



Communication & Influence

N°136 - Septembre 2022

Quand la réflexion accompagne l'action

Vendre la guerre, le rôle ambigu des "intellectuels médiatiques" : le décryptage de Pierre Conesa

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.

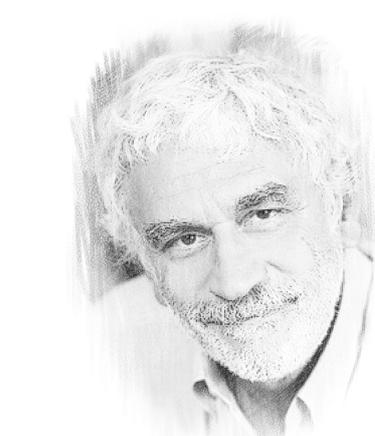
Être crédible exige de dire clairement où l'on va, de le faire savoir et de donner des repères. Les intérêts qui conditionnent les rivalités économiques d'aujourd'hui ne reposent pas seulement sur des paramètres d'ordre commercial ou financier. Ils doivent également intégrer des variables culturelles, 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.

*Dans son dernier livre, **Vendre la guerre** (Editions de l'Aube, 2022), Pierre Conesa s'attaque au complexe militaro-intellectuel qui, depuis 1991, vise à nous faire entrer dans des guerres sans fin. Ancien haut fonctionnaire, fin connaisseur des questions stratégiques, il montre comment le prétexte de guerres "justes" et "morales" vise en réalité à la mise en place d'un Nouvel ordre mondial, avec la collaboration active des "intellectuels médiatiques".*

Pour Pierre Conesa, "il est impératif de bien saisir la nature et la logique intime de ce complexe militaro-intellectuel – d'en comprendre les rouages, notamment médiatiques – pour appréhender correctement le gigantesque gâchis qu'a représenté la quarantaine d'interventions militaires occidentales de toutes natures engagées depuis 1991 et qui n'ont abouti à rien sinon à laisser une planète déchirée..."

On connaissait l'expression "complexe militaro-industriel". Vous avez forgé le concept de "complexe militaro-intellectuel", qui forme d'ailleurs le sous-titre de votre dernier livre. Que recouvre ce terme ?

C'est à un homme qui a fait la guerre, en l'occurrence le président Eisenhower, que l'on doit une première mise en garde à l'endroit du complexe militaro-industriel, dont il devinait qu'il expliquait en partie le caractère répétitif des guerres menées par les démocraties. Pour mémoire, rappelons qu'Eisenhower évoque clairement ce *military-industrial complex* dans son discours de fin de mandat, en janvier 1961 : "Dans



Dans l'entretien qu'il a accordé à Bruno Racouchot, directeur de Comes Communication, Pierre Conesa se méfie des fabricants d'émotions et des jeux d'influence pilotés par des "experts" et autres "intellectuels médiatiques". Il estime à rebours et sans langue de bois que "si l'on veut protéger nos institutions et nos concitoyens, il faut être lucides et faire preuve de pragmatisme".

*les conseils du gouvernement, nous devons prendre garde à l'acquisition d'une influence illégitime, qu'elle soit recherchée ou non, par le complexe militaro-industriel. Le risque d'un développement désastreux d'un pouvoir usurpé existe et persistera." Pour faire simple, les guerres seraient causées par des marchands de canons comme le Basil Bazaroff dépeint par Hergé dans *Tintin et l'oreille cassée*...*

Le passage du complexe militaro-industriel au complexe militaro-intellectuel se fait en 1991, par un basculement qui consacre la disparition de l'URSS. Le monde des affaires stratégiques se trouve déstabilisé puisque



son adversaire a disparu. C'est ce que je nomme la "catastroïka", configuration qui fait que le complexe militaro-intellectuel se retrouve sans ennemi principal et le complexe militaro-industriel sans dynamique stratégique. L'Occident est depuis longtemps convaincu de sa supériorité civilisationnelle et il se trouve alors renforcé dans cette croyance qui va voir la naissance du concept de Nouvel ordre mondial, couplé à l'idée que les guerres ne tuent plus (sous-entendu les nôtres, car les autres, les "méchants" ne sont pas pris en compte...). L'Occident va désormais se poser en gendarme international, décidant désormais des guerres à mener, guerres "justes" et "morales" comme il se doit. Se constitue alors une nouvelle sociologie de la décision publique – que je nomme complexe militaro-intellectuel – ou des gens venant d'horizons très divers prennent à partie et en direct les politiques à partir des plateaux télévisés.

Aux spécialistes de la chose armée viennent se superposer des intellectuels venus d'autres horizons : humanitaires, juristes, journalistes, universitaires, personnalités du showbiz...

Comment est née cette nouvelle configuration ? La première guerre du Golfe – première guerre post-Guerre froide menée avec l'accord de l'ONU – se fait contre l'Irak, qui est alors présenté comme la quatrième armée du monde. En réalité, en l'espace de 120 heures, la victoire est acquise. Cette guerre-éclair consacre deux faits majeurs : d'une part, le sentiment de supériorité absolue des armées occidentales et d'autre part, le fait que la guerre puisse désormais se vivre en direct, 24 heures sur 24, et qu'il faut donc l'accompagner en permanence. Les plateaux-télévisés deviennent ainsi le lieu où l'on génère de l'information en continu. Les chaînes ont besoin d'alimenter ce flux en faisant appel à des gens qui, à tort ou à raison, en apparaissant à la télévision, sont dès lors consacrés comme "experts".

On assiste à des jeux d'acteurs conduits par des kyrielles d'experts et autres "autorités morales" brandissant toutes sortes d'injonctions d'ordre humanitaire, juridique, philosophique, culturel ou religieux, mais au final fort peu stratégique.

Aux spécialistes de la chose armée viennent vite se superposer des intellectuels venant d'autres horizons : humanitaires, juristes, journalistes, universitaires, personnalités du show-biz...

Dans ce nouveau cadre d'action médiatique, le complexe militaro-intellectuel décide de médiatiser telle crise plutôt qu'une autre, d'orienter les débats, de conseiller des méthodes militaires, tout en interpellant en permanence les dirigeants. C'est tout un univers qui bascule : on voit ainsi les juristes du droit international inventer un

nouveau droit de la guerre antiterroriste et des principes internationaux – droit d'ingérence et devoir de protéger – contradictoires avec le droit des peuples à disposer d'eux-mêmes. Ces guerres ou ces interventions que l'on déclare "justes" s'imposent dès lors comme le "produit-phare" du complexe militaro-intellectuel. Elles sont la conjonction d'agissements d'acteurs connus du complexe, du discours victimaire des diasporas et d'acteurs du "droit-de-l'homme", lesquels ont imposé la repentance occidentale comme obligation morale d'interventionnisme guerrier. Peu importe qu'après ces interventions, rien sur le terrain ne soit réglé ou soit même pire qu'avant ! Le système continue sur sa lancée avec, toujours en fil d'Ariane, la même "bonne

conscience". Notons au passage que les actuels bellicistes des plateaux télévisés se gardent bien de pratiquer la lutte armée. On observe en l'espèce une rupture évidente avec un André Malraux allant combattre en Espagne ou un Régis Debray dans les maquis de Bolivie....

Un tel constat rejoint directement la conclusion de votre dernier livre – Vendre la guerre (éditions de L'Aube, mai 2022) – où vous écrivez : "La guerre n'est donc plus la continuation de la politique décidée par des gouvernants. C'est le résultat complexe de jeux d'acteurs parapolitiques qui, en mêlant une couche morale, des émotions, peu de connaissances réelles et aucune analyse stratégique combinés à une garantie d'accès aux médias, "pasteurisent" la guerre en désignant l'ennemi principal, la victime et les moyens, et l'action militaire nécessaire, le tout sur les plateaux télévisés." Est-ce à dire que les guerres sont d'abord d'ordre informationnel et communicationnel ? Et qu'avant l'affrontement des puissances priment les jeux d'influence ?

Les guerres d'aujourd'hui sont un mélange d'intervention et de conflits. Officiellement, on n'y va pas pour faire la guerre mais pour sauver les victimes, les faibles... Cet idéalisme déconnecté du réel fait que l'on assiste parfois à de curieux retournements, comme en Somalie en 1993 où après que des hélicoptères américains aient été abattus par des chefs locaux, Washington décide de se retirer. La volonté de l'opinion se heurte alors à la réalité de la guerre, de manière d'autant plus abrupte que personne ne maîtrise le scénario. Parmi les intervenants des plateaux télévisés, on doit aussi prendre en compte les psys qui font une entrée remarquée avec le drame du 11 septembre 2001. Le traumatisme est d'autant plus grand qu'à l'exception de la guerre de Sécession (1861-1865), les Etats-Unis n'ont jamais connu la guerre sur leur territoire. S'interroger sur une éventuelle part de responsabilité n'étant pas de mise, les psys vont être là pour expliquer qu'en fait, les terroristes sont fous. Le fou, c'est l'autre, quand bien même on le diagnostique comme tel sans le rencontrer. Les psys, à leur tour, se posent dès lors en décrypteurs des relations internationales...

On observe ainsi l'éclosion d'une interprétation générale du monde biaisée, distorsion permanente entre émotion et réalité. Un exemple : on accueille parfois comme réfugiés des gens qui sont d'une culture extrêmement violente, et qui, s'ils résident sur notre sol, n'en acceptent pas pour autant les règles et les valeurs de la République, comme ce jeune Tchétchène qui a décapité Samuel Paty. Or, si l'on veut protéger nos institutions et nos concitoyens, il faut être lucides et faire preuve de pragmatisme. On se heurte alors à tous ceux qui vivent de la "bonne conscience".

Donc oui, il existe bien des affrontements informationnels et communicationnels sur des sujets vitaux pour nos sociétés. Et cela doit nous conduire à nous poser des questions sur notre rapport au réel. On assiste depuis la fin de la Guerre froide à des jeux d'acteurs conduits par des kyrielles d'experts et autres "autorités morales" brandissant toutes sortes d'injonctions d'ordre humanitaire, juridique, philosophique, culturel ou religieux, mais au final fort peu stratégique.

En ce sens, il est impératif de bien saisir la nature et la logique intime de ce complexe militaro-intellectuel – d'en comprendre les rouages, notamment médiatiques – pour appréhender correctement le gigantesque gâchis qu'a représenté la quarantaine d'interventions militaires occidentales de toutes natures engagées depuis 1991 et qui n'ont abouti à rien sinon à laisser une planète déchirée... ■

EXTRAITS

Les bouleversements informationnels et communicationnels liés à la Guerre du Golfe en 1991

Dans son dernier livre, *Vendre la guerre* (op.cit.), Pierre Conesa décortique l'impact à court et à long terme qu'a eu la gestion médiatique new look lors de la première Guerre du Golfe en 1991 (les extraits publiés ici en p.3 et 4 le sont avec l'aimable autorisation des éditions de l'Aube).

L'irruption du concept zéro mort

"Le 11 septembre 1990, George W. Bush expliquait au Congrès que la crise du golfe Persique, aussi grave soit-elle, offrait une rare occasion de s'engager dans une période historique de coopération et de "nouvel ordre mondial" : une "nouvelle ère, plus libre de la menace de la terreur, plus forte dans la poursuite de la justice et plus sûre dans la quête de la paix". L'illusion de la victoire en cent vingt heures de la guerre du Golfe fit croire à la supériorité définitive des armées occidentales et l'Occident se pensa investi d'une mission planétaire, une sorte de nouvel impérialisme libéral.

Le terme de "zéro-mort" fut d'abord un slogan journalistique. Insistant sur les frappes de précision de la guerre du Golfe, l'accent était mis sur la faiblesse des pertes de la coalition face à l'armée de Saddam Hussein. Le passage de la guerre des mégatonnes aux nouvelles technologies semble permettre des guerres techniques parcimonieuses et peu meurtrières. Ce slogan du "zéro-mort" devient alors l'outil de légitimation relative dans cette recherche d'une adhésion des populations au principe d'intervention militaire. L'intense couverture médiatique donne le sentiment trompeur de vivre la guerre comme un film, mais délaisse des sujets tabous. Les Américains ne savaient pas combien de morts la guerre d'Irak a faits et n'y ont vu quasiment aucun cadavre. Bien plus tard seulement ont été analysés certains aspects de la manipulation.

Dans un article pour *The Independent on Sunday*, le reporter britannique Robert Fisk raconte une scène vécue de la guerre du Golfe : "Sur la route de Bassorah, une équipe filmait des chiens sauvages occupés à déchirer des cadavres irakiens. De temps à autre, sous nos yeux, un de ces animaux affamés arrachait un bras décomposé et l'emportait en courant dans le désert, les doigts morts traînant dans le sable, un vestige de manche d'uniforme brûlée dansant dans le vent. "C'est pour les archives", me dit le cameraman. Car jamais ITV ne diffuserait de telles images. Ces choses que nous, nous voyons, il est impossible de les montrer. Tout d'abord parce que ce ne serait guère "politiquement correct" de présenter une telle réalité à la télévision au moment du petit déjeuner. Et ensuite parce que si ce que nous avons vu avait été diffusé, personne n'aurait jamais plus soutenu aucune guerre." Il faut "couvrir" la guerre, pas la montrer. L'image supplante le texte et peut prêter à des manipulations". (p.28-29)

Quand maîtriser les médias devient indispensable à la guerre

"Maîtriser intelligemment les médias devient indispensable à la guerre. L'invasion américaine du Panama de décembre 1989, contemporaine des événements de Bucarest, a causé deux fois plus de morts (environ deux mille, civils pour la plupart), mais personne n'a parlé de "génocide panaméen" ni de "charnier". Les journalistes étaient interdits de filmer et une guerre "invisible" n'impressionne pas, donc ne révolte pas.

La guerre du Golfe, une des campagnes les plus réussies de l'histoire militaire américaine, ayant exorcisé les démons du Vietnam, en juin 1991, cinq millions de spectateurs enthousiastes accueillent les troupes américaines défilant dans le *Canyon of heroes* de New York. La communication officielle évoque toujours une guerre propre et précise à "zéro mort" (occidental s'entend) : en 1991, un rapport officiel sur le conflit, le "Gulf war air power survey", rassemblant les experts du Gouvernement, de l'armée et du monde universitaire (cinq volumes, trois mille pages) conclut que "la campagne aérienne stratégique a non seulement été précise, efficace et légale, mais qu'elle a fait très peu de victimes civiles [directes]", avec "une stratégie conçue pour paralyser l'armée irakienne sans détruire le pays". Les premiers nuages n'apparurent que progressivement. Plusieurs équipes d'enquête indépendantes, au printemps et à l'été 1991, dont une des Nations unies dirigée par le secrétaire général adjoint Martti Ahtisaari, déclarent que "rien de ce que nous avons vu ou lu, ne nous avait vraiment préparés à la forme particulière de dévastation qui s'est abattue sur le pays". En mai, une équipe de l'Université Harvard décompte neuf mille maisons détruites et plus de soixante-dix mille personnes sans abri et au moins cent soixante-dix mille enfants irakiens de moins de cinq ans "risquant de mourir de maladies épidémiques". Dix-sept des vingt centrales électriques avaient été endommagées dont onze irréparables ; idem pour les installations de traitement d'eau potable. Le vote de l'ONU avait validé la légitimité du principe d'intervention militaire occidentale, ce n'est qu'après l'adoption de la politique des sanctions occidentales contre Bagdad qu'universitaires, organisations étudiantes, islamistes, pacifistes, militants libéraux, isolationnistes conservateurs et même certains hommes politiques commencent à exprimer leur désaccord. Les fractures entre monde occidental et monde musulman n'ont cessé de s'aggraver par la suite. En Irak, la phase aérienne a laissé une population exsangue, ruinée et révoltée. En dépit de ces dévastations, la communication officielle tentait d'expliquer aux Irakiens qu'ils devaient être heureux d'avoir la "démocratie". L'embargo total contre l'Irak fit approximativement un demi-million de morts. La "rue arabe" devient un acteur. En 1996, le gouvernement américain veut lancer des frappes contre l'armée irakienne en déplacement vers le Kurdistan, mais Turquie, Jordanie et Arabie saoudite refusent l'accès à leurs bases." (p.31 à 33)

EXTRAITS

La mue de la sociologie stratégique à *defense intellectuals* : choisir, désigner, médiatiser, militariser

Comment s'articule le jeu des intellectuels médiatiques qui se posent en consciences du monde sur les plateaux télé ? Explications de Pierre Conesa sans langue de bois...

Le monde des intellectuels français est un monde Tefal : aucune erreur n'accroche jamais

"Selon Régis Debray, après le cycle universitaire (1880- 1930), le cycle éditorial (1920-1960), qui en avait fait des référents moraux par l'écrit, avec la télévision et internet, les intellectuels deviennent intervenants médiatiques, terrain sur lequel ils sont concurrencés par d'autres : les *defense intellectuals*, concept employé par les Américains, mélange universitaires, experts, lobbyistes, journalistes, think tanks, anciens militaires, politiciens d'opposition... Avec les années 1970, la culture de masse progressivement change de média : l'audiovisuel détrône l'imprimé et l'analyse se déplace sur les émotions de l'image ; c'est l'apparition à l'image qui fait l'expert et non le contraire ; enfin, beaucoup de termes idéologiques plutôt politiques se dévaluent (impérialisme, communisme, socialisme, révisionnisme, dogmatisme, empirisme, pragmatisme, marxisme, léninisme, maoïsme...). Aujourd'hui, ce sont les religions qui produisent du "-isme" (salafisme, islamisme, takfirisme, radicalisme, fanatisme, néo-évangélisme, fondamentalisme...). Aux leaders d'opinion visionnaires qui traçaient des perspectives se sont substitués des vendeurs d'émotions rapides secrétées par la scène médiatique, où l'influence médiatique de l'intervenant est plus importante que la qualité scientifique de ses productions. [...] Le monde des "intellectuels français est un monde Tefal : aucune erreur n'accroche jamais", constatait un diplomate français dans un entretien avec l'auteur. En changeant assez régulièrement de position quand le vent tourne, un intellectuel reste dans le vent [...] (p.77-78)

"La scène médiatique devient le lieu des débats autour de deux catégories d'enjeux principaux et récurrents : la détermination des responsabilités, à la fois directes et indirectes (qui/qu'est-ce qui est responsable ?), et les conséquences de l'événement, tant souhaitables que prévisibles (Comment réagir ? Quelle pourrait être la suite des événements ?). Une grande variété d'experts est issue du monde universitaire de disciplines variées (la science politique et les relations internationales, mais également la sociologie, l'anthropologie, l'histoire), ensuite subdivisées en sous-disciplines et faisant l'objet d'éclatements en diverses thématiques de recherche (géopolitique, histoire des religions, histoire des conflits, islamologie, etc.). Le milieu judiciaire fournit avocats, mais également experts techniques. Ces spécialistes sont supposés avoir les qualités pour fournir du "sens" dans la brèche civilisationnelle ouverte par l'événement terroriste." (p.82)

Pour dresser une typologie de la médiatisation des crises, Pierre Conesa cite alors quelques exemples de ce qu'il convient de dire ou ne pas dire, faire ou ne pas faire...

La médiatisation : annoncer de désastreuses menaces humaines. "Après 1945, avec la découverte des horreurs des camps de concentration et d'extermination, la reconnaissance à l'égard des combattants, résistants et prisonniers de guerre est supplantée par la victime impuissante, considérée comme secondaire dans les conflits précédents. Celle-ci prend le premier rang au héros combattant avec la découverte de la Shoah. Annoncer un massacre collectif, voire un génocide, est aujourd'hui essentiel pour susciter la responsabilité occidentale." (p.90-91)

Désigner le méchant-méchant. "'On ne peut pas parler avec des gens qui coupent la main des petites filles parce qu'elles ont du vernis à ongles", répéta Sarkozy au grand débat national avec François Hollande à propos de l'Afghanistan. Une phrase rappelée des centaines de fois par le candidat mais... qui n'est qu'une fable, comme l'avait déjà souligné *Le Monde* dès 2003. Une fable qui demeure l'exemple typique du mensonge de guerre, orchestré par le *spin doctor* en chef de Tony Blair, Alastair Campbell, qui avait déjà inventé la fable des armes de destruction massive irakiennes susceptibles de frapper Londres en quarante-cinq minutes, ou des nourrissons arrachés aux couveuses et jetés au sol par les soudards de Saddam Hussein. L'histoire des femmes aux ongles vernis martyrisées par les talibans prend naissance dans un rapport d'Amnesty International de 1997, qui ne recense qu'un cas, et encore, d'une femme dont le bout du pouce aurait été sectionné. Christian Salmon, dans *Storytelling ; la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, démonte, preuve à l'appui, cette histoire." (p.92-93)

Disqualifier le rival : le combat sur plateau télévisé. "Le débat, devenu télévisuel, incite à frapper fort, restant fidèle à la vindicte sartrienne. La réalité compte peu et on préfère plaquer sur le présent compliqué, des gros mots du passé pour disqualifier les adversaires du présent : Hitler, Munich, Auschwitz, Nuremberg, fascistes, la "vichysation" et la "nazification" de tout débat. Être dans le coup et le faire savoir, et surveiller le coup suivant, enchaîner les causes sans jamais revenir sur celles du passé. Rares sont ceux qui s'expliquent sur leurs erreurs. Ou alors ils les transforment en fierté, comme Philippe Sollers, ancien maoïste, ancien balladurien, célinien pourfendant la France moisie, adorateur de Jean-Paul II et situationniste tendance Jospin. L'objectif devient les places, les plateaux télé, le pouvoir, les réseaux." (p.95)

Et la liste n'est pas close, puisque Pierre Conesa dissèque les jeux intellectuels visant à comprendre et excuser, à militariser la crise sans oublier de fustiger l'inaction occidentale si la guerre tarde à venir... Autant d'exemples à étudier avec, à la clé, une palanquée d'intellectuels médiatiques ouvertement cités... Pierre Conesa n'a pas dû se faire que des amis en écrivant son dernier livre, saluons en tout cas son courage.

EXTRAITS

Les "bonnes consciences" des plateaux TV ou les compromissions des intellectuels médiatiques avec le complexe militaro-industriel

A l'occasion de la sortie de son dernier ouvrage *Vendre la guerre* (op.cit.), Pierre Conesa a accordé un entretien à la revue de géopolitique *Conflits*. Il y est interrogé par Etienne de Floirac. Extraits reproduits ici avec l'aimable autorisation de la direction de *Conflits*.

"Vous dénoncez ces "experts" qui, par plateaux télévisés interposés, appellent à la "guerre juste", désignent eux-mêmes l'ennemi et mandatent l'Occident en gendarme international. Dans quelle mesure risquent-ils de nous entraîner dans de nouveaux conflits ?

Le nouveau paysage stratégique se caractérise dorénavant par deux ou trois données : 1/ Le grand ennemi ayant disparu et le risque d'instrumentalisation de conflit local en même temps, aucune crise n'est plus prioritaire. Dès lors, ce sont les différents acteurs du complexe militaro-intellectuel qui interpellent le politique à partir des plateaux télé des chaînes d'info en continu, employant un argumentaire imparable "on ne peut pas ne pas..." : laisser faire un massacre ou un génocide (BHL en a recensé quatre), la guerre devient "juste" et même nécessaire pour éviter la guerre comme l'invasion de l'Irak par exemple. 2/ La couverture médiatique des crises en *live* raccourcit considérablement le temps de l'action politique, obligé de réagir au *timing* des interpellations médiatiques par rapport à l'analyse précise des composantes de la crise. Le point paroxystique de cette dérive étant bien évidemment Kouchner, ancien humanitaire devenu ministre, qui décide de l'intervention armée en Somalie (ce que les ONG avaient toujours refusé) ; ou BHL et la guerre en Libye, intervention déclenchée à partir d'un mensonge (la colonne de chars marchant sur Tripoli), l'inflexion du mandat onusien d'interdiction de survol en bombardement au sol, etc. 3/ Enfin l'échéancier électoral français fixe le *timing* des décisions stratégiques qu'on retrouve avec les successeurs de Jacques Chirac qui décident de rejoindre la coalition internationale en Irak, etc.

À rebours de ceux qui souhaiteraient nous "vendre la guerre", comme l'indique le titre de votre ouvrage, quelle posture la France devrait-elle adopter pour se détacher de cette ligne va-t-en-guerre ?

D'abord, il faut constater que la quasi-totalité des interventions militaires se sont soldées par des retraits parfois piteux : Afghanistan, vingt ans pour les Américains ; Irak, huit ans ; huit ans au Mali pour la France... Cet interventionnisme perd son crédit : les opinions ne comprennent plus que des soldats meurent dans ce genre d'action. Rappelons que les Américains ont refusé d'agir au Rwanda après la mort de leurs GI's en Somalie. Enfin, comme l'avait montré le 11 septembre 2001, la réplique terroriste sur le sanctuaire national est la forme la plus traumatisante qui secoue les opinions (Madrid, Londres, Paris...) obligeant parfois au retrait. Il faudrait donc commencer par analyser la crise, en mesurer l'impact stratégique, et savoir si le moyen d'action militaire est le plus adapté. Personne ne songe à intervenir au Yémen où le massacre tourne pourtant autour de 300 000 morts, ni à retourner en Somalie où les chefs de clan tuent dans le plus grand désintérêt international. C'est la fin de l'époque irénique postsoviétique.

La position de la France à propos de la Russie met-elle suffisamment en lumière la puissance du complexe militaro-intellectuel ? Pensez-vous qu'il soit possible et souhaitable, d'y remédier ?

Depuis le début de l'invasion russe, j'ai recensé environ 150 spécialistes de ce conflit sur les différents plateaux télé (je ne savais pas que la France comptait tant de spécialistes de l'Ukraine et de la Russie). Dans ce nouveau contexte, c'est l'apparition en plateaux télé qui fait l'expert et non pas sa connaissance de terrain. Mais on remarquera que les intellectuels médiatiques les plus présents ne vont pas combattre à la différence de leurs grands ancêtres (Malraux, Debray...). Le passage sur zone, même rapide, suffit parfois à légitimer une "expertise". Les militaires français de Sarajevo avaient surnommé BHL, "UHS" (une heure à Sarajevo). Je ne pense pas que cette mécanique médiatico-politique cessera.

Quel est, selon vous, l'adversaire qui devrait concentrer notre attention aujourd'hui ?

Si on ne recense que le nombre de victimes françaises, c'est incontestablement le salafisme djihadiste : 290 morts et 900 blessés dans les rues de Paris depuis 2015. Cet ennemi présente plusieurs caractéristiques qui doivent nous inciter à la prudence : l'activisme militaire occidental s'est surtout concentré sur le monde arabo-musulman allant jusqu'à une guerre totalement mensongère ; l'action terroriste sur le sanctuaire national est la réplique du faible au fort (entre 1979 et 2021 48 035 attentats recensés dans le monde dont 82 pour la France seule). D'autre part, le monde arabo-musulman est traversé de crises sunnites/chiites (Pakistan, Afghanistan, Syrie, Irak, Liban, Bahreïn, etc.). Quelle est la légitimité occidentale des "mécènes" à intervenir, dans un conflit religieux ? [...]

Pour en terminer, je rappellerai cette phrase de BHL qui me paraît symbolique du nouveau mécanisme de décision dans les démocraties : *"Tant mieux si j'y suis pour quelque chose"* déclarait-il le 1^{er} avril 2018 dans une interview de promotion de son livre *La guerre sans l'aimer*, alors que se déroulait la seconde bataille de Tripoli lors de la seconde guerre civile libyenne après le renversement de Kadhafi. Ces propos traduisent la triple ambiguïté d'un des membres les plus actifs du complexe militaro-intellectuel : belliciste, mais pas combattant ; propagandiste actif de l'interventionnisme dans des "guerres justes" même si le remède s'avère pire que le mal ; enfin symbole de "l'intellectuel Tefal" sur lequel les critiques glissent sans accrocher. Il n'est que la figure la plus médiatique du complexe militaro-intellectuel mêlant intellectuels médiatiques, penseurs néoconservateurs, radicaux religieux, universitaires, humanitaires, hommes politiques d'opposition, diasporas, associations droit-de-l'hommes, journalistes, enfin récemment militaires en retraite..."

Pour lire l'entretien dans son intégralité : <https://www.revueconflits.com/lindustrie-militaire-et-la-guerre-entretien-avec-pierre-conesa/>

BIOGRAPHIE

Agrégé d'histoire, ancien élève de l'Ecole nationale d'administration, ancien élève du Centre des hautes études de l'armement (25^{ème} session), Pierre Conesa a fait l'essentiel de sa carrière comme haut fonctionnaire au ministère de la Défense. Il a été en particulier à la DGSE puis à la Délégation aux études générales du ministère de la Défense (1987-1990), avant d'intégrer le Secrétariat général du Gouvernement (Premier ministre). De 1992 à 1997, il est directeur adjoint à la Délégation aux affaires stratégiques (ministère de la Défense) chargé des zones de crise (5 départements géographiques : Europe centrale et balkanique, Russie – Ex-URSS, AsiePacifique, Afrique sud-saharienne, monde arabe, turc et persan). Il devient ensuite directeur adjoint de la Direction des relations internationales de la Délégation générale pour l'armement (DGA/DRI) en charge de la politique d'exportation (1997- 2000). De 2000 à 2003, on le retrouve conseiller du ministre de la Défense, puis jusqu'en 2010, directeur général de la Compagnie européenne d'Intelligence stratégique (CEIS), compagnie privée d'intelligence économique.

Pierre Conesa est l'auteur de plusieurs rapports administratifs, dont pour la Défense, *Le 1er Plan Stratégique des exportations d'armement* (1997), *Sur le soutien administratif aux exportations d'armement* (2000), *Pour la création d'un Campus International de Défense à l'Ecole Militaire et d'un "Laboratoire de doctrine"* (2003) ; et pour le Chef d'état-major des armées, *Le renseignement d'intérêt militaire* (2002). En matière de réflexion sur le traitement des affaires terroristes, on lui doit également *Quelle politique de contre radicalisation en France ?* (2015) et *La propa-*



gande francophone de Daech : la mythologie du combattant heureux (2017).

Membre du conseil scientifique de la Fondation Res Publica, du site Diploweb (www.diploweb.com), de l'Observatoire international des criminalités, ex-vice-président de l'Association française des victimes du terrorisme, Pierre Conesa est consultant pour les affaires militaires et stratégiques pour France 24, LCI, RFI... Il a été maître de conférences à Sciences Po ("*Nouveaux territoires, nouveaux acteurs, nouvelles méthodes*", "*L'intelligence économique*", "*La fabrication de l'ennemi*") et à l'ENA ("*L'intelligence économique*", "*La corruption des fonctionnaires*"). Il a dirigé plusieurs n° de la *Revue internationale et stratégique : Les relations internationales illicites* (2001), *La sécurité internationale sans les Etats* (2002), *La stratégie d'influence* (2004), *La violence au nom de Dieu* (2005), *L'argent des dictatures* (2011). Il a aussi beaucoup publié. On lui doit – entre autres – *Docteur Saoud et Mister Djihad, la diplomatie religieuse de l'Arabie saoudite* (Robert Laffont, 2016), *Le guide du paradis* (Editions de l'Aube, 2016), *Le guide du petit djihadiste* (Fayard, 2016), *Surtout, ne rien décider : petit manuel de survie politique avec exercices corrigés* (Robert Laffont, 2014), *La fabrication de l'ennemi ou comment tuer avec sa conscience pour soi* (Robert Laffont, 2011 – traduit en chinois, japonais et arabe), etc. En mai 2017, Pierre Conesa nous avait déjà accordé un entretien sur le thème *Diplomatie religieuse, soft power saoudien et fabrication de l'ennemi* : http://www.comes-communication.com/files/newsletter/Communication&Influence_mai_juin_2017_Pierre_Conesa.pdf

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 Pierre Conesa 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

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