



Hasbara : Israël quadruple son budget de propagande internationale

Description

Par Meriem Laribi pour l'Agence Média Palestine, le 5 mai 2026

Face à l'effondrement mondial de son image et de sa réputation, Israël vient de quadrupler son budget de « relations publiques » pour le porter à 730 millions de dollars. Cette somme suffira-t-elle à faire oublier au monde le génocide à Gaza, la brutalité du nettoyage ethnique en Cisjordanie occupée et la politique suprémaciste juive appliquée contre les Palestiniens ? Rien n'est moins sûr.



Israël veut redorer son image. Sa machine de propagande ou *hasbara* (mot hébreu signifiant « explication ») va se doter d'un budget colossal de 730 millions de dollars pour 2026 (contre 150 millions pour 2025), selon un article du [Jerusalem Post](#) publié le 29 avril 2026.

La *hasbara* désigne les efforts de communication visant à expliquer, défendre et promouvoir la position sioniste auprès de l'opinion publique internationale. Dans le concret, c'est une fonction répartie entre plusieurs institutions. Le principal acteur est le Ministère des Affaires Étrangères, qui gère la communication internationale et l'image d'Israël à l'étranger. Mais d'autres structures jouent aussi un rôle important : le Bureau du Premier ministre, notamment via ses équipes de communication stratégique et son service de presse ; l'armée israélienne ; le Ministère des Affaires de la diaspora d'Israël, qui participe à la diffusion de messages auprès des communautés juives à l'étranger ; parfois le Ministère des Affaires stratégiques d'Israël (surtout actif ces dernières années sur les questions de BDS et d'image). La stratégie de la *hasbara* recouvre plusieurs types d'actions : communication officielle (discours, communiqués, diplomatie publique) ; présence dans les médias et sur les réseaux sociaux ; mobilisation de porte-parole plus ou moins officiels, diplomates ou organisations proches d'Israël ; campagnes pour influencer la perception du pays à l'étranger.

« Même les Américains se lassent d'Israël »

La principale cible de la campagne à venir sera sans doute l'opinion américaine. Sondage après sondage, le soutien à Israël aux États-Unis, son principal allié et bailleur de fonds, s'effondre. Une étude du [Pew Research Center](#), publiée au début du mois d'avril, a révélé que 60 % des Américains ont désormais une opinion défavorable à Israël, soit une hausse de sept points en un an et de 18 points en quatre ans (ils étaient 42 % en mars 2022). Aujourd'hui, seulement 37 % des Américains ont une opinion favorable à Israël contre 45 % en 2025 et 55 % en mars 2022.

Le Congrès américain, pourtant dominé par des représentants financés par le lobby pro-israélien, commence à refléter ce déclin du soutien public. Dans un article du [Monde diplomatique](#) de décembre 2025 intitulé *Même les Américains se lassent d'Israël*, Serge Halimi notait que dans le Congrès qui siége à l'heure actuelle, « 349 élus, soit 65 % des membres, ont reçu de l'argent d'un des groupes à Aipac, Anti-Defamation League, United Democracy Project, etc. qui composent le lobby pro-israélien ». Malgré cela, en avril, 40 des 47 sénateurs démocrates ont voté contre une vente de bulldozers Caterpillar à Israël d'une valeur de 295 millions de dollars, et 36 ont voté contre une vente de bombes de 450 kg, ce qui constitue un point de bascule au Congrès contre l'aide militaire américaine à Israël.

Une situation qui reflète l'analyse d'experts consultés par le *Jerusalem Post*, selon lesquels « aucune campagne de relations publiques ne peut rattraper les dégâts causés par la politique menée et la guerre à Gaza ». « À mon avis, l'histoire montre que toute la fortune du monde ne sert rien si la politique est mauvaise [à?] Les États-Unis ont appris à leurs dépens au Vietnam, lorsque leur budget consacré à la diplomatie publique pendant la Guerre froide a atteint son apogée », a déclaré Nicholas Cull, professeur de communication à l'Université de Californie du Sud et un des fondateurs du champ d'étude de la diplomatie publique. Eytan Gilboa, professeur de communication internationale à l'université Bar-Ilan, estime que la situation actuelle est peut-être irrémédiable. « C'est la pire crise qu'ait connue l'image d'Israël à l'étranger [à?] Par le passé, nous avons constaté des critiques à l'égard de la politique israélienne. Depuis le 7 octobre, nous assistons à un rejet du droit à l'existence », a-t-il déclaré au *Jerusalem Post*, affirmant qu'Israël avait perdu toute une génération d'Américains. Une situation qu'il juge « très dangereuse, car ces personnes deviendront les futurs politiciens, écrivains et journalistes ».

Israël est engagé dans une « guerre mondiale pour gagner les cœurs et les esprits »

Dans des propos reflétant un climat de citadelle assiégée, le ministre israélien des Affaires étrangères, Gideon Sa'ar, a affirmé qu'Israël est engagé dans une « guerre mondiale pour gagner les cœurs et les esprits et qu'il doit donc penser en conséquence », rapporte le *Jerusalem Post*. « Nous avons réalisé une avancée majeure cette année, mais notre pays doit investir beaucoup plus », avait-il déclaré en décembre 2025, au moment où le gouvernement entamait les libérations budgétaires. Et d'ajouter : « Il faudrait investir autant que dans des avions de chasse, des bombes et des intercepteurs de missiles. Face à ce qui se dresse contre nous et aux investissements consentis contre nous, c'est loin d'être suffisant.

Câ??est une question de survie. Â»

Le *Jerusalem Post* rapporte ainsi que parallèlement au budget quadruplé, Gideon Saâ??ar a aussi obtenu lâ??approbation pour une Â« unitÃ© dÃ©diÃ©e Ã la diplomatie publique au sein du ministÃ¨re des Affaires Ã©trangÃ¨res, dirigÃ©e par un directeur dâ??un rang Ã©quivalent Ã celui du plus haut responsable politique du ministÃ¨re â?? une consolidation structurelle destinÃ©e Ã mettre fin Ã des annÃ©es de travail de hasbara dispersÃ© entre des ministÃ¨res rivaux Â».

Selon le journal, une partie des fonds allouÃ©s pour 2025 a Ã©tÃ© rÃ©partie dans un budget publicitaire international de 50 millions de dollars allouÃ© aux rÃ©seaux sociaux (Google, YouTube, X et Outbrain). Environ 40 millions de dollars ont servi Ã accueillir 400 dÃ©lÃ©gations Ã©trangÃ¨res : parlementaires, pasteurs, influenceurs et recteurs dâ??universitÃ©. Une cellule de crise mÃ©diatique a Ã©tÃ© mise en place pour surveiller 250 mÃ©dias et 10 000 publications quotidiennes concernant IsraÃ«l. Le ministÃ¨re des Affaires Ã©trangÃ¨res a Ã©galement signÃ© un contrat de 1,5 million de dollars par mois avec la sociÃ©tÃ© de Brad Parscale, ancien stratÃ©ge de la campagne de Trump, pour dÃ©ployer des outils dâ??IA contre Â« lâ??antisÃ©mitisme en ligne Â», une campagne de 4,1 millions de dollars destinÃ©e aux Ã©glises Ã©vangÃ©liques, et le Â« Projet Esther Â», un rÃ©seau dâ??influenceurs rÃ©munÃ©rÃ©s pouvant atteindre 900 000 dollars, gÃ©rÃ© par une agence de relations publiques appelÃ©e Bridges Partners.

Tags

1. colonisation
2. Ã©tats-Unis
3. gÃ©nocide
4. hasbara
5. IsraÃ«l
6. nettoyage ethnique
7. palestine
8. propagande
9. relations publiques
10. rÃ©putation

date crÃ©Ã©e
2026/05/05