



Communication & Influence

N°19 - Mai 2010

Quand la réflexion accompagne l'action

EDITORIAL

La géopolitique, pour comprendre les nouveaux enjeux

La géographie, ça sert d'abord à faire la guerre : aussi pertinente que cinglante, la formule a fait florès. Elle constitue le titre d'un livre publié en 1976 par le géographe français Yves Lacoste. On pourrait aujourd'hui l'adapter en écrivant : la géographie, ça sert aussi à faire la guerre économique. Ceux qui en douteraient n'auraient qu'à feuilleter le tout récent *Rapport Cyclope 2010* (Economica, 800 p.), ouvrage qui fait référence en France dans la sphère pour le moins turbulente des matières premières. Le pétrole, le gaz, les métaux précieux, mais aussi le blé ou le soja forment désormais autant d'enjeux gigantesques tant pour les Etats que pour les grandes sociétés. Les prodigieux bouleversements auxquels nous assistons depuis la chute du Mur de Berlin, la désagrégation des repères classiques et l'inexorable processus de mondialisation ont rebattu les cartes des relations internationales et modifié en profondeur la donne géopolitique planétaire. Les paramètres temps et espace se sont contractés à l'extrême. Désormais, les décideurs politiques ou économiques doivent faire face, dans des délais très brefs et des configurations extrêmement variées, à des équations d'une complexité inouïe.

C'est dans ce contexte qu'il convient de saluer la tenue du second Festival de Géopolitique et de Géoéconomie de Grenoble, organisé sous l'égide de Jean-François Fiorina et Pascal Gauchon, invités de ce numéro de *Communication & Influence*. Le thème choisi, *Vive la France quand même!* rappelle que notre pays ne doit pas céder aux sirènes de la sinistrose et de l'enfermement. Dans les périodes les plus âpres de son histoire, il a toujours su faire preuve d'audace et d'énergie. Nous bénéficions de prodigieuses ressources, humaines en particulier. Nous savons, quand il le faut, nous montrer innovants et performants. Certes, il y a des barrières, des préjugés, des raidissements devant les défis à relever. A nous de faire face, d'ouvrir de nouvelles pistes. La géopolitique exige de voir le monde tel qu'il est et non tel que nous souhaiterions qu'il soit. La géopolitique est saine car elle fait appel à notre sens des réalités, à notre pragmatisme. Elle nous invite à retrouver un nouvel état d'esprit. De fait, la géopolitique est un fabuleux vecteur d'influence. ■

Bruno Racouchot
Directeur de Comes

Pourquoi Comes ?

En latin, comes signifie compagnon de voyage, associé, pédagogue, personne de l'escorte. Société créée en 1999, installée à Paris, Lyon et Toronto, 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.

FOCUS

Le Festival de géopolitique de Grenoble

Le Festival de Grenoble entend mettre à l'honneur la géopolitique et la géoéconomie, puisque désormais, aux rapports de force politiques dans l'espace et le temps s'ajoutent les rapports de force économiques. C'est l'occasion de faire se rencontrer tous les acteurs de cet univers : hauts fonctionnaires, enseignants, chercheurs, experts, mais aussi - ce qui est plus original - chefs d'entreprise, managers, étudiants et élèves. Le Festival est un carrefour ouvert à l'ensemble des revues, associations, courants de pensée qui s'intéressent à la géopolitique et la géoéconomie, toutes tendances confondues, tant il est vrai que bien souvent, les différents champs explorés se recoupent et se complètent. Avec un objectif pratique : retrouver un état d'esprit offensif.

Cette année, l'invité d'honneur est le Maroc, pays avec lequel l'Ecole supérieure de commerce de Grenoble entretient des liens étroits, et qui constitue un modèle d'adaptation aux nouvelles configurations issues de la mondialisation. Accueillant des invités marocains, le Festival se tiendra les 28,29 et 30 mai 2010 dans les locaux de l'ESC Grenoble. On retiendra parmi les intervenants Hubert Védrine, Christian Harbulot, Michel Foucher, Gérard-François Dumont, Philippe Moreau Defarges, Bernard Esambert... Pour sa part, Bruno Racouchot disséquera un cas pratique de communication d'influence engagée par *Comes Communication* au Maroc, au sein d'un projet multinational d'investissement dans le domaine du développement durable. ■

Pour en savoir plus : www.anteios.org et www.grenoble-em.com



L'ALLIANCE INTERNATIONALE DE GÉOPOLITIQUE

Au cours de ce 2^{ème} Festival de Géopolitique de Grenoble, sera officiellement créée l'Alliance internationale de géopolitique, à l'initiative des membres suivants : ESC Grenoble, ESCA – Casablanca, Dakar – Université des sciences politiques, Institut français du Moyen-Orient, Université de Bulgarie, Institut de géopolitique de l'académie des sciences de Russie, Université de Capetown et bien d'autres encore.

L'objectif est de créer (et animer) un réseau international entre des universités, grandes écoles, groupes de recherche, think tanks ou autres acteurs majeurs de la géopolitique.

Cette alliance a pour objet :

- De valoriser et promouvoir la géopolitique, d'en faire une compétence indispensable à tout futur manager.
- De fournir une réponse aux problématiques géopolitiques soulevées ou apportées par les entreprises.
- De rechercher des financements pour ses activités ou de servir d'intermédiaire avec les financeurs (entreprises, Europe, acteurs multilatéraux, etc.).
- De constituer un réseau de chercheurs et de compétences dans le domaine de la géopolitique.
- De favoriser et renforcer les partenariats et synergies entre ses membres.

Le management, la gestion, la coordination et l'animation de cette Alliance seront assurés par l'ESC Grenoble. Sont d'ores et déjà prévues les actions suivantes : la création d'un programme de type Master, à destination des étudiants ou de publics de formation continue ; l'ouverture de cycles de conférences ; des interventions à l'occasion du Festival de géopolitique de Grenoble ; la création d'un centre de ressources pédagogiques ; le lancement de programmes d'études ainsi que des publications.

Pour en savoir plus :
www.grenoble-em.com

La géopolitique, grille de décryptage du réel

Vive la France quand même ! Tel est le thème du second Festival de géopolitique et de Géoméconomie de Grenoble. Autrement dit, que représente encore la France dans la mondialisation aujourd'hui ? Que pèse-t-elle en termes de diplomatie, de puissance militaire, de recherche... ? Dans le climat morose qui est le nôtre, il est utile de rappeler que la France bénéficie de quelques arguments de poids pour rayonner et faire entendre sa voix. Analyse de Jean-François Fiorina, directeur de l'ESC Grenoble.

En matière de recherche, d'industrie et d'enseignement supérieur – domaines privilégiés que je connais bien – la France possède d'indéniables atouts. Malheureusement, nous ne savons pas toujours les mettre en avant avec une communication adaptée. Le produit est bon mais le "paquet-cadeau" n'est visiblement pas à sa mesure ! Alors, comment faire ? Prioritairement, changer d'état d'esprit. Prendre acte du fait que nous ne sommes plus le centre de l'univers, que les paramètres qui régissaient le monde d'hier ont changé. Les mutations qui s'opèrent sous nos yeux doivent nous incliner à d'autres postures, d'autres modes d'action. Ainsi, ce n'est pas parce que nous développons et mettons sur le marché les meilleurs produits que nos interlocuteurs vont les acheter ! Il nous incombe de faire preuve de davantage de réalisme face aux configurations actuelles et à venir. Un nouvel ordre a surgi, avec de nouvelles règles, de nouvelles exigences, de nouvelles hiérarchies. Notre force a longtemps résidé en notre prestigieuse culture d'ingénieurs. C'est certes là un atout de poids, mais ce n'est cependant plus suffisant pour faire la différence et remporter les défis qui se posent à nous.

Concourir dans un monde ouvert

Dans cette configuration, il s'agit de faire preuve de pragmatisme, d'appeler un chat un chat. Il y a des dangers, il nous faut les déceler, les prendre en compte et les surmonter. De même, il convient d'identifier nos atouts et de les exploiter de manière bien concrète. Le monde n'est plus parcellaire et segmenté, il est ouvert. Les entreprises, tout comme d'ailleurs l'ensemble des structures publiques et privées, sont en permanence concernées, directement ou indirectement, par ce qui se passe ailleurs, tout près ou très loin. Il n'existe plus de bulle ou de sphère protégée. Les conflits d'intérêts engendrent des chocs, qui surgissent, prospèrent, s'éteignent puis renaissent à travers le monde. Les grandes compagnies travaillant dans le domaine de l'énergie en sont un parfait exemple, toutes nationalités confondues.

Ainsi, les nouveaux enjeux intéressent toutes les entreprises, qu'elles le veuillent ou non, qu'elles en soient conscientes ou non. La sécurité de leurs personnels dans les pays émergents, la protection de leur patrimoine matériel ou immatériel, la capacité à appréhender correctement - avant les concurrents - les opportunités sur de nouveaux marchés, sont quelques uns des paramètres qu'il leur faut suivre, prendre en compte et intégrer dans leur stratégie. Plus que jamais, la relation entre l'entreprise et le territoire où elle entend se développer est capitale. Comprendre l'environnement dans lequel on évolue n'est plus seulement l'apanage des spécialistes ou des grands services. C'est un impératif qui concerne toutes les équipes dirigeantes, du public comme du privé. La géopolitique constitue une grille de compréhension du réel à l'heure de la mondialisation. Marquées par une très forte culture technique et industrielle, Grenoble et sa région sont naturellement réceptives à tout ce qui se rapporte à la compétition internationale, donc à la géopolitique.

La clé de la réussite : un nouvel état d'esprit

Notre volonté est donc d'inciter nos partenaires et nos étudiants à faire preuve d'un nouvel état d'esprit. Pour les entreprises, il s'agit d'être capables de réagir le mieux et le plus rapidement possible. Pour nos étudiants, il s'agit moins d'évoluer sur le court terme que de se préparer à une course de fond. D'où une formation qui vise davantage à former les esprits qu'à apprendre de simples techniques, qui, de toutes façons, évolueront. Pour les uns comme pour les autres, il est cependant impératif de bien comprendre l'intérêt de la géopolitique, non pas comme référent universitaire abstrait, mais comme méthode permettant d'approcher et cerner le monde dans sa complexité, afin d'être au plus près des enjeux réels. La géopolitique doit servir à gagner des marchés, ou du moins à ne pas en perdre. Autrement dit, elle constitue une clé précieuse pour évoluer dans le monde d'aujourd'hui, et surtout de demain. ■

Jean-François Fiorina

Issu de l'INSEEC de Bordeaux, Jean-François Fiorina est titulaire d'un MBA (European University of America, San Francisco, USA). Après avoir commencé son cursus professionnel à la BRED (groupe Banques Populaires) tout en étant intervenant à l'Ildrac (Ecole supérieure de commerce), il devient directeur du programme ESC et des relations internationales du groupe Sup de Co Amiens-Picardie, puis intègre en 2000 Grenoble Ecole de Management, avant de devenir en 2003 directeur de l'ESC Grenoble.

Géopolitique et guerre économique : reprendre l'offensive

A tort ou à raison, les Français établissent un lien entre la mondialisation et les difficultés éprouvées au quotidien : incertitude, désarroi, montée du chômage, sentiment de stagnation voire de régression du pouvoir d'achat... La France éprouve de grandes difficultés à être aussi compétitive et attractive qu'il le faudrait. Dans cette perception, il y a donc bien une dimension géopolitique et géoéconomique, puisque, en dernière instance, le sort des Français est lié aux rapports de force – au moins économiques – entre les puissances, à l'échelle mondiale. Dès lors, comment éviter la dangereuse tentation du repli ? Explication de Pascal Gauchon, l'un des maîtres d'œuvre du Festival de géopolitique et géoéconomie de Grenoble.

Depuis pas mal de temps se manifeste de plus en plus clairement la crainte d'un certain retrait de la France, pour ne pas parler d'un déclin, comme Nicolas Baverez l'avait évoqué dans son ouvrage *La France qui tombe*. Nos concitoyens ont le sentiment diffus d'un déclin à l'échelle internationale. Ils craignent ainsi de vivre moins bien demain qu'aujourd'hui, ayant déjà le sentiment de vivre aujourd'hui moins bien qu'hier ! Toutes les enquêtes conduites en France, en Europe ou en Amérique du nord, montrent que, face à l'avenir, la France est, à l'échelle européenne, le pays le plus pessimiste. Sans sombrer dans un optimisme béat, il faut relativiser cette perception délétère et mettre en relief le fait que nous disposons de ressources qui mériteraient d'être valorisées. D'où le choix du thème *Vive la France quand même !* à l'occasion de ce Festival 2010.

Comme l'avait mis en lumière le Festival de l'an passé, la guerre économique perçue essentiellement sous son angle défensif en dit long sur notre manière de voir et penser la mondialisation. Cette posture est révélatrice de notre désarroi. Certes, il est impératif de protéger notre patrimoine matériel et immatériel contre les agressions de toutes natures, de certaines puissances et entités sans scrupules. Mais le volet offensif est tout aussi nécessaire. A nous de le mettre en œuvre. Si les pays les plus optimistes quant à la mondialisation se révèlent être les pays émergents, c'est qu'ils font montre d'un esprit conquérant ! A nous donc de faire preuve d'initiative et d'audace ! Savoir rebondir, c'est d'abord affirmer un certain état d'esprit. Et retrouver la volonté d'affronter les défis que nous lance un monde de plus en plus complexe.

Invité d'honneur : le Maroc

Il n'est pas anodin que l'invité d'honneur de ce Festival 2010 soit le Maroc, un pays avec lequel la France entretient depuis toujours des liens aussi privilégiés qu'exemplaires. Grâce sans doute à l'œuvre de Lyautey, dès l'origine, des synergies ont pu naître et perdurer sur le long terme. La présence française au Maroc reste importante, politiquement et économiquement, y compris sur le plan culturel et intellectuel. Le Maroc est, à tous les points de vue, un pays qui a très bien réussi sa mutation et s'impose désormais comme un partenaire majeur de la scène africaine. Ses élites sont bien formées, entreprenantes, tout à la fois enracinées et ouvertes. L'héritage commun avec la France, bien géré, constitue un socle solide pour de nouveaux projets.

Cependant, la France ne doit pas se contenter de gérer ce capital de sympathie. Il lui faut être proactive. D'autant qu'aux yeux des jeunes Marocains, l'attractivité du système américain est de plus en plus forte. Globalement, ceux d'entre eux qui viennent poursuivre leurs études en France réussissent bien, grâce à trois atouts majeurs : une bonne maîtrise de la langue française, qu'ils possèdent souvent mieux d'ailleurs que beaucoup d'étudiants français ; la maîtrise de l'arabe qui, même si ce n'est pas l'arabe littéraire, se révèle être un avantage considérable sur le plan des relations internationales ; enfin, une excellente formation en mathématiques, les Marocains ayant repris, adapté et conservé (avec sagesse et au contraire de nous !) les programmes de mathématiques français des années soixante-soixante-dix, considérés comme parmi les meilleurs au monde. Les Marocains sont ainsi restés sur des critères d'exigence bien supérieurs, qui expliquent le bon niveau de formation de leurs élites aujourd'hui.

Cette réussite doit nous montrer que la France a encore des atouts et qu'elle peut rebondir, si elle le souhaite bien sûr, si elle en a la volonté et l'énergie. Ne nous leurrons pas ! La France n'a pas vocation à être une super-puissance. Mais elle peut se positionner comme une puissance qui compte, un modèle d'équilibre susceptible d'apporter sa voix dans le concert des nations. Alors, vive la France quand même ! ■

Pascal Gauchon

Pascal Gauchon intègre l'École Normale Supérieure en 1970, puis obtient l'agrégation d'histoire en 1973. Il enseigne dans l'Éducation nationale jusqu'en 1985 puis devient directeur de Prépasup, institut d'enseignement supérieur privé spécialisé dans les préparations Sciences Po et HEC. Il enseigne lui-même à l'Ipésup l'histoire et géographie économiques en préparation économique et commerciale. Pascal Gauchon a lancé aux PUF (Presses Universitaires de France) la collection Major qu'il dirige depuis 1991, "des manuels qui donnent les connaissances, les méthodes et les idées exigées aux concours". Il préside l'association Anteios (voir encadré ci-contre).

L'association Anteios s'adresse à tous ceux qu'intéressent la géopolitique et la géoéconomie et qui souhaitent réfléchir en commun sur le déploiement des rapports de force dans l'espace. Elle a pris comme symbole le géant Antée qui reprenait force en touchant la terre.

Les créateurs de l'association sont des enseignants en classes préparatoires littéraires, économiques et commerciales, ainsi que des universitaires. Anteios s'est ensuite étendue à des étudiants, des cadres d'entreprise, des hauts fonctionnaires, des militaires... La diversité de ses membres contribue au projet d'Anteios : à savoir constituer le carrefour de toutes les géopolitiques, loin de tout esprit de chapelle, et aborder les problèmes géopolitiques sous tous leurs aspects, géographiques, économiques, sociétaux, culturels, militaires.

Ses réflexions se déploient à travers toutes les formes de communications : publication de rapports annuels sur un sujet d'actualité dans la collection Major des Presses Universitaires de France, organisation du Festival de Géopolitique et de Géoéconomie, conférences, articles, site Internet...

Avec les PUF et Grenoble école de management, Anteios est l'un des trois partenaires du Festival de Géopolitique et de Géoéconomie de Grenoble. Pascal Gauchon et Jean-Marc Huissoud (qui enseigne la géopolitique à l'ESC Grenoble, voir *Communication & Influence* n° 11, juillet 2009), en sont les chevilles ouvrières. Ils ont d'ailleurs publié ensemble *Les cent mots de la géopolitique* ainsi que *Les cent lieux de la géopolitique*, ouvrages de la collection Que sais-je ? (PUF, 2008).

Pour en savoir plus :
www.anteios.org

JALONS

22 janvier 1845 ■ Naissance de Paul Vidal de La Blache à Pézenas (Hérault) où son père, originaire du Velay, exerce le métier de professeur de collège.

1858 ■ Il entame de brillantes études. Après être entré en seconde au Lycée Charlemagne, il est admis à l'École normale supérieure (1863), passe sa licence de Lettres en Sorbonne (1864) et est classé premier à l'agrégation d'histoire et géographie (1866).

1867-1870 ■ Il part pour l'École française d'Athènes et effectue de nombreux voyages en Italie et au Proche-Orient.

1873 ■ Nommé à l'université de Nancy, il obtient – fait inédit – que la géographie soit enseignée indépendamment de l'histoire.

1881 ■ Il est nommé sous-directeur de l'École normale supérieure.

1883 ■ Publication de *La Terre, géographie physique et économique*.

1885 ■ Publication des *Cartes murales scolaires Vidal-Lablache* qui fortifieront le patriotisme républicain de plusieurs générations.

1889 ■ Publication de *États et Nations d'Europe*.

1891 ■ Fondation des *Annales de Géographie* qui assurent le rayonnement de l'école française de géographie.

1894 ■ Publication de l'*Atlas Général Vidal-Lablache*.

1915 ■ Il reçoit la grande médaille d'or de l'*American Geographical Society* tandis que son fils Joseph est tué lors d'une bataille dans l'Argonne.

1917 ■ Publication de *La France de l'Est* tandis que les disciples de Vidal de La Blache sont mobilisés pour préparer le futur traité de paix.

5 avril 1918 ■ Décès de Paul Vidal de La Blache.

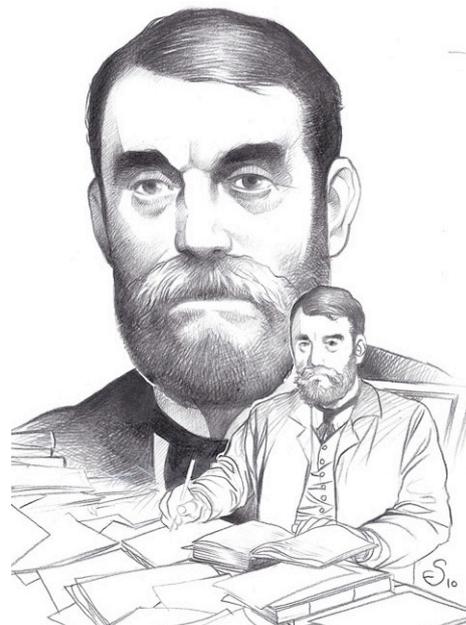
1922 ■ Publication posthume de son ultime et maître-ouvrage : *Les principes de la géographie humaine*.

Vidal de La Blache, géographe de science et d'influence

"Il fut l'honneur de la géographie française. Il excella à approfondir et à décrire en savant, en psychologue et en artiste le mariage mystérieux de l'homme et de la terre." C'est ainsi que le professeur André-Louis Sanguin, présente l'apport de Paul Vidal de La Blache qui, au XIX^e siècle, fonda l'école française de géographie, en rivalité avec les savants d'une Allemagne triomphante après sa victoire de 1870 (1).

Paul Vidal de La Blache naît en 1845 dans une France fragilisée par l'instabilité politique. Son père, inspecteur d'Académie, exercera sous quatre régimes et trente ministres de l'Instruction différents ! Dans cette époque tumultueuse, l'ascension rectiligne de Paul Vidal de La Blache n'en est que plus remarquable. Brillant élève du Lycée Charlemagne, il entre en 1863 à l'École normale supérieure et est reçu trois ans plus tard à l'agrégation d'histoire et de géographie. Nommé à l'École Française d'Athènes, il voyage beaucoup. En Egypte, il participe à l'inauguration du Canal de Suez. L'enthousiasme est de courte durée. Le désastre de Sedan et la perte des provinces de l'Est vont bouleverser la société française et donner une nouvelle orientation à sa carrière.

En 1873, Vidal de la Blache est en effet choisi pour enseigner la géographie à l'université de Nancy. Le choix d'une ville située face à l'Allemagne n'est pas anodin. *"Après la défaite de 1870-1871, la nécessité de ne pas être à la traîne des Allemands sur le terrain scientifique était devenue évidente, explique André-Louis Sanguin Dans ce mouvement général, Jules Simon, ministre de l'Instruction, lance une politique hardie de développement de la géographie"*. Il s'agit d'entretenir le sentiment patriotique et d'assurer le rayonnement de la France. Auteur des cartes qui ornent bientôt toutes les salles de classes de la III^e République, le géographe - qui les signe d'un très républicain Vidal-Lablache ! - est toutefois bien plus qu'un propagandiste. En créant les *Annales de Géographie* il donne naissance à une école de géographie dont la réputation deviendra vite mondiale.



Ainsi, à rebours de ce qui fut affirmé, sa rivalité avec les savants allemands ne prit jamais la forme d'une opposition frontale. Esprit curieux, il entretenait même une correspondance féconde avec Friedrich Ratzel, pionnier de la géopolitique allemande (voir *Communication & Influence* n° 7, février 2009). Toutefois, sa pensée est profondément originale. Face au déterminisme en vogue outre-Rhin, il souligne l'influence réciproque de l'homme et de la nature, une approche ultérieurement baptisée *"possibilisme"*. Comme le proclame les éditions Armand Colin lors de la publication de son *Atlas général*, en 1894 *"C'est de sa chaire de la rue d'Ulm que se sont répandus à tous les degrés de notre enseignement, les idées générales, les procédés de méthode scientifique et pédagogique qui nous permettent aujourd'hui de soutenir la comparaison avec les géographes d'outre-Rhin et d'outre-Manche"*. Pour Paul Vidal de La Blache, influence rimait avec science. La postérité ne s'y est pas trompé : aujourd'hui encore, il est tenu pour l'un des grands noms de la géographie mondiale.

(1) **Vidal de La Blache, un génie de la géographie**, par André-Louis Sanguin, Editions Belin, 1993, 383 p.

EXTRAIT

L'influence réciproque de l'homme et de la nature. *"Contrairement à ce qui est souvent avancé, le possibilisme vidalien ne correspond pas à la position radicale selon laquelle l'homme est libre de modifier la nature et s'affranchit de son conditionnement. [...] Au fond, Vidal est à la recherche des interactions qui se tissent entre la société et son milieu, mais également des structures qui en résultent : les interactions ont pour résultat, ou pour médiation, les paysages, les aménagements, les lieux qui s'observent à la surface de la terre, à toute échelle."* Vincent Berdoulay, directeur de recherche au CNRS et Olivier Soubeyran, professeur à l'université de Grenoble, in *"Le possibilisme"*, Encyclopédie Universalis.

CONTACTS

France (Paris) : +33 (0)1 47 09 36 99
 North America (Toronto) : +00 (1) 416 845 21 09
 Courriel : contact@comes-communication.com
www.comes-communication.com

Communication & Influence

UNE PUBLICATION DU CABINET COMES

Paris ■ Lyon ■ Toronto

Directrice de la publication : Sophie Vieillard

Illustrations : Eric Stalner



Quand la réflexion accompagne l'action