourd'hui propulsé par les besoins de souveraineté, rendant primordial de « **conserver cet atout stratégique unique que nous avons** », qui est « **souveraine parce qu'elle est à capitaux européens** », affirme Jean-François Fallacher, directeur général d'Eutelsat.

Un modèle « fondamentalement européen »

L'accès à l'espace constitue l'élément central de cette souveraineté. Selon David Cavaillolès, président exécutif d'Arianespace, la souveraineté représente « **un accès autonome à l'espace** », permettant de « **lancer, opérer les satellites qu'on veut, des satellites hypersensibles où on veut, quand on veut, sans demander la part de personne** ». Il insiste sur le fait que c'est un « **concept tout sauf abstrait** ».

Cette autonomie exige non seulement un lanceur fiable mais aussi une cadence de lancement soutenue.

« **Notre ambition pour Ariane 6, c'est de faire une dizaine de lancements par an** », soit deux fois plus qu'Ariane 5.

« **C'est un vrai défi industriel et humain** », précise-t-il, soulignant l'importance d'une chaîne d'approvisionnement robuste. Fait notable, 50% du carnet de commandes d'Arianespace provient de clients américains, notamment Amazon.

La souveraineté s'appuie également sur la collaboration internationale. « **Quand on parle d'autonomie, d'accès à l'espace, d'autonomie dans l'espace, ça ne veut pas dire autarcie**, explique David Cavaillolès. **Le modèle Ariane, par nature, dans son ADN, il est fondamentalement européen.** » ■