



Communication & Influence

N°58 - Septembre 2014

Quand la réflexion accompagne l'action

Idéologies, communication et terrorisme dans le jeu complexe des relations internationales : le décryptage d'Alain Bauer

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.



www.comes-communication.com

La menace terroriste est aujourd'hui omniprésente et polymorphe. Sa portée se trouve amplifiée par la croissance exponentielle des moyens de communication qui raccourcissent le temps et l'espace. Décapitations et mutilations sont mises en scène pour provoquer l'effroi et choquer, donc faire passer un message. À l'heure où l'inquiétude croît, il nous a semblé utile de demander à Alain Bauer, professeur de criminologie au Conservatoire National des Arts et Métiers, ce qu'il en pensait, puisqu'il vient de signer récemment, avec Christophe Soulez - lui aussi criminologue - un ouvrage destiné au grand public intitulé Le terrorisme pour les Nuls (Éditions First).

Dans l'entretien qu'il a accordé à Bruno Racouchot, directeur de Comes Communication, Alain Bauer explique minutieusement comment s'articulent les rapports entre idéologies, communication et terrorisme.

Confrontés à des défis géopolitiques extrêmement durs qui s'offrent à nous, comment voyez-vous notre attitude et notre positionnement face au terrorisme tel qu'il se développe aujourd'hui en Irak, en Syrie, en Libye et en Algérie ?

De fait, sur le plan communicationnel, ces défis nous troublent. Ils allient en effet une violence d'ordre archaïque à laquelle nous ne sommes plus accoutumés -



Pour faire face à ces nouveaux défis, il nous faut réapprendre à penser, retrouver la dimension stratégique, nous situer sur le long terme, en finir avec l'émotionnel et l'immédiateté. Nous devons surtout renouer avec la Realpolitik, donc faire l'effort de voir le monde tel qu'il est et non tel que nous souhaiterions qu'il soit. Bref, Alain Bauer plaide pour un retour au réel.

éborgements et décapitations, qui pourtant abondent dans notre histoire depuis l'Antiquité, mais dont nous ne supportons plus la vue... - à une sophistication des moyens de communication - immédiateté sur le plan temporel et omniprésence sur le plan spatial. Les Européens semblent décontenancés face à ces réalités. On évolue donc là dans une sphère où la perception de l'image est prépondérante. Comment faire ?

Nous devons prioritairement nous extraire de l'émotionnel et de l'immédiateté et avant tout réapprendre à mettre les choses en perspective, à travailler sur le temps long et à trouver un juste équilibre entre technologie et faculté d'analyse. Ce dernier point est important. Car la toute-puissance de la technologie a engendré une contraction de l'espace et du temps, laquelle a simultanément débouché

Bien sûr, la technologie est utile. Elle facilite les choses, mais en aucun cas elle ne remplace notre cerveau, donc notre capacité à appréhender correctement quelque configuration que ce soit dans sa globalité.

sur une réduction de notre capacité à penser, à projeter notre esprit dans des configurations nouvelles, bref tout simplement à analyser et réfléchir.

Si l'on ajoute à cela le rôle des outils communicationnels que sont – pêle-mêle – le *power point*, Facebook et Twitter, etc., avouons que l'on ne va guère progresser en matière de compréhension des forces à l'œuvre dans notre monde...! Surtout si l'on se borne à gérer la forme sans jamais oser aborder les questions de fond.

Cependant, il existe chez nos contemporains une croyance en l'absolue puissance de la technologie...

Bien sûr, la technologie est utile. Elle facilite les choses, mais en aucun cas elle ne remplace notre cerveau, donc notre capacité à appréhender correctement quelque configuration que ce soit dans sa globalité. Or, face au terrorisme, il faut avant tout comprendre la logique qui est celle de ceux qui engagent le combat. Nous devons parvenir en premier lieu à appréhender les rouages par lesquels leur logique passe de la théorie à la pratique.

La technologie est bien sûr à même de valider ou non des options. Mais qui écrit les règles du jeu? Se reposer sur la seule technologie est en réalité une solution de confort, une voie de facilité, qui nous évite de nous confronter aux vraies questions, comme celle de savoir qui est vraiment l'ennemi. Cette réflexion sur la définition de l'ennemi, nous ne la conduisons pas, nous l'occultons plutôt, souvent par paresse ou par facilité.

Si nous regardons l'histoire du monde, nous comptons en fait bien peu de surprises stratégiques et à l'inverse, des kyrielles de cas d'aveuglement stratégique...

Nous disposons cependant de volumes de données et d'informations statistiques de plus en plus importants. On ne jure plus aujourd'hui que par le concept de big data...

En vérité, nous sommes submergés par l'information, par des masses énormes de données qui nous empêchent d'analyser et de comprendre la réalité. De manière très concrète, c'est non pas l'analyste, mais le programmeur qui décide et effectue les choix conduisant au fonctionnement de la machine. Nous croyons – ou plutôt nous voulons croire – en une technologie au pouvoir absolu. Cette dernière nous fournirait tout à la fois l'information et le décryptage, et nous dispenserait de l'effort de penser pour analyser et réfléchir!

L'information nous est certes fournie par la technologie. Mais elle ne se trouve traitée qu'à travers une technologie qui a été formatée par un technicien, lequel a défini les

paramètres de ce que lui-même attendait de la machine. Si vous êtes hors cadre, qu'importe alors de bénéficier d'une technologie plus puissante! Dans cette configuration, si vous ne définissez pas les paramètres adaptés, vous ne pouvez pas répondre aux défis qui vous sont lancés.

Pour le terrorisme, il en va de même. En revenir aux seuls aspects technologiques est bien sûr rassurant. Mais que voulons-nous réellement? Une muraille électronique? Une machine techniquement parfaite mais qui, concrètement, ne répond en rien à la stratégie, donc aux objectifs ultimes de l'adversaire?

Dès lors, que faut-il faire? Comment redonner aux analystes leur rôle?

Le vrai problème de nos jours est que nous avons d'excellents tacticiens et de super techniciens, mais que nous avons renoncé à tout effort de réflexion d'ordre stratégique. Ce qui nous laisse croire que nous pourrions nous dispenser de toute tentative de conceptualisation du monde. Le fond du problème ainsi posé est qu'il n'existe plus de véritable pensée d'ordre stratégique. On se contente - au mieux - de faire du "reprint", on reproduit sans fin ce qui a déjà été produit. Quid de la définition et de la désignation de l'ennemi? Veut-on seulement se donner la peine de réfléchir à cette question?

On peut toujours mettre des noms sans désigner l'ennemi réellement. L'ennemi aujourd'hui, est-ce Al Quaida? Ce qui obligerait à dire ce qu'est réellement Al Quaida... Oui, qui est vraiment l'ennemi aujourd'hui? Pour des raisons diplomatiques et politiques, on ne veut pas nommer l'ennemi, on ne veut surtout pas faire l'effort d'aller au bout de nos raisonnements. Nous sommes prisonniers de nos propres schémas mentaux.

Si nous voulons être honnêtes avec nous-mêmes, reconnaissons qu'il y a beaucoup moins de surprises stratégiques que d'aveuglements stratégiques! De même, si nous regardons l'histoire du monde, nous comptons en fait bien peu de surprises stratégiques et à l'inverse, des kyrielles de cas d'aveuglement stratégique...

On en revient à ce que disait Philippe Baumard dans son ouvrage dénonçant Le vide stratégique [ndlr: Communication & Influence n° 35 de juillet 2012 – La pensée et l'influence confrontées au défi du vide stratégique]?

C'est exact. En vérité, nous devons reconnaître notre incapacité à réfléchir sur un mode stratégique, à faire tout simplement l'effort de penser. Le cerveau ne pense plus, il se contente de réagir. Face à une situation donnée, notre esprit ne va pas s'efforcer d'appréhender la problématique dans sa configuration globale. Il va plutôt se borner à apporter des réponses d'ordre technique, avec les éléments dont il dispose et les ressources qu'il a en stock. Résultat: on débouche sur une attitude essentiellement compassionnelle, avec la communication qui répond à cette attente, mais se révèle en vérité complètement déconnectée de la réalité. Alors qu'il conviendrait plutôt d'en revenir à une authentique Realpolitik...

Mais ce terme de Realpolitik ne fait-il pas peur?

Peut-être... Mais en attendant, c'est ce principe de réalité qui a permis aux hommes de survivre au fil de l'histoire. Peut-être n'est-ce pas idéal sur le plan moral, mais pratiquement, nous ne pourrions éviter une confrontation avec

le réel. La Realpolitik, c'est la capacité à affronter le réel tel qu'il est et non pas tel qu'on souhaiterait qu'il soit.

Les défis terroristes qui s'adressent aujourd'hui à nous nous imposent de revoir notre façon de voir le monde et d'agir. Que convient-il de faire prioritairement ?

Tout d'abord, retrouver notre lucidité, réapprendre à penser, à analyser. Ce qui implique d'identifier des interlocuteurs dans le camp ennemi, et donc auparavant, d'identifier et de nommer l'ennemi. Avant de bombarder, avant de mettre en branle des moyens militaires qui vont répondre à des exigences médiatiques et politiques immédiates, il serait peut-être plus opportun de savoir qui l'on va bombarder ! Encore une fois, il n'y a pas de guerre au terrorisme. Le terrorisme n'est pas une option militaire. C'est une option policière.

Prenez l'exemple de l'Afghanistan. Des années et des années de guerre et d'opérations militaires n'ont rien résolu. Les États-Unis ont engagé de gros efforts avec leur armée et leurs alliés sans rien résoudre sur le fond. Pourquoi ? Parce que, en réalité, le problème n'était pas d'ordre strictement guerrier, bien plutôt d'ordre policier. Nous devons toujours garder à l'esprit que le terroriste n'est *in fine* qu'un criminel comme un autre.

Ce qui signifie que nous devons agir moins avec la force pure qu'avec l'information juste suivie de l'analyse adéquate qui permet ensuite la bonne prise de décision ?..

L'action ne vient qu'en conclusion d'une longue chaîne de collecte de l'information, d'analyse et de réflexion. À cet égard, le renseignement est capital. Je parle là du renseignement humain. Le renseignement humain, c'est comme l'immobilier (location, location, location). C'est humain, humain et encore humain. C'est la connaissance concrète du terrain. Le renseignement, c'est avant tout l'humain. La technologie peut venir en plus, certes, et c'est indéniablement un plus. Mais elle ne peut se substituer au renseignement humain, car c'est bel et bien l'humain qui constitue le socle du renseignement.

N'avons-nous pas abandonné cette dimension humaine du renseignement ?

Il est vrai que les États-Unis l'ont quasiment supprimée avant de redécouvrir qu'elle était fondamentale. En revanche, nous autres Français avons eu la bonne idée de conserver un renseignement humain de bonne qualité. Le problème est que beaucoup de nos responsables sont tellement fascinés par l'idée de construire une NSA bis, une NSA "à la française", qu'ils se polarisent à l'excès sur les facettes technologiques du renseignement. Or, malgré des milliards et des milliards de dollars dépensés depuis des années, les différentes agences de renseignement américaines n'ont pas pu empêcher des frappes de grande ampleur, comme ce fut le cas pour le 11 septembre 2001. Il est clair aujourd'hui que le tout-technologique ne répond pas forcément au problème posé.

Quand vous vous trouvez confrontés à des terroristes qui sont en fait, comme on le voit aujourd'hui, essentiellement des regroupements de mercenaires et d'hommes de main au sein de structures barbares, on voit bien que le but terroriste est en fait essentiellement secondaire. On est là dans une confrontation d'un autre ordre, comme par exemple entre sunnites et chiites, avec la volonté d'une résurgence utopique d'empires défunts.

Donc, pour comprendre ces configurations qui nous apparaissent comme nouvelles - mais qui sont en vérité des reproductions de modèles hérités de l'histoire - il convient de redonner toute leur place aux analystes et toute sa place à la réflexion stratégique.

D'où l'importance pour l'analyste travaillant sur les questions de renseignement et de terrorisme, d'avoir une solide culture générale, de ne pas se laisser enfermer dans une perception seulement technique de son travail... ?

C'est exact. On en revient là encore au facteur humain. De vieux livres de géographie peuvent se révéler très utiles pour appréhender des éléments anciens, des fractures traditionnelles qui sont susceptibles d'éclairer sous un jour nouveau ce qui se passe maintenant sous nos yeux.

Plutôt que de se focaliser sur l'Iran essayons de comprendre l'empire perse. Plutôt que de s'obnubiler sur la Turquie, essayons de réfléchir en termes d'empire ottoman. Pour comprendre ce qui se passe à l'Est, essayons de même de comprendre ce qu'est la Russie, l'empire russe, et l'orthodoxie au sens large.

Dès lors, ce qui nous paraît de prime abord compliqué peut se révéler limpide si l'on inscrit notre analyse sur le long terme, en nous efforçant de comprendre les racines des événements du présent. Le monde n'est pas composé de pays qui ont des frontières à angles droits ! Les frontières d'aujourd'hui sont souvent un héritage de la colonisation mais elles ne sont pas la réalité physique ni des espaces ni des tribus.

Quelles règles simples devrions-nous adopter pour faire face à ces nouveaux défis ?

Dans le chaos géopolitique actuel, il est plus que jamais nécessaire de revenir aux fondamentaux, et se poser les questions adéquates, à savoir d'où l'on vient, où l'on va et qui l'on est.

Sommes-nous encore en mesure d'exercer une influence dans ce monde mouvant ?

Bien sûr. Nous avons la chance d'avoir dans notre Panthéon national une figure tutélaire qui est celle du général De Gaulle, dont l'aura reste d'une immense puissance. Il a bien sûr l'aura de l'ancien résistant, du chef de la France libre, mais aussi celle de l'homme qui sut conduire une politique internationale française indépendante et respectée. ■

PS : pour mémoire, Alain Bauer nous avait fait l'honneur d'être déjà en avril 2010 l'invité de *Communication & Influence*. Ceux qui voudront relire son entretien - *Stratégies d'influence: le décryptage d'Alain Bauer* - pourront le retrouver sur www.comes-communication.com à la rubrique Publications, ou encore sur notre blog, www.communicationinfluence.fr

La Realpolitik, c'est la capacité à affronter le réel tel qu'il est et non pas tel qu'on souhaiterait qu'il soit.

Dans le chaos géopolitique actuel, il est plus que jamais nécessaire de revenir aux fondamentaux, et se poser les questions adéquates, à savoir d'où l'on vient, où l'on va et qui l'on est.

EXTRAITS

Puissance des idées et de l'imaginaire dans la logique terroriste

En 2010, le criminologue Alain Bauer et le médiologue François-Bernard Huyghe publient un livre au titre éloquent : Les terroristes disent toujours ce qu'ils vont faire (PUF, 355 p., 29 €). Leur mérite : montrer que les idées peuvent tuer et qu'il existe une interaction puissante entre réflexion et action. Puisant à travers l'histoire des textes politiques des exemples emblématiques, ils mettent en relief l'articulation qui conduit de l'élaboration d'une pensée à sa mise en œuvre via l'acte terroriste qui va permettre de communiquer et de faire passer un message. Extraits d'un ouvrage qui mériterait d'être réétudié en ces temps difficiles – en particulier par les opinion makers et autres relais d'opinion...

Flux médiatiques et amnésie collective

"Souvent, en matière criminelle ou de terrorisme, paraît nouveau ce qui est simplement oublié. L'amnésie collective est aggravée par les flux médiatiques qui font de l'immédiateté une garantie de savoir. Quand tout va toujours plus vite, chaque nouvelle en effaçant une autre, l'hystérie de l'instant obscurcit la réflexion." (p. 5)

Le moteur idéologique au cœur du terrorisme

"Les actes terroristes ne s'expliquent pas seulement mécaniquement par des circonstances objectives – crise, misère, déstabilisation, humiliation – qui provoqueraient de la violence politique (et dont le terrorisme serait la forme exacerbée); la stratégie terroriste renvoie à des imaginaires, à des idées, à des représentations répandues dans certains milieux où se produit plus facilement le passage à l'acte. Parallèlement, s'il est naïf de penser que certains discours sont responsables des actes terroristes par leur seule rhétorique 'criminogène' ou par leur idéologie malsaine, certains actes renvoient, eux, à des textes et surtout à leurs interprétations.

"Il faut pratiquer un perpétuel aller-retour entre le discours (qui légitime, suggère, ordonne, relativise, qualifie ou conteste la violence terroriste) et la pratique sous forme de coups de poignard, coups de feu ou d'explosions. Et comme cette pratique est elle-même censée non seulement provoquer des ravages dans le camp adverse (et, en cela, rapprocher de la victoire finale), mais aussi signifier quelque chose, défier, porter un avertissement, un message de provocation ou de révolte (donc produire de la croyance), bref, comme l'acte terroriste est aussi à sa façon un discours, le cycle idéologie/pratique ne s'achève jamais." (p. 5)

Violence politique et autorité idéologique

"Il n'est guère de violence politique qui ne s'autorise d'une autorité idéologique et ne se réclame d'un corpus. L'idéologie sert tout à la fois à désigner les causes du mal, à rationaliser les passions, à promettre un monde meilleur, mais aussi à souder des groupes (y compris jusqu'au sacrifice), à lui assigner des ennemis. Il faut bien d'autres facteurs qu'un discours – fût-il exalté – pour provoquer un passage à l'acte, mais l'acte a besoin d'idées comme motivation, promesse et cible à la fois. Les phénomènes de groupe, l'identification à des acteurs symboliques, les projections fantasmatiques jouent. Mais aussi l'enchaînement des actes, les hasards qui font que l'on se croit menacé d'un péril immédiat, chargé de venger un camarade ou confronté à un obstacle immédiat qui appelle la violence y ont leur part. Tout comme un environnement idéologique et culturel qui facilite la rupture avec la normalité ou qui, tout simplement, fournit les moyens matériels et les structures stratégiques. Le pouvoir de l'écrit est ici virtuel, partiel mais indéniable.

"Et il n'est pas d'exemple de violence politique qui n'ait été précédée d'une publication, d'une annonce, d'un discours, le plus souvent ignorés des principaux intéressés. Les discours, et il en circule de nouveaux complaisants avec la violence politique, n'ont valeur que de symptôme ou de probabilité, mais celui qui néglige les symptômes, pourtant ostensibles, ne pourra s'en prendre qu'à lui-même si ce qui est écrit se réalise un jour." (p. 291)

EXTRAITS

Terrorisme et communication

La collection "Pour les Nuls" présente l'avantage de ne point se fixer de barrières mais au contraire d'ouvrir de larges champs de réflexion aux néophytes. Le tout récent *Terrorisme pour les Nuls* (Editions First, juin 2014, 186 p., 7,95 €) cosigné par les criminologues Alain Bauer et Christophe Souleze en constitue un bel exemple. Loin de se cantonner aux seuls aspects techniques ou juridiques, l'ouvrage permet de mieux comprendre la logique à l'œuvre dans le terrorisme. On voit ainsi que le but du terroriste est de faire passer un message, donc de communiquer – généralement en imposant la peur – pour emporter la victoire. Cette dimension communicationnelle du terrorisme doit donc impérativement être prise en compte pour le comprendre et le combattre. Une approche qui intéresse nécessairement les lecteurs de *Communication & Influence*. *Extraits.*

Susciter l'effroi pour faire passer un message

"Le terrorisme repose sur des objectifs à atteindre, dont la réalisation suppose la mise en œuvre de moyens et de modes d'action violents variables. Le terroriste cherche à créer un impact psychologique sur les populations en provoquant la peur, se servant ainsi de la terreur comme d'un moyen de pression à l'appui de ses revendications. Du détournement d'avion à l'attentat à l'explosif, en passant par la prise d'otages ou l'assassinat ciblé, les méthodes employées varient en fonction du contexte, des revendications et des groupes ou individus terroristes. Mais toujours dans un but précis : faire passer un message." (p. 44)

L'exacerbation de la peur comme levier d'action psychologique

"Comme la plupart des organisations criminelles, les groupements terroristes cherchent à atteindre certains objectifs, et usent pour cela des moyens qui leur sont propres. Le terrorisme est avant tout un procédé au service d'une stratégie psychologique et usant de la peur pour obtenir satisfaction quant aux revendications.

"La peur est l'une des armes principales du terrorisme. Elle constitue le meilleur moyen de mener une guerre contre un Etat souvent doté d'une organisation militaire ou de forces de sécurité conséquentes. Conscient qu'il est plus faible, le groupe terroriste utilise la surprise pour amplifier la crainte. Frapper sans prévenir, et de façon toujours plus violente, pour inoculer la peur chez le plus grand nombre d'individus. L'action surprise et le recours à différents modes opératoires contribuent à alimenter un sentiment d'inquiétude dans la population et chez les dirigeants qui se retrouvent désarmés face à trois inconnues : où quand et comment ?" (p. 45)

La stratégie de la peur comme moteur de l'acte terroriste

"Cette stratégie de la peur traduite comme effet psychologique de masse constitue le moteur même de l'acte terroriste. Si toutes les guerres font appel à l'arme psychologique, visant notamment à miner le moral de l'adversaire, à renforcer celui de ses propres troupes ou à véhiculer des idées semant le trouble chez l'ennemi, la psychologie est d'autant plus importante chez les terroristes qui ne disposent pas de la même force de frappe que ceux qu'ils combattent." (p. 45)

Diffuser des idées par une gestion médiatique de la peur

"Pour faire peur, encore faut-il être vu, et par le plus grand nombre. Les organisations terroristes maîtrisent parfaitement les médias contemporains pour donner le plus d'écho possible à leur action, jusqu'à 'ancrer [la peur] dans le quotidien', et ainsi diffuser leurs idées. La propagande est donc aussi un élément central des moyens utilisés par les terroristes.

"Pour les organisations terroristes, l'espace médiatique et technologique (Internet, réseaux sociaux, etc.) contemporain constitue une scène efficace pour revendiquer leurs attentats, exiger une rançon ou un échange de prisonniers. Les médias leur permettent d'accroître leur visibilité. [...] Comme l'indique le spécialiste américain Brian Jenkins, le terroriste 'ne veut pas que beaucoup de gens meurent, mais que beaucoup de gens regardent'. Cette communication est de plus renforcée par l'image, dont la visibilité est aujourd'hui simplifiée par le développement rapide des chaînes internationales d'information par satellite et Internet. Les groupes terroristes peuvent, par ce biais, diffuser rapidement et à l'échelle internationale une image, un message, ou une revendication." (p. 47-48)

BIOGRAPHIE

BIOGRAPHIE - CRIMINOLOGIE

Professeur de criminologie au Conservatoire National des Arts et Métiers depuis 2009. Enseignant à l'Institut de criminologie de Paris (université Paris II), aux universités Paris I, Paris II et Paris V, à l'IHESI, au Centre national de formation judiciaire de la gendarmerie nationale, *Senior Research Fellow Center of Terrorism du John Jay College of Criminal Justice* à New York (États-Unis), à l'Académie de police criminelle de Chine, à l'université de Droit de Pékin. Ancien chargé d'enseignement à l'Institut d'études politiques (IEP) de Paris et au Centre national de protection et de prévention, ancien membre du groupe de travail *Prevention of Crime by Urban Planning* du Comité européen de normalisation, membre de la Société d'histoire des facultés de droit, de la Société internationale de criminologie, du Conseil du *New York Police Department* (NYPD), de la sûreté du Québec (Canada) et du conseil du *Los Angeles Sheriff Department* (LASD).

AUTRES FONCTIONS

Président du Conseil Supérieur de la Formation et de la recherche Stratégiques (depuis 2009), président du conseil d'orientation de l'Observatoire national de la délinquance (depuis 2003), président du Groupe de travail sur les fichiers de police (depuis 2006), rapporteur du Groupe de travail sur la police au quotidien (2007), président du Groupe de contrôle des fichiers de police (depuis 2008), président du Groupe de contrôle des fichiers des douanes (depuis 2009), membre du Conseil d'Administration de l'INHES (depuis 2007).



Administrateur (depuis 2003) et Secrétaire général (depuis 2007) de l'Institut Alfred Fournier, de l'Institut de relations internationales et stratégiques (IRIS) (2004-2009) et de l'Institut des hautes études de sécurité intérieures (IHESI) devenu (2004) Institut national des hautes études de sécurité (INHES), puis Institut national des hautes études de sécurité et de justice (INHES-J), de l'Institut des Hautes Études de la Défense Nationale (depuis 2010), ancien auditeur de l'IHESI. Alain Bauer est aussi ancien membre du collège de la Haute autorité de lutte contre les discriminations et pour l'égalité (2005-2007), de la commission départementale des systèmes de vidéosurveillance de la Préfecture du Nord (1997-2003), de la Commission nationale consultative des droits de l'Homme (2000-03).

AUTRES ACTIVITÉS

Grand maître du Grand Orient de France (2000-2003), Membre du conseil de direction de l'Institut européen des sciences du religieux (EPHE) (depuis 2003), Chancelier de l'*International Masonic Institute* (depuis 2003).

DISTINCTIONS

Chevalier de la Légion d'honneur, Officier de l'ordre national du Mérite et du Mérite agricole, Commandeur des Palmes académiques et des Arts et Lettres. Anneaux d'or du Comité international olympique (CIO), Grand croix de l'Ordre de La Fayette, Médaille d'honneur de la Police nationale.

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 Alain Bauer 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