



Communication & Influence

N°127 - Novembre 2021

Quand la réflexion accompagne l'action

Etats-Unis vs France/Europe : influence et méthodes d'encerclement cognitif. Le décryptage du MSIE 36

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.

Des élites françaises à l'évidence sous influence américaine : tel est le constat qui saute aux yeux à la lecture du rapport d'alerte de la 36^{ème} promotion de l'Executive MBA en Management Stratégique et Intelligence Économique (MSIE 36) de l'École de guerre économique. Sorti en octobre, réalisé sous la direction de Christian Harbulot, il s'intitule Comment les Etats-Unis contribuent-ils à affaiblir l'économie française ? Les dynamiques classiques en matière de guerre économique sont bien sûr évoquées : espionnage, boycott, embargos unilatéraux, extraterritorialité, moyens normatifs offensifs, pression fiscale, prises de participation financière, etc. Mais les auditeurs ont aussi mis l'accent sur le formatage des esprits via des dynamiques communicationnelles et informationnelles par lesquelles les Américains exercent une domination aussi "feutrée" que sans concession sur les élites françaises.



Avocate et auditrice de ce MSIE 36, Cynthia Picart a été l'une des chevilles ouvrières majeures de ce rapport. A travers l'entretien qu'elle a accordé à Bruno Racouchot, directeur de Comes Communication, on voit comment les perceptions et le jeu des idées s'affirment comme des rouages-clés dans les affrontements géopolitiques et géoéconomiques.

Comment expliquez-vous que nos "élites" soient, dans leur grande majorité, sous totale influence américaine, jusqu'à jouer contre nos propres intérêts ? Par quel mécanismes informationnels et communicationnels les Etats-Unis les tiennent-elles sous influence ?

Ce qui ressort très clairement de ce rapport d'alerte, c'est que nous nous trouvons confrontés à un processus d'encerclement cognitif, lequel est la résultante de dynamiques structurantes mises en place par les Etats-Unis. Ces derniers ont depuis longtemps créé un environnement propice au façonnage des esprits via l'engagement

de stratégies d'influence, techniques auxquelles ils sont particulièrement rodés. Ils utilisent à cet effet toutes sortes de moyens non-coercitifs, structurels, culturels, idéologiques... présentés aux cibles visées sous un aspect prétendument gagnant-gagnant. La démarche fonctionne à merveille auprès d'élites qui ont déjà des Etats-Unis une image très positive, laquelle très concrètement débouche sur la création de biais cognitifs qui permettent d'exercer une influence réelle dans les sphères économiques, politiques, sociétales, culturelles... Tout cela s'inscrit de fait dans une "normalité" telle que, si l'on



ne prend pas de recul, les cibles visées n'ont pas conscience de la configuration réelle au sein de laquelle elles évoluent, servant ainsi les intérêts d'une autre puissance sans même s'en apercevoir.

Le spectre des cibles visées est large : depuis les élites académiques jusqu'aux élites économiques (on remonte là au plan Marshall de 1945), tous les décideurs sont concernés à travers la production de normes et la promotion d'un type de vie et d'un mode de pensée. Une manière subtile d'instiller le modèle US est ainsi mis en place via les grandes écoles ou les écoles de management. Un exemple parmi

A tous les étages et dans tous les domaines, les Américains savent comment fonctionnent leurs cibles, quelles sont leurs forces et leurs faiblesses.

tant d'autres : tous les grands cabinets américains de conseil en stratégie sont présents dans la fine fleur des grandes écoles françaises, de HEC et Polytechnique à Centrale ou Supelec, en passant par l'ESCP, Ponts et Chaussées, Mines, etc. De manière subtile et très astucieuse, il s'agit là de façonner dans tous les pays de la zone d'influence américaine, tant la manière de

faire que la manière de penser, donc de poser dans ces pays et dans tous les domaines comme référentiel de base le modèle *made in USA*. Les étudiants ainsi formés vont devenir à leur tour des diffuseurs et des ambassadeurs de ce mode de penser le monde et d'y agir, dans leurs réseaux et notamment dans leur milieu ambiant, à partir des postes qu'ils vont occuper. Et la même démarche se retrouve déployée bien sûr dans la sphère politique. Ainsi, à tous les étages et dans tous les domaines, les Américains savent comment fonctionnent leurs cibles, quelles sont leurs forces et leurs faiblesses, sans parler de la remontée d'informations qui se fait naturellement à leur profit.

Combinées à l'action des réseaux très actifs sur notre territoire (dans nos banlieues par exemple) ou qui convient des cibles bien choisies à venir se former ou échanger aux Etats-Unis (l'exemple le plus connu étant celui des *young leaders*), les *narratives* qui en découlent se trouvent en outre

C'est un cercle vertueux que les Américains ont mis en place à leur profit en se servant de la fascination qu'ils ont su créer à destination des élites étrangères.

confortés par la vague culturelle permanente et numérique qui inonde les écrans de toutes sortes à travers le monde entier. C'est ainsi un cercle vertueux que les Américains ont mis en place à leur profit en se servant de la fascination qu'ils ont su créer à destination des élites étrangères, sans que celles-ci ne s'en rendent réellement compte, tant elles se

trouvent sous influence et sans capacité à appréhender réellement leur situation. A cet égard, on ne mesure pas à quel point le *narrative* évoqué joue un rôle prépondérant dans cet étonnant processus de "servitude volontaire", pour reprendre l'expression bien connue et forgée à bon escient par Etienne de La Boétie au XVI^{ème} siècle...

Cette dynamique de soumission mentale volontaire est fort bien disséminée dans la dernière partie de ce rapport, consacrée à la dynamique du soft power, que vous décortiquez en quatre phases : promotion de l'American way of life, re-façonnage des identités, captation des élites, avec pour résultat bien tangible la création d'un climat d'affaires propice.

Cela revient-il à dire que, qui gagne la bataille des idées et régente les esprits, gagne aussi la guerre politique et économique ? Du siècle des Lumières où rayonnait la France, serions-nous passé au siècle des soumis ?

Pour la première question, je serais plus nuancée. Certes, la bataille des idées est importante mais pas forcément suffisante. La France a encore des atouts, comme le prouve l'examen attentif des études annuelles *The Soft Power 30 – A Global Ranking of Soft Power* [<https://softpower30.com/>] qui classe les pays en fonction des différents critères mesurant la force de leur soft power, où la France est maintenant en tête. Preuve que ce n'est malheureusement pas suffisant pour gagner dans la guerre économique... Le soft power américain est orienté sur l'efficacité, joue du temps long et met en œuvre, à l'échelle mondiale, des processus très pointus de modelage des environnements. Les Américains savent activer et combiner des dynamiques à la fois normatives et structurantes, couplées à une diplomatie publique très efficace. Avec en sus, des stratégies opportunistes qui viennent se greffer au coup par coup sur le dispositif existant.

Pour la seconde question, notons d'emblée que la relation liant la France aux Etats-Unis est éminemment complexe, ce qu'Éric Branca a parfaitement mis en lumière dans son livre *L'ami américain* [voir ci-après p.5]. Le cadre européen qui s'est développé après la Seconde guerre mondiale a été façonné par les Etats-Unis. Quand on lit Zbigniew Brzezinski [voir ci-après p.3], on comprend que ces rapports ont été pensés dès l'origine et sans ambages en termes de vassalité. Or, en 2021, rien n'a changé, d'autant que les Américains sont maîtres à penser dans la définition des concepts et qu'il n'est donc pas étonnant qu'ils maîtrisent aussi bien et très concrètement des concepts qu'ils ont eux-mêmes élaborés. En regard de ce pragmatisme, il serait peut-être temps que les Européens se réveillent et réagissent. Regardons la Chine qui, elle, tend à affirmer sa spécificité. Certes, elle a encore un long chemin à parcourir notamment en matière de mise en œuvre d'un soft power à la hauteur du soft power américain. D'où une crispation sans cesse croissante entre les Etats-Unis et la Chine.

Aussi, permettez-moi de rappeler en guise de conclusion une citation du général de Gaulle que nous avons placée en ouverture de ce rapport d'alerte. "*Il devient urgent de secourir l'apathie générale, pour monter des mécanismes de défense. Les Américains sont en train d'acheter la biscuiterie française. Leurs progrès dans l'électronique française sont foudroyants. Qu'est-ce qui empêchera IBM de dire un jour : "Nous fermons nos usines de France, parce que l'intérêt de notre firme le commande" ? Qu'est-ce qui empêchera que recommence ce qui s'est passé l'autre année pour Remington à Vierzon ? Les décisions se prennent de plus en plus aux États-Unis. Il y a un véritable transfert de souveraineté. [...] Les vues du Pentagone sur la stratégie planétaire, les vues du business américain sur l'économie mondiale nous sont imposées."*

Ces propos de Charles de Gaulle ont été recueillis par Alain Peyrefitte le 04 janvier 1963 et sont cités dans son célèbre ouvrage *C'était de Gaulle*. Force est de constater qu'ils demeurent d'une éclatante actualité. ■

Pour télécharger le rapport du MSIE 36 : https://www.ege.fr/sites/ege.fr/files/media_files/rapport_alerte_usa_2021.pdf

Entrer en contact avec Cynthia Picart, avocate spécialisée dans le droit économique : <https://www.picart-law.com/>

EXTRAITS

Guerre économique, guerre des idées, guerre des églises, guerre cognitive

Comment les perceptions et les pensées se révèlent-elles être des leviers essentiels dans les affrontements géopolitiques majeurs en cours ? La 36^{ème} promotion de l'Executive MBA en Management Stratégique et Intelligence Économique (MSIE 36) de l'École de Guerre Économique (EGE) a su, de manière très pédagogique, planter le décor en expliquant la complexité de la démarche de domination conduite par les États-Unis à l'endroit de leurs alliés, au premier rang desquels la France. Les auditeurs ont ainsi tour à tour su décrypter avec soin les dynamiques à l'œuvre, à savoir : 1/ les dynamiques historiques structurantes, 2/ informelles et illicites, 3/ juridiques offensives, 4/ de confrontations économiques, 5/ d'influences directes sur l'économie, 6/ du soft power. Autant d'analyses qui passionneront à juste titre les lecteurs de Communication & Influence... Cependant, comme l'ont pressenti les auditeurs du MSIE 36, on ne peut appréhender correctement ces dynamiques sans bien comprendre - et donc décrire au plus près - d'une part ce qu'est réellement la guerre économique, ce qu'elle implique et ce qu'elle recouvre, et d'autre part quelle est la grille de décryptage du monde des États-Unis (cette seconde partie sera étudiée page suivante). Extraits des p.8 et 9.

"Comment les États-Unis contribuent-ils à affaiblir l'économie française ? La crise des sous-marins français en Australie impose cette question dans le débat public. Toutefois, cette question en induit immédiatement d'autres : les États-Unis et la France ne sont-ils pas des alliés ? Pourquoi des alliés viendraient-ils à s'affaiblir les uns les autres ? Qu'en est-il dès lors de la nature des relations entre les États-Unis et la France ?

Le fait est que la réalité des relations entre puissances est très éloignée de l'image simplificatrice qui est donnée à voir médiatiquement. France et États-Unis, alliés géopolitiques, sont néanmoins des concurrents géo-économiques. Les rapports de force qui structurent cette réalité engagent des méthodes et des moyens dont la brutalité et l'ampleur sont à la mesure de l'enjeu : garantir le leadership de sa nation sur l'autre. L'ambition étasunienne surpassant celles des autres nations dans une volonté affirmée et assumée de voir cette domination s'exercer sur l'ensemble des nations de la planète¹.

La relation de la France avec l'ami américain est une histoire complexe². Elle se développe depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale dans un cadre européen que les États-Unis ont eux-mêmes contribué à façonner. Nul autre que Brzezinski, conseiller à la sécurité nationale du Président Carter et grand théoricien de la politique étrangère américaine, n'aura sans doute énoncé plus clairement l'enjeu que représente l'Europe pour les États-Unis dans sa quête de domination mondiale : *"L'Europe deviendrait, à terme, un des piliers vitaux d'une grande structure de sécurité et de coopération, placée sous l'égide américaine et s'étendant sur toute l'Eurasie. Surtout, l'Europe est la tête de pont géostratégique fondamentale de l'Amérique. Pour l'Amérique, les enjeux géostratégiques sur le continent Eurasien sont énormes [...] L'Eurasie reste l'échiquier sur lequel se déroule la lutte pour la primauté mondiale"*³.

Dans ce cadre, deux nations sont identifiées comme fondamentales au projet américain : la France et l'Allemagne. Les Américains ne voient pas dans les nations européennes des partenaires, mais des "vassaux" pour reprendre là encore les termes de Brzezinski. Elle va les traiter comme tels, de la fin de la Seconde Guerre mondiale à nos jours. Elle déterminera leur périmètre de liberté et de mouvement, dans une guerre sans nuance. Mais une guerre économique, car *"les critères militaires ne pouvant plus, à eux-seuls, décider de l'issue de la confrontation, la vitalité politique, le dynamisme économique et le pouvoir d'attraction culturelle revêtent une importance décisive"*⁴.

Tout est-il dit ? Pas tout à fait, car jamais encore, n'ont été recensés, décryptés, mis en perspective les stratagèmes, les cadres structurants, les méthodes diverses, visibles et moins visibles, voire insidieuses, dont nous tenterons d'exposer les principes et dynamiques à travers cette étude." [...]

La guerre économique : produits, services et biens immatériels

"La guerre structure nos sociétés. La polémologie rappelle que le but de la guerre tient par le recours à la force armée, en l'accroissement de puissance et de richesse des civilisations par l'accaparement de territoires, de ressources et l'asservissement des peuples. La guerre est protéiforme, universelle, politique et militaire. Depuis la fin de la Guerre froide, les enjeux de territoire ont laissé place à des enjeux de conquête de marchés⁵. La guerre militaire s'est partiellement mue en guerre économique.

La guerre économique⁶ est un concept qui se définit comme *"l'utilisation de la violence, de la contrainte, et de moyens déloyaux, ou illégaux, pour protéger ou conquérir un marché, gagner ou préserver une position dominante qui permet de contrôler abusivement un marché. La guerre économique s'exerce en temps de guerre comme en temps de paix"*⁷. Concernant ses parties prenantes, la guerre économique *"est pratiquée par les États, les entreprises, les associations et même les individus"*⁸. Concernant son objet, *"la guerre économique s'applique aussi bien à tous les produits et services qu'à tous les biens immatériels, comme les pensées (guerre des idées), les croyances (guerre des églises), et la connaissance (guerre cognitive)"*. Christian Harbulot en a précisé les dimensions : la voie politico-militaire, la confrontation idéologique, la conquête immatérielle et la colonisation culturelle numérique⁹.

1/ BRZEZINSKI, Zbigniew, *Le grand échiquier. L'Amérique et le reste du monde*, Fayard, 1997 ; 2/ BRANCA, Eric, *L'ami américain. Washington contre de Gaulle. 1940-1969*, Perrin, 2017 ; 3/ BRZEZINSKI, Zbigniew, *Le grand échiquier. L'Amérique et le reste du monde*, Fayard, 1997, p. 88 ; 4/ *Op. cit.*, p.32 ; 5/ DELBECQUE, Eric, HARBULOT Christian, *La guerre économique*, PUF, 2011 ; 6/ LAIDI, Ali, *Histoire mondiale de la guerre économique*, Perrin, 2016 ; 7/ LAIDI, Ali, *Une histoire de la guerre économique, Manuel d'intelligence économique*, PUF, 3ème édition, 2019, p.44 ; 8/ LAIDI, Ali, *Les batailles du commerce internationales : Penser la guerre économique avec et contre Michel Foucault*, PUF, 2021 ; 9/ HARBULOT Christian, *L'évolution des modes de domination, Manuel d'intelligence économique*, PUF, 3ème édition, p.57-58.

EXTRAITS

Les États-Unis, une grille de lecture du monde

Suite de la page précédente. Extraits des p.9 et 10 du rapport d'alerte du MSIE 36 de l'EGE.

"Chaque société repose sur des mythes partagés. Dans le cas des États-Unis, les narratifs leur conférant un rôle historique particulier, sinon singulier dans le monde, sont un élément-clé de leur imaginaire collectif, et structurant de leur nation. Certaines formules tant dans la culture populaire que dans les discours politique et intellectuel (comme *American exceptionalism*, *manifest destiny*, *God's own country*) le démontrent. Les États-Unis sont, du point de vue d'une partie importante de leur population, un pays avec une mission quasi-transcendante, voire divine.

Plusieurs sources viennent alimenter ces idées, puisées essentiellement dans l'histoire européenne et notamment des îles britanniques. La *Bill of Rights* (1215) et l'acte *Habeas Corpus* (1679) sont volontiers cités lors de discours officiels, même si la première place dans les références revient bien sûr à la constitution étasunienne de 1787. Tous les trois ont en commun qu'ils fixent des fondamentaux de la liberté de l'Homme, consacrée notamment par la célèbre formule du début de la déclaration d'indépendance : "*Nous tenons pour évidentes par elles-mêmes les vérités suivantes : tous les hommes sont créés égaux ; ils sont dotés par le Créateur de certains droits inaliénables ; parmi ces droits se trouvent la vie, la liberté et la recherche du bonheur. Les gouvernements sont établis parmi les hommes pour garantir ces droits, et leur juste pouvoir émane du consentement des gouvernés*"¹⁰. La constitution quant à elle reprend les valeurs les plus fondamentales du nouvel État dans son préambule : "*Nous, le peuple des États-Unis, en vue de former une union plus parfaite, d'établir la justice, d'assurer la paix intérieure, de pourvoir à la défense commune, de développer la prospérité générale et d'assurer les bienfaits de la liberté à nous-mêmes et à notre postérité, nous ordonnons et établissons la présente constitution pour les États-Unis d'Amérique*"¹¹.

Après la conquête du territoire d'une côte océanique à l'autre – un exercice de "colonisation intérieure" non sans conséquences sur les pratiques quasi-coloniales et impériales ultérieures de Washington (dès le 19^{ème} siècle) –, les États-Unis passent en phase de consolidation politique aussi bien intérieure qu'extérieure. Ayant déjà l'héritage d'un "optimisme conquérant" (*Go West, Young Man*), ils commencent à construire leur primauté d'abord dans les Amériques, puis à l'échelle intercontinentale et mondiale."

L'attitude missionnaire comme fil conducteur majeur d'influence des narratifs politiques américains

"La doctrine de Monroe (1823)¹² pose les États-Unis en tant que "gardien" de l'hémisphère occidental contre d'éventuelles tentatives européennes de colonisation ; le corollaire de Roosevelt (1905) stipule un droit d'ingérence de Washington sur les deux continents américains¹³. Vers la fin du 19^{ème} siècle, particulièrement lors de la guerre des États-Unis contre l'Espagne (1898), la doctrine de Monroe et la "destinée manifeste" (1845)¹⁴ forment – avec le libéralisme tel que conçu notamment par Thomas Paine¹⁵ au siècle précédent – le cadre cognitif dans lequel le rôle international des États-Unis est pensé par une partie croissante de l'élite intellectuelle et politique.

L'entrée en guerre en 1917 n'est pas chose acquise facilement. Le gouvernement met en place une machine de propagande qui reprend des notions-clés de la culture politique et de l'imaginaire collectif, puisées notamment dans les textes fondateurs cités ci-dessus : établir la justice, assurer la paix, développer la prospérité générale – et cela désormais aussi à l'extérieur des États-Unis. Cette attitude missionnaire est un fil conducteur des narratifs politiques américains, particulièrement en politique étrangère et lors d'interventions, au moins depuis la Première Guerre mondiale. Elle va de pair avec la présentation des actions étasuniennes comme s'inscrivant dans un "combat pour le bien"¹⁶. Après la lutte à deux reprises contre l'Allemagne impériale (*Kill This Mad Brute*¹⁷) puis nazie, elle s'engage dans la Guerre froide contre l'URSS (qualifiée par le président Ronald Reagan d'*Evil Empire*) et, à la suite des attentats du 11 septembre 2001, dans le "combat contre le mal" (George W. Bush). L'importance principale de ce constat est que la nature du discours qui structure ou sous-tend le but (affiché) de la politique étasunienne est d'ordre eschatologique, donc ayant pour but d'accomplir la mission (divine) historique de l'humanité, cette optique justifiant par conséquent l'utilisation peu ou prou de tous les moyens.

La projection de la conception d'État et de la société américaine au-delà des frontières du pays relève d'une caractéristique de la politique étasunienne qu'avait déjà observée Alexis de Tocqueville. En son temps, il dressa un constat toujours valable aujourd'hui (sinon encore plus que par le passé) : celui que la politique intérieure définirait largement la politique extérieure¹⁸. Une des dynamiques ou tendances lourdes engendrée, est la volonté de faire converger le plus grand nombre possible d'États et de sociétés vers le modèle américain. En fonction de la "cible" de la politique (État, société, groupes particuliers, ...) et du but recherché par Washington (ou d'autres acteurs étasuniens), différentes méthodes sont mises en œuvre pour faire advenir cette convergence. Il en sera question dans cette étude, dans un premier temps à travers la présentation de l'évolution des dynamiques structurantes au cours du vingtième siècle, puis dans un second temps à travers l'analyse graduée des dynamiques offensives que les États-Unis mettent concrètement en œuvre."

10/ Déclaration d'Indépendance des États-Unis - <https://mjp.univ-perp.fr/constit/us1776.htm> ; 11/ Constitution des États-Unis - <https://mjp.univ-perp.fr/constit/us1787.htm> ; 12/ MELANDRI, Pierre, *Naissance de l'hégémonie américaine, Fin du leadership américain ? L'état du monde en 2020*, La Découverte, 2019, p.25-32 ; 13/ MELANDRI, Pierre, *Naissance de l'hégémonie américaine, Fin du leadership américain ? L'état du monde en 2020*, La Découverte, 2019, p.25-32 ; 14/ HEIDLER, David S., *Manifest Destiny*, <https://www.britannica.com/event/Manifest-Destiny> 20 août 2021 ; 15/ CARON, Nathalie, *Thomas Paine et l'éloge des révolutions*, Revue d'études américaines, 2006/2 : <https://journals.openedition.org/transatlantica/1145> ; 16/ Un narratif qui est monté en force notamment pendant la guerre froide, toujours d'actualité pour les Démocrates comme les Républicains, comme le montrent un discours du Secrétaire d'État Mike Pompeo lors d'une visite diplomatique au Moyen-Orient (<https://eg.usembassy.gov/a-force-for-good-america-reinvigorated-in-the-middle-east/>) ainsi que du discours inaugural du président Joseph Biden du 20 janvier 2021 ; 17/ "Destroy this mad brute" *WWI propaganda poster* (US version) - [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:%27Destroy_this_mad_brute%27_WWI_propaganda_poster_\(US_version\).jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:%27Destroy_this_mad_brute%27_WWI_propaganda_poster_(US_version).jpg) ; 18/ TOCQUEVILLE, Alexis de, *De la démocratie en Amérique*, Gallimard, 1986 [1835].

EXTRAITS

"L'ami américain"... Quand Washington jouait contre de Gaulle

Historien et journaliste, Eric Branca fut en septembre 2017 l'invité de Communication & Influence (n°85) à l'occasion de la sortie de son livre L'ami américain – Washington contre de Gaulle, 1940-1969 (Perrin, août 2017), une étude très documentée sur la lutte d'influence qui, durant près de trente ans, opposa les Etats-Unis au général de Gaulle. Au-delà des révélations majeures que contient l'ouvrage, nourri des documents déclassifiés qu'a pu consulter l'auteur, ce récit illustre surtout la stratégie déployée par l'hyperpuissance américaine quand un allié, si loyal soit-il à ses engagements, refuse d'abdiquer ses intérêts vitaux.

Pas étonnant dès lors que L'Ami Américain ait connu un formidable succès auprès de tous les spécialistes de l'influence, et qu'il ait été abondamment cité et repris par les auditeurs de la promotion MSIE 36 ! Ci-après, quelques extraits de l'entretien qu'Eric Branca nous avait alors accordé. Et précisons d'ores et déjà que l'auteur sera de nouveau notre invité au début de l'année 2022.

Pourquoi avoir choisi de revenir sur l'affrontement entre les Etats-Unis et de Gaulle ? L'essentiel n'était-il pas déjà connu ?

"Si tout le monde se souvient de la crise provoquée par la sortie de la France du commandement intégré de l'Otan (1966) ou des crispations – le mot est faible ! – consécutives à la condamnation, par de Gaulle, de la politique américaine en Asie du Sud-Est, il importait à mes yeux de revenir sur la généalogie de cet affrontement qui, on l'oublie trop souvent, remonte à 1940... Mais aussi sur ses conséquences, qui sont loin d'être soldées. Or si d'excellents ouvrages ont pu s'attacher à en décrire les péripéties, il est rare qu'on se soit intéressé à l'essentiel : le fil rouge de la politique américaine qui, à de très rares exceptions, n'a jamais été rompu depuis qu'à la faveur de la Seconde guerre mondiale, la Maison Blanche s'est invitée dans les affaires européennes.

Pour atteindre leur but – faire perdre aux nations du vieux continent, saignées à blanc par le conflit, toute velléité d'indépendance – les Etats-Unis ont développé une stratégie d'influence d'une ampleur absolument inédite. Et c'est de cette stratégie que traite d'abord mon livre. Seul obstacle : la France du général de Gaulle qui, entre 1944-1945 et, surtout, entre 1958 et 1969, n'a pas voulu suivre le destin de l'Angleterre, de l'Allemagne ou de l'Italie qui, chacune pour des raisons spécifiques, ont accepté sans difficulté le tutorat de Washington. D'où la réputation "d'anti-américain" qui lui a été faite outre-Atlantique et qui en dit long sur la conception des alliances défendue par le Département d'Etat. Comme j'essaie de le montrer dans mon livre, le Général n'avait aucune hostilité, bien au contraire, à l'égard de la nation américaine – c'est même d'emblée à elle qu'il pense quand, le 18 juin 1940, il parle des "forces immenses (qui) n'ont pas encore donné" et qui, "un jour écraseront l'ennemi". Mieux : quand la paix du monde a été en danger, lors de la construction du Mur de Berlin (1961) ou de l'implantation des missiles soviétiques de Cuba (1962), il a toujours, sans délai et avec fermeté, pris le parti de l'allié américain. Son unique objectif était que la France garde ses mains libres et qu'à l'occupation par l'envahisseur allemand ne succède pas une occupation par le libérateur américain. Laquelle, comme je le rappelle, était programmée dans ses moindres détails sous les espèces de l'AMGOT (Allied Military Government for Occupied Territories) et de sa monnaie de singe, le "billet drapeau"...

A tant faire de présenter comme un adversaire celui qui revendique seulement le plein exercice de sa souveraineté, Washington et ses relais médiatiques ont usé d'une arme à double tranchant qui, elle, a vraiment nourri l'antiaméricanisme. S'il suffit de vouloir défendre ses intérêts pour être catalogué comme "anti-américain", on imagine sans peine le critère à remplir pour être perçu comme pro-américain : oublier jusqu'au sens du mot liberté. Un peu gênant pour ceux qui, justement, s'en font les promoteurs tous azimuts !

"D'où les faveurs, que vous décrivez avec force détails, dont ont bénéficié jusqu'en 1942 – et pour certains jusqu'en 1944 – quelques personnalités influentes de Vichy ?

"Bien sûr ! Si Roosevelt ménage Pétain, soutient à bout de bras Weygand puis Darlan en Afrique du Nord, et laisse l'OSS [ndlr : la future CIA] imaginer, en 1944, des combinaisons rocambolesques pour faire de Laval l'instrument d'une éviction de De Gaulle, ce n'est évidemment pas par sympathie pour ces personnages: c'est parce qu'il sait qu'en s'appuyant sur des gens rompus à "collaborer" et qui, de surcroît, ont beaucoup à se faire pardonner, il évacue le risque de se retrouver, une fois la victoire acquise, confronté à une France rebelle... "Résistante", sans faire de mauvais jeu de mots ! Ce qui explique l'apostrophe fameuse du Général : "Ce n'est pas à Hitler que Roosevelt fait la guerre, c'est à moi !". Pourquoi ? Parce qu'en adepte de la Realpolitik, le président américain – et au-delà, ce qu'il est convenu d'appeler "l'Etat profond américain", autrement dit le lobby militaro-industriel, indissolublement lié au département d'Etat – voyait dans l'effondrement français de 1940 une occasion historique unique de s'engouffrer dans le vide politique créé par cet événement que personne – pas même Hitler ! – n'avait imaginé si subit ni surtout si profond.

De ce collapsus intégral, l'historien américain William Langer qui, pendant la guerre, fit partie de la branche Recherche et analyse de l'OSS, avait tiré cette conclusion : "L'histoire moderne n'a enregistré que peu d'évènements aussi catastrophiques que la défaite de la République française en juin 1940. Depuis la campagne éclair de Napoléon contre la Prusse en 1806, aucune grande puissance militaire n'avait été frappée aussi brutalement et aussi inexorablement par le destin". Aux yeux de De Gaulle comme à ceux des Américains, la France a bel et bien "roulé du haut de l'histoire, jusqu'au fond de l'abîme". Toute la différence est que le premier va mettre toute son énergie à lui faire remonter la pente, tandis que les seconds n'en verront pas, c'est le moins qu'on puisse dire, la nécessité... [...]"

Télécharger l'entretien dans son intégralité : http://www.comes-communication.com/files/newsletter/Communication&Influence_septembre_2017_Eric_Branca.pdf

L'EGE ET LE MSIE 36

L'Ecole de guerre économique (EGE) est, depuis de longues années, bien connue de nos lecteurs. De nombreux n° de *Communication & Influence* ont été consacrés à ses activités et à son directeur, Christian Harbulot. Le document étudié ici est le rapport d'étude final de la 36^{ème} promotion de l'*Executive MBA* en Management Stratégique et Intelligence Économique (MSIE36) de l'EGE. Initiée en 2005, le MBA Management Stratégique et Intelligence Économique (MSIE) est unique à ce jour en France, car cette formation se situe au carrefour de l'intelligence économique et du management stratégique. En dépassant les approches classiques du management des organisations et de l'analyse concurrentielle, la formation continue MSIE propose des méthodologies adaptées aux nouveaux besoins des décideurs face à la montée des affrontements économiques.

Le rapport présenté ici a été conduit sous la houlette de Christian Harbulot, entre le 18/09/21 et le 08/10/21. Comme toute étude de nature académique, sa vocation est d'être analysée et critiquée. Toutefois, il apparaît clairement qu'elle met en évidence des éléments significatifs et structurants des dynamiques d'affaiblissement de l'économie française par les États-Unis, qui laissent apparaître des récurrences dans les modes opératoires. Un tel rapport étant susceptible de faire œuvre utile auprès des décideurs français, publics et privés, l'urgence des situations constatées en appelle la diffusion, ce que *Communication & Influence* se réjouit de faire ici.



Les auditeurs de la MSIE36 sont (par ordre alphabétique) : Marcel Aguessy, Guillaume Anjou, Frédéric Autret, Paul Barraqué-Currié, Patrick Blancheton, Nicolas Cerdan, Hedi Dardour, Élodie Eugénie, Olivier Felten, Aurélie Gonzalez, Thierry J. Hot, Guillaume-Henri Hurel, Aurore Joris, Julia Kurnikowski, Lucie Laurent, Wilfrid Leitt, Stefan Marrec, Françoise Penaud, Cynthia Picart, Jean-François Pigeon, Mohamed Ali Razgallah, Jean-Jacques Segbo, Philipp Siegert, Jérôme Vellayoudom, Grégoire de Warren.

Avec pertinence, les auteurs ont fait figurer en exergue du rapport cette citation du Président François Mitterrand : *"La France ne le sait pas, mais nous sommes en guerre avec l'Amérique. Oui, une guerre permanente, une guerre vitale, une guerre économique, une guerre sans mort apparemment. Oui, ils sont très durs les Américains, ils sont voraces, ils veulent un pouvoir sans partage sur le monde. C'est une guerre inconnue, une guerre permanente, sans mort apparemment et pourtant une guerre à mort"*, (in *Le dernier Mitterrand*, par Georges-Marc Benamou, Plon, 2011).

Pour télécharger le rapport du MSIE 36 : [https://www.egi.fr/sites/egi.fr/files/media_files/rapport_alerte_usa_2021.pdf](https://www.ege.fr/sites/egi.fr/files/media_files/rapport_alerte_usa_2021.pdf)

Pour en savoir plus sur les MSIE de l'EGE : <https://www.egi.fr/formations/executive/msie>

Pour télécharger les études de l'Ecole de pensée sur la guerre économique : <https://www.epge.fr/>

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 Cynthia Picart au nom de la promotion MSIE 36 de l'Ecole de guerre économique (EGE), va clairement dans le même sens. Qu'elle soit ici remerciée de sa contribution aux débats que propose, mois après mois, notre plate-forme de réflexion.

Bruno Racouchot
Directeur de Comes

Communication & Influence

UNE PUBLICATION DU CABINET COMES

Paris ■ Toronto ■ São Paulo ■ Porto Alegre

Directrice de la publication : Sophie Vieillard

Illustrations : Rossana

CONTACT

France (Paris) - North America (Toronto)

South America (São Paulo - Porto Alegre)

bruno@comes-communication.com

www.comes-communication.com



Quand la réflexion accompagne l'action