



Communication & Influence

N°49 - NOVEMBRE 2013

Quand la réflexion accompagne l'action

Identité, influence, puissance : face à la mondialisation, le plaidoyer pour la diversité d'Hervé Juvin

Pourquoi Comes ?

En latin, comes signifie compagnon de voyage, associé, pédagogue, personne de l'escorte. Société créée en 1999, installée à Paris, Toronto et São Paulo, Comes publie chaque mois Communication & Influence. Plate-forme de réflexion, ce vecteur électronique s'efforce d'ouvrir des perspectives innovantes, à la confluence des problématiques de communication classique et de la mise en œuvre des stratégies d'influence. Un tel outil s'adresse prioritairement aux managers en charge de la stratégie générale de l'entreprise, ainsi qu'aux communicants soucieux d'ouvrir de nouvelles pistes d'action.

Être crédible exige de dire clairement où l'on va, de le faire savoir et de donner des repères. Les intérêts qui conditionnent les rivalités économiques d'aujourd'hui ne reposent pas seulement sur des paramètres d'ordre commercial ou financier. Ils doivent également intégrer des variables culturelles, sociétales, bref des idées et des représentations du monde. C'est à ce carrefour entre élaboration des stratégies d'influence et prise en compte des enjeux de la compétition économique que se déploie la démarche stratégique proposée par Comes.

Essayiste et économiste français, Hervé Juvin vient de publier La grande séparation – Pour une écologie des civilisations (Le Débat / Gallimard). La biodiversité est aujourd'hui portée aux nues. Avec raison. Mais qu'en est-il de la diversité humaine, diversité des cultures, de la façon de vivre, d'aimer, d'être et de penser ? Qu'en est-il de cette polyphonie des valeurs ?

Dans l'entretien qu'il a accordé à Bruno Racouchot, directeur de Comes Communication, Hervé Juvin invite à penser le monde de l'après-mondialisation, du retour des singularités, des identités et des déterminations politiques. L'Europe et spécialement la France ont tous les atouts pour relever le défi.



En particulier sur le registre du soft power et de l'influence. A condition toutefois de ne pas céder à la facilité, qui nous conduirait à renoncer à notre place dans le monde.

Dans votre dernier ouvrage, on voit que le processus de mondialisation exerce son pouvoir d'une part brutalement via les normes, la finance et le droit ; et d'autre part plus subrepticement via une pensée unique qui ne tolère pas la diversité des identités et des valeurs. Nous sommes donc bien là confrontés à un système de domination combinant hard et soft powers ?

Permettez-moi de commencer par une anecdote historique rapportée par Alain Peyrefitte, qui tenait les minutes du conseil des ministres du général de Gaulle. Lorsqu'il organise son gouvernement, le général de Gaulle confie à Jean Foyer la charge de

Garde des Sceaux. Il lui donne expressément la mission de respecter l'ordre suivant dans la hiérarchie des préoccupations : l'Etat d'abord, puis le droit. L'Etat et la nation ont primauté sur les formes et la conformité du juridique. Or, nous vivons aujourd'hui exactement l'inverse. L'Etat apparaît comme le moyen de la mise en conformité du peuple et de la nation au regard de normes et de règles venues d'ailleurs. A la source de ce dysfonctionnement, il y a Bruxelles bien sûr, mais surtout Washington. Car beaucoup de mesures qui entrent en application en Europe viennent directement de tel ou tel think tank, ONG ou relais d'influence amé-



ricain. Ce qui dénote au passage un vide de la pensée et de l'analyse inquiétant sur le Vieux continent.

Si l'on fait ainsi l'histoire des mots comme "gouvernance", "conformité juridique", "création de valeur", on observe qu'ils sont d'importation nord-américaine récente. On voit aussi que les "droits de l'homme" ne sont plus une proclamation généreuse, à caractère général sans conséquence légale concrète. Dans les faits, ils sont aujourd'hui devenus une arme politique et géopolitique de

Le libre-échange, l'égalité entre les peuples, et autres thèmes en vogue sont en fait des doctrines à vocation d'exportation, de la part d'entités politiques qui se conçoivent comme des puissances en lutte.

premier plan, qui peut être utilisée pour saper l'unité interne de n'importe quel pays et n'importe quel peuple. Peu d'historiens et d'analystes politiques se sont essayés à décortiquer ce processus. A l'exception notoire de Marcel Gauchet qui publie en 1980, dans la revue *Le Débat*, un article de fond intitulé très clairement "*Les droits de l'homme ne sont pas une politique*", où il souligne notamment que "*la conquête et l'élargissement des droits de chacun n'ont cessé d'alimenter l'aliénation de tous*".

Marcel Gauchet persévère et signe en 2000, toujours dans les colonnes de la revue *Le Débat*, un autre article intitulé "*Quand les droits de l'homme deviennent une politique*". Il n'apporte pas la réponse, mais je crois qu'en filigrane, nous pourrions deviner que ce soit une catastrophe ! En réalité, le système unique, c'est le rêve que tous les humains soient les mêmes partout dans le monde, sans que leur origine, leur sexe, leur croyance, leur langue, leur communauté politique puissent leur donner une identité. Ce qui justifie

En matière d'identité, ce qui a fait durant des siècles l'autorité et l'écoute du discours français, c'est d'abord son autonomie, faisant de nous un pays non-aligné pas vraiment comme les autres. Notre parole n'était pas celle d'une superpuissance, mais celle d'une puissance phare en matière d'intelligence et de liberté.

la remarque de René Girard, qui explique qu'à force de tolérer toutes les différences, on finit par n'en plus respecter aucune. Je crains ainsi que sous couvert de l'éloge indiscriminé des différences individuelles, on soit en train de faire disparaître à grande échelle et très rapidement toutes les différences réelles, lesquelles sont par nature et donc nécessairement collectives.

Ces différences politiques, religieuses, de mœurs, de droit... sont ainsi visées directement par le rouleau compresseur de la mondialisation et son corollaire, à savoir la conformité aux droits individuels.

Pour ce qui est de combattre ce soft power de la pensée unique à l'échelle mondiale, quelles straté-

gies de contre-influence imaginer et sur quel socle les faire reposer ?

Il nous faut ouvrir les yeux et travailler. Nous devons nous mettre d'urgence aux outils et à la logique du *soft power*. Je suis frappé du fait qu'en Chine, aux Etats-Unis, en Russie et dans bien d'autres pays émergents, on travaille sérieusement cette question. Un exemple : la floraison de *think tanks* et d'ONG anglo-américaines a permis que

de nouveaux concepts soient acceptés comme vérités d'Evangile, en France, en Europe ou ailleurs, à notre plus grande défaveur. C'est la construction de dispositifs intellectuels, d'outils de diffusion et de promotion, qui favorise cette puissance discrète. De même, le repérage de jeunes talents ou de personnages ayant une audience fait partie du jeu. Voyez comment certains diplomates américains travaillent avec les minorités visibles des banlieues françaises. Ces jeunes sont assez vite conviés à venir à Washington pour participer à des travaux, et entrent ainsi dans une spirale d'influence. Il y a donc travail à plusieurs niveaux : organisation, déploiement de moyens, recherche d'incitations productives, puis montée en puissance et synergie. Chinois, Russes, Américains, Israéliens... ont tous une conscience aigüe que les distinctions entre public et privé s'effacent quand l'intérêt national est en jeu. Encore plus quand il s'agit d'un enjeu de survie.

Le libre-échange, l'égalité entre les peuples, et autres thèmes en vogue sont en fait des doctrines à vocation d'exportation, de la part d'entités politiques qui se conçoivent comme des puissances en lutte. Or dans cette lutte, tous les outils – commerciaux, juridiques, intellectuels, militaires, etc. – doivent être employés au service de l'intérêt national. Prenez l'exemple des sociétés les plus créatives, les plus échevelées et innovantes, comme le sont les sociétés américaines de la sphère internet : elles travaillent main dans la main avec les agences de renseignement des Etats-Unis ! Nous sommes là aux antipodes de notre *praxis* politique actuelle, bien française, qui veut qu'il y ait une frontière bien marquée entre sphère publique et sphère privée. Nous ne parlons malheureusement pas en France en termes d'intérêt national. On s'interdit de travailler main dans la main entre public et privé alors que l'intérêt national l'exigerait. A cet égard, les dogmes de la Commission de Bruxelles – par exemple en matière de concurrence – nous font énormément de mal et surtout nous bloquent dans l'expression de notre puissance.

Le concept d'identité se trouve au cœur de la démarche développée depuis quinze ans par Comes Communication. Selon vous, la mise en valeur de son identité par une entreprise ne constitue-t-elle pas un puissant facteur différenciant, donc un avantage concurrentiel ? En ce sens, l'identité, qui permet d'affirmer sa spécificité et son authenticité, ne s'impose-t-elle pas comme un facteur de performance, générant de la création de valeur, pour les entreprises comme pour d'ailleurs toute organisation ?

En matière d'identité, ce qui a fait durant des siècles l'autorité et l'écoute du discours français, c'est d'abord son autonomie, faisant de nous un pays non-aligné pas vraiment comme les autres. Notre parole n'était pas celle d'une superpuissance, mais celle d'une puissance phare en matière d'intelligence et de liberté. Si l'on devait refaire aujourd'hui une conférence de Bandung [ndlr : conférence des non-alignés en 1955], la France y aurait pleinement sa place, aux côtés de ceux qui entendent conserver leur identité et leurs singularités. Là réside sans doute le grand champ géopolitique de demain.

De même, ce qui vaut pour la sphère politique vaut aussi pour les sociétés privées. Depuis une trentaine d'années, ces dernières développent des stratégies essentiellement guidées par des critères financiers. Or les stratégies ainsi

définies s'arrêtent à la surface des choses. Parce qu'à mon sens, les entreprises qui seront gagnantes sur le long terme seront celles qui auront su développer, en interne comme en externe, une identité propre, autrement dit une singularité les distinguant de leurs concurrents et de leur environnement. Cette identité assure leur pérennité dans le temps car elle est transmissible. On observe d'ailleurs que la définition de cette identité d'entreprise est fréquemment liée à la personnalité d'un dirigeant, qui marque souvent plus par l'implicite que par l'explicite. L'identité n'est ni une succession de *power points*, ni une logique de ratios. L'identité ne se laisse jamais mettre en équation ni cerner par les chiffres. Une entreprise qui se réduit à des chiffres se réduit assez vite à rien. Si elle veut agir dans la durée, et favoriser la création de valeur ajoutée, la résilience, la capacité de mobilisation des équipes, l'entreprise doit s'efforcer de jouer sur son identité bien plus que sur le socle fallacieux des chiffres.

Sur le plan géostratégique et géoéconomique, le recours aux liens identitaires constitue à vos yeux un moyen idoine pour enrayer la montée en puissance à l'échelle planétaire de l'individu-déraciné-et-consommateur que prône la mondialisation. Le rôle-clé de l'identité, son action, son rôle s'appliquent-ils de la même façon aux individus, aux peuples, aux Etats ? Comment l'identité s'intègre-t-elle dans les rapports de force économiques, politiques, sociaux, culturels... ?

Si l'on se place dans une perspective historique, il apparaît que l'identité est clé dans tous les processus de résilience ainsi que dans la performance stratégique. On a usé et abusé de la formule de Sénèque, selon laquelle il n'est pas de vent favorable à celui qui ne sait où aller. Je serais tenté de dire qu'il n'y a pas de vent favorable non plus pour celui qui non seulement ne sait pas qui il est, mais en outre, ignore qui l'accompagne sur le bateau. La capacité à affirmer une identité va de plus en plus s'imposer comme un élément-clé dans les années à venir. L'idée américaine selon laquelle on doit fermer les yeux sur les questions de sexe, de religion, de culture, d'appartenance à une communauté, aboutit à nier même la notion même de singularité des hommes et des organisations. Or, ce sont justement ces singularités ne se réduisant pas à une valeur monétaire qui vont compter dans les années à venir. Les entreprises qui se laisseront prendre au piège de l'indifférenciation et de la mondialisation, passeront à côté de cette question-clé de l'identité. L'entreprise sans usine, qui externalise tout, qui sous-traite au point de perdre la maîtrise de ses métiers de base, se trouve en fait réduite à rien, dépassée et dévorée. Prenons l'exemple d'une chaîne de supermarchés : ce sont d'abord des épiciers, avec l'alliance subtile de leurs défauts et leurs qualités, qui *in fine* produit leur identité. Ce ne sont pas des comptables ou des financiers qui en sont les artisans. Nous avons donc bien là affaire à des logiques intimes, clairement différentes.

Vous écrivez dans votre dernier livre : "La décomposition des nations européennes procède de la censure, de la grande fatigue devant l'histoire et de leur soumission par en haut aux institutions internationales, par en bas aux communautés et minorités revendicatrices." Comment les peuples peuvent-ils espérer agir pour renouer avec cette énergie vitale et cette confiance en eux qui leur permettront d'affronter les défis à venir ?

Nous sortons d'une période de prospérité dont nous n'avons pas eu clairement conscience. En France et en Europe, l'immense majorité de la population vit bien. Au regard de l'histoire de l'humanité, je dirai même que ce constat constitue une exception : pacification des territoires, niveau de vie, santé, etc. nous avons prospéré durant ces dernières décennies sur un mode extrêmement privilégié. Le retour au réel risque d'être quelque peu brutal. Nous allons devoir nous confronter de nouveau aux dures réalités géopolitiques.

Le facteur déclenchant sera probablement l'explosion de la classe moyenne. La lucidité politique va s'imposer rapidement à nous. En outre, l'idée béate dans laquelle se complait l'Europe, selon laquelle tous les problèmes de ressources sont liés aux marchés et aux prix, va trouver de fait ses limites. Nous allons très vite basculer sur des logiques de survie, n'ayant plus rien à voir avec une approche rationnelle. Et probablement assister demain, avec la question de l'eau, des terres rares ou des terres arables, à des défis semblables à ceux du pétrole hier. Le pétrole est un objet géopolitique, bien avant d'être l'objet du marché. Par la force des choses, nous allons donc être ramenés aux réalités des enjeux géopolitiques. Et notre survie va exiger que soit dès lors prioritairement prise en compte la notion d'intérêt national.

Ne nous leurrions pas : la question de notre survie politique se trouve bel et bien posée. Est-ce que quelque chose qui s'appellera encore la France existera en 2050 ? L'Union européenne existera-t-elle en 2020 ? Pour ma part, ce qui m'inquiète, c'est que nos élites et nos dirigeants ne me paraissent pas formés pour faire face à ces défis. Ces gens ont toujours œuvré dans un monde de continuité. La question était : va-t-on faire + 3 % ou + 5 % de croissance ?... Oui, nous entrons dans un monde avec des perspectives radicalement différentes. Ce qui veut dire que notre *mindset*, notre disposition d'esprit, notre logiciel de pensée, et donc toutes nos approches stratégiques, doivent être revus de fond en comble.

C'est là, me semble-t-il, le vrai défi d'actualité pour la pensée française. A savoir la capacité à penser le monde de l'après-mondialisation, du retour des singularités, des identités et des déterminations politiques. Je crois que nous avons tous les atouts pour cela. A condition toutefois de ne pas céder à la paresse ou à la facilité intellectuelle, qui nous conduisent à renoncer et à perdre notre place dans le monde. Ne nous y trompons pas : au-delà des rodomontades et des stupidités de notre politique étrangère - qui jouent assez peu, en fait, sur le long terme - c'est la capacité de la France à être un émetteur d'idées, un diffuseur de pensée, avec une réelle autorité et une authentique aptitude créatrice, qui compte. Mais prenons garde à ce que ces atouts ne soient pas en train de s'épuiser... ■

Une entreprise qui se réduit à des chiffres se réduit assez vite à rien. Si elle veut agir dans la durée, et favoriser la création de valeur ajoutée, la résilience, la capacité de mobilisation des équipes, l'entreprise doit s'efforcer de jouer sur son identité bien plus que sur le socle fallacieux des chiffres.

Par la force des choses, nous allons donc être ramenés aux réalités des enjeux géopolitiques. Et notre survie va exiger que soit dès lors prioritairement prise en compte la notion d'intérêt national.

EXTRAITS

Un grand basculement qui a pour corollaire un déficit d'influence

En 2010, Hervé Juvin publie *Le renversement du monde – Politique de la crise (Le Débat / Gallimard)*. En quatrième de couverture figure le texte suivant : "Si la crise qui frappe le monde entier est certes une crise bancaire et financière, c'est d'abord la première crise de l'unification planétaire, affirme Hervé Juvin, qui cherche à montrer les logiques, les intérêts et les passions à l'œuvre derrière le désordre des systèmes, des actions et des comportements. Le système occidental dominait le monde, mais c'en est fini. Il n'a plus le monopole du bien ni des certitudes. Nous vivons le renversement du monde. Cette crise le rend sensible avec acuité, si elle n'en est pas la cause : elle révèle que l'économie ne peut constituer le fondement, hors marché, des sociétés." La ligne est tracée et Hervé Juvin ne mâche pas ses mots. Pour lui, la perte d'influence de l'Europe sur la scène internationale est avant tout imputable à l'oubli de son identité, à son rejet de la puissance et à son incapacité à voir le monde tel qu'il est, par blocage mental et présupposé idéologique. Extraits...

Loi de l'individu et loi des masses

"La loi de l'individu absolu, souverain et nanti de tous les droits qui lui permettent de se retourner contre la société qui lui donne l'existence, est la loi du nombre et la loi des masses. Cette loi condamne irrémédiablement la singularité occidentale, et l'exception historique qui a fait qu'un isthme à l'ouest du continent eurasiatique a tenu le monde. [...] Le piège de la décontextualisation des droits, de l'individu et du marché joue à plein ; l'individualisme planétaire expose ses naïfs zéloteurs à leur engloutissement sous la masse, à la confusion sans gloire dans l'indifférenciation généralisée. Nous entrons dans le régime des masses. Nous n'avons rien vu à ce sujet. [...] La loi de l'individualisation est la loi du nombre – des masses –, à laquelle seule peuvent s'opposer la séparation de la frontière, la discrimination interne, la distinction identitaire." (p. 132-133)

Le recours aux frontières

"L'illusion d'une extension universelle du droit des contrats, du respect de la norme et de l'extension de la conformité, est partout. Le nominalisme représente le plus grand piège stratégique dans lequel peuvent tomber les entreprises et les Etats qui auront pris les mots pour les choses, jugé que la réalité est dans les comptes et que la forme juge du fond. L'idéologie de la mondialisation est toujours là, et la réalité de la mondialisation continue son mouvement. Mais leur cours a changé. Mais une part s'inverse, tandis qu'une autre part se déroule dans l'inconnu. La difficulté à l'apprécier et à prévenir les erreurs vient du fait que le mouvement est double, et que la tension croît entre ces deux pôles également dynamiques, également puissants, que sont l'intégration financière et le retour à la terre. Tension, et rapidement croissante, entre les logiques de l'argent nomade, du marché mondial des compétences, des valeurs ajoutées, et la circonscription de sociétés et de communautés humaines qui découvrent que la séparation est la condition même de leur autonomie, qui se souviennent de la maxime britannique : "*Right or wrong, my country.*" [...] Le moment démocratique est passé. L'abaissement des frontières en est le signe le plus manifeste. Qu'est-ce qu'une nation qui ne détermine pas les conditions de l'appartenance, de la résidence sur son sol, de la participation à ses systèmes ? La construction de sociétés autonomes appelle le retour des frontières comme portes et comme murs, comme lien et comme écart, comme signe de l'autre et du même. La quête de l'autonomie rend urgente la réaffirmation de l'unité interne de nations qui respectent la diversité entre elles." (p. 232-233)

L'oubli du vivre-ensemble

"Nous sortons de l'une des plus grandes escroqueries de l'histoire. Et l'argent n'est pas seul en cause. L'escroquerie intellectuelle et morale a consisté à faire de la croissance une condition politique et du marché un régime politique. Au moment où l'excès des moyens et des capacités sur les besoins fait basculer le monde dans la baisse des revenus et des prix, nous mesurons le prix à payer, celui de la réinvention de toutes les conventions de mérite, de valeur et de prix qui assurent le vivre-ensemble. La supercherie a consisté à proclamer la démocratie au moment où elle était vidée de son contenu par l'obligation économique, à saluer l'avènement de l'individu au moment où l'individu perdait toute liberté réelle en se voyant réduit à son intérêt immédiat et réduit à la dépendance par le déploiement illimité de l'infrastructure d'Etat au service du marché, elle a consisté à remplacer la délibération et la décision collective par l'arrangement permanent, anonyme et invisible des intérêts par le système des prix. Son effet est l'abdication des sociétés humaines devant le couple du marché et de l'Etat, abrité par la proclamation fastueuse de l'avènement de l'individu et les polémiques intéressées sur l'ultralibéralisme.

"C'est fini. Le véritable enseignement de la crise, et sa révélation la plus durable, est que le divorce est consommé entre libéralisme et démocratie. Quand les marchés sont libres, les citoyens ne le sont plus guère, et s'ils peuvent l'être, si certains le sont, c'est la société qui ne l'est plus, tenue par autre chose, d'autres règles, d'autres lois qui lui sont étrangères, qui s'imposent à elle pour la dissoudre et pour lui substituer la collection d'individus séparés, par tout, et d'abord par leurs intérêts immédiats. La question de la justice, celle du social et de l'être-ensemble sont devant nous. Elles sont question de frontières et de séparations. Elles sont affaire de vie ou de mort." (p. 255-256)

EXTRAITS

Pas d'influence sans conscience de son identité

En publiant en octobre dernier *La grande séparation – Pour une écologie des civilisations*, Hervé Juvin a pertinemment choisi de mettre sur la table une question pour le moins iconoclaste : celle de "l'écologie humaine". En quatrième de couverture, on pouvait lire la présentation suivante : "Un large accord existe désormais sur la nécessaire préservation de la biodiversité. Mais la diversité humaine ? La diversité des cultures ? Nous n'avons pas moins à nous préoccuper, plaide Hervé Juvin, de sauvegarder le trésor que représentent les différentes manières d'être homme, aujourd'hui laminées par la mondialisation, un développement économique aveugle et l'indifférenciation juridique. Il y faut plus qu'une politique attentive à maintenir les conditions de survie des cultures et des civilisations dans leur originalité. Il y faut une redécouverte du vrai sens de la politique." Etrillé et tourné en dérision par le critique du Figaro (*Dans la tête d'un antimoderne*, 21/11/13), le livre a été en revanche apprécié par les Echos (22/11/13) qui ont vu en l'espèce "un essai flamboyant et engagé contre l'uniformisation du monde".

Le thème de la préservation de la diversité des cultures nous intéresse ici au premier chef, dans la mesure où il fait surgir la question-clé de l'identité, au cœur des stratégies d'influence. Extraits...

Retrouver son identité, en prendre conscience, c'est donner du sens et des repères

"Une écologie humaine est l'inverse de l'utopie de l'unité du genre humain. Elle repose sur la prise en compte des forces de séparation, des logiques de distinction et des passions discriminantes qui font l'honneur et la vie des sociétés humaines. Une nation qui ne décide pas des conditions d'accès à la nationalité et de résidence sur son sol n'est pas une nation libre. Il est permis de critiquer certaines, de juger que certaines sont meilleures que d'autres, que nous avons choisi des règles et que nous en refusons d'autres. Il ne l'est pas de dénier à une nation ce pouvoir. Une nation qui se voit dicter de l'extérieur les conditions d'accès à la nationalité, de résidence sur son sol, n'est plus une nation libre. C'est une nation ouverte à l'invasion. C'est une nation dont la langue, les lois, les mœurs ne sont plus siennes, mais celles que des mouvements de population, qu'elle constatera sans les avoir choisis, qu'elle subira sans les avoir voulus, vont décider à sa place. Il ne s'agit pas d'enfermer les uns et les autres dans un essentialisme borné, qui attribue des caractères définitifs à la religion, l'origine, la race ou la nationalité. Il n'est pas question non plus d'enfermer chacun dans son ethnie, dans sa foi ou dans ses origines et dans un déterminisme absolu. Mais il n'est pas davantage question de les identifier tous à un modèle unique, de les réduire au même, à la conformité et à la règle de l'unique. Elle se poursuit par l'expression politique de la primauté, de la diversité culturelle et identitaire sur l'unité opérationnelle des techniques et des règles. Une loi bonne au Texas n'a aucune chance de s'appliquer heureusement en Grèce. Une règle, un mode de "gouvernance" satisfaisants à Munich n'ont aucune chance d'être à Luanda ou Lusaka autre chose qu'un faux-semblant, ou un mensonge – et d'entraîner la société toute entière dans le mensonge institutionnel de la conformité des apparences. Notre tâche historique est considérable ; nous devons faire renaître la diversité collective ! Redécouvrir que l'histoire, l'origine, la race, la langue, la foi, la culture ont un sens – et que ce sens n'est pas celui des hiérarchies, des stades de développement et des barreaux successifs sur l'échelle du progrès. Ce qui allait de soi, de l'histoire, des dieux ou des fondations mythiques des pères passés, nous allons devoir l'inventer." (p. 371-372)

La crise est d'abord une crise du sens avant d'être une crise économique

"La surabondance des analyses, des articles et des livres qui cherchent dans la situation économique les raisons de la crise de l'Occident, et dans des réformes économiques les conditions de la sortie de cette crise, manque son objet. Faire croître une économie, c'est facile ; le difficile est de construire une société. La crise économique n'est que le symptôme de la crise que la grande séparation, celle des hommes et de leur destin, a fait grandir, et qui menace désormais notre survie – la survie de l'humanité. L'obsession économique, le coup d'Etat du droit, le saccage identitaire n'ont pas d'autre origine que la confusion que l'utopie planétaire et l'agression sans-frontiériste organisent. La séparation d'avec la nature est à peu près consommée ; la nature est ce que l'industrie laisse comme divertissement, accompagnement, ou oublié. La séparation d'avec l'histoire est en cours ; l'histoire n'est plus l'école du doute, de la modestie et du jugement, elle est le répertoire des idées toutes faites et du prêt-à-penser. La séparation des hommes en individus atomisés, au nom du sans-frontiérisme, du nomadisme et de l'homme de droit, qui aboutit à la fabrique du même, l'homme en série, voilà la tentative qui suit la globalisation, voilà la menace politique que nous combattons, et voilà, non pas contre, mais à partir de quoi penser la suite. Nous ne vivrons pas sans les autres ; et la disparition des autres serait d'abord notre propre condamnation. La diversité des sociétés humaines est la condition du maintien de la capacité d'évolution de l'espèce humaine, autrement dit de notre survie." (p. 364)

ENTRETIEN AVEC HERVE JUVIN

BIOGRAPHIE

Sur son site - <http://juvin2012.com/> - Hervé Juvin livre sa biographie, qui permet de mieux comprendre comment il en est arrivé à publier en octobre dernier son ouvrage pour le moins dérangeant et à contre-courant, *La grande séparation – Pour une écologie des civilisations* (Le Débat / Gallimard). Nous la reproduisons ici in extenso :

"Hervé Juvin est un écrivain et essayiste français. Il est né à Malestroit (Morbihan) et a fait ses études à Sciences Po Paris. Après avoir intensivement pratiqué l'orgue et la course à pied, s'être intéressé au cinéma expérimental et à la photographie, s'être essayé à l'écriture de chansons blues et rock, il écrit des ouvrages touristiques, des nouvelles, des scénarios.

"A partir des années 1980, son expérience professionnelle de conseiller auprès d'institutions financières le conduit à publier plusieurs ouvrages qui décrivent les marchés boursiers, les nouveaux métiers de la banque, la construction européenne. Il participe au débat et à la réflexion collective à travers la création et l'animation de centres de réflexion, la publication d'articles et de livre, à travers aussi ses conférences et interventions publiques.

"En 1989, il crée le groupe Equinoxe, l'un des premiers think tank français. Equinoxe fera date. En 1989, son rapport sur l'urgence de voir les Français détenir la majorité du capital des sociétés du CAC 40 contribue à la naissance du PEA. En 1995, le rapport "Dérives bancaires" est le premier à porter à la connaissance du public les véritables montants des pertes du Crédit lyonnais. En 1999, son rapport sur

la création de l'euro met en garde sur les faiblesses politiques de la construction économique, financière et monétaire de l'Europe, telle qu'il a pu l'observer pendant cinq ans, en qualité de secrétaire général de la Fondation Finance, une fondation présidée par M. Raymond Barre.

"En 1995, il publie "Le devoir de Gestion", prix du Meilleur livre d'économie de l'année, sur la nécessité pour les Français de gérer leur projet de vie, et de s'assurer eux-mêmes contre les grands risques de la vie.

"A partir des années 2000, Hervé Juvin donne une nouvelle ambition à son travail d'essayiste ; il s'attache à spécifier les traits dominants de ce qui constitue, pour lui, une révolution de notre condition humaine et à caractériser la sortie en cours de cinq à six mille ans d'expérience politique, sociale et morale. Cette ambition prend une dimension nouvelle quand il quitte le cadre français et européen pour travailler et vivre à Madagascar, en Chine et en Inde, à partir de 2004.

"A ce titre, chez Gallimard, dans la collection Le Débat, il publie en 2005 "L'avènement du corps – quand mon corps est mon seul patrimoine", qui sera traduit entre autres, en anglais et publié par Verso sous le titre "The coming of the body" (2010), en 2008 "Produire le monde – pour une croissance écologique", et en 2010 "Le renversement du monde – politique de la crise". Il a publié avec Gilles Lipovetsky, en avril 2010 chez Grasset, "L'Occident mondialisé – controverse sur la culture planétaire", traduit et publié en cinq langues." ■



L'INFLUENCE, UNE NOUVELLE FAÇON DE PENSER LA COMMUNICATION DANS LA GUERRE ECONOMIQUE

"Qu'est-ce qu'être influent sinon détenir la capacité à peser sur l'évolution des situations ? L'influence n'est pas l'illusion. Elle en est même l'antithèse. Elle est une manifestation de la puissance. Elle plonge ses racines dans une certaine approche du réel, elle se vit à travers une manière d'être-au-monde. Le cœur d'une stratégie d'influence digne de ce nom réside très clairement en une identité finement ciselée, puis nettement assumée. Une succession de "coups médiatiques", la gestion habile d'un carnet d'adresses, la mise en œuvre de vecteurs audacieux ne valent que s'ils sont sous-tendus par une ligne stratégique claire, fruit de la réflexion engagée sur l'identité. Autant dire qu'une stratégie d'influence implique un fort travail de clarification en amont des processus de décision, au niveau de la direction générale ou de la direction de la stratégie. Une telle démarche demande tout à la fois de la lucidité et du courage. Car revendiquer une identité propre exige que l'on accepte d'être différent des autres, de choisir ses valeurs propres, d'articuler ses idées selon un mode correspondant à une logique intime et authentique. Après des décennies de superficialité revient le temps du structuré et du profond. En temps de crise, on veut du solide. Et l'on perçoit aujourd'hui les prémices de ce retournement.

"L'influence mérite d'être pensée à l'image d'un arbre. Voir ses branches se tendre vers le ciel ne doit pas faire oublier le travail effectué par les racines dans les entrailles de la terre. Si elle veut être forte et cohérente, une stratégie d'influence doit se déployer à partir d'une réflexion sur l'identité de la structure concernée, et être étayée par un discours haut de gamme. L'influence ne peut utilement porter ses fruits que si elle est à même de se répercuter à travers des messages structurés, logiques, harmonieux, prouvant la capacité de la direction à voir loin et sur le long terme. Top managers, communicants, stratèges civils et militaires, experts et universitaires doivent croiser leurs savoir-faire. Dans un monde en réseau, l'échange des connaissances, la capacité à s'adapter aux nouvelles configurations et la volonté d'affirmer son identité propre constituent des clés maîtresses du succès".

Ce texte a été écrit lors du lancement de *Communication & Influence* en juillet 2008. Il nous sert désormais de référence pour donner de l'influence une définition allant bien au-delà de ses aspects négatifs, auxquels elle se trouve trop souvent cantonnée. L'entretien que nous a accordé Hervé Juvin va clairement dans le même sens. Qu'il soit ici remercié de sa contribution aux débats que propose, mois après mois, notre plate-forme de réflexion.

Bruno Racouchot,
Directeur de Comes



Quand la réflexion accompagne l'action

Communication & Influence

UNE PUBLICATION DU CABINET COMES

Paris ■ Toronto ■ São Paulo

Directrice de la publication : Sophie Vieillard

Illustrations : Éric Stalner

CONTACTS

France (Paris) : +33 (0)1 47 09 36 99

North America (Toronto) : +00 (1) 416 845 21 09

South America (São Paulo) : + 00 (55) 11 8354 3139

www.comes-communication.com