



**LE PATRIOTISME ECONOMIQUE :
UNE NOTION ANALYSEE DIFFEREMENT
EN FRANCE AUX ETATS-UNIS ET EN RUSSIE**

**Mémoire de géopolitique
du chef d'escadron Benoît TAILLIANDIER
dans le cadre du séminaire « géopolitique et économie »**

Directeur : Christian HARBULOT

Mars 2007

FICHE DOCUMENTAIRE

1. Le patriotisme économique : une notion analysée différemment en France, aux Etats-Unis et en Russie
2. 2007, mémoire, géopolitique, patriotisme économique, Tailliandier
3. Chef d'escadron, armée de Terre, TAILLIANDIER Benoît, France
4. 12 mars 2007
5. Division B – groupe B2
6. Mémoire de géopolitique
7. Les Etats-Unis et la Russie ont vraiment pris conscience de la nature du changement de rapport entre pays depuis la fin de la guerre froide. Ils en ont déduit la nécessité du patriotisme économique dans notre monde actuel et ils s'en servent comme instrument de puissance. La France a pris conscience tardivement des évolutions récentes du monde et se dote de moyens défensifs et offensifs en réaction aux attaques sans pour autant qu'ils soient au service d'une stratégie de puissance. Les exemples russes et américains devraient nous aider à bâtir une stratégie.
8. patriotisme économique - Etats-Unis - Russie - France - intérêts économiques - puissance - patrie - Etat - intelligence économique - information - investissement étranger - influence - lobbying – destin.

SOMMAIRE

PREMIERE PARTIE : CONSTAT : REDEFINITION DES RELATIONS ENTRE
GRANDES PUISSANCES DEPUIS LA FIN DE LA GUERRE FROIDE

Evolution des relations entre puissances

Un changement théorisé par certains auteurs

Prise de conscience différente suivant les pays et conséquences

DEUXIEME PARTIE : LE PATRIOTISME ECONOMIQUE AU SERVICE D'UNE
STRATEGIE DE PUISSANCE ; LE CAS DES ETATS-UNIS ET LE CAS RUSSE

Etats-Unis : une coopération entre acteurs publics et privés pour un patriotisme
économique qui rime avec sécurité du pays

Russie : rétablissement de l'autorité étatique et moyens diplomatico énergétiques pour
retrouver sa puissance.

TROISIEME PARTIE : LA FRANCE A LA RECHERCHE D'UNE STRATEGIE

Difficultés idéologiques et culturelles sur le concept.

Certes nous disposons de plus en plus d'outils

Mais pour quelle stratégie ?

INTRODUCTION

Il s'agit de « rassembler toutes nos énergies autour d'un véritable patriotisme économique » (Dominique de Villepin). Le Premier ministre n'est pas le premier à employer ce terme de « patriotisme économique ». Il est apparu pour la première fois il y a trois ans dans le rapport au Premier ministre du député du Tarn Bernard Carayon¹.

Le Robert donne cette définition du patriotisme : « amour de la patrie. Désir, volonté de se dévouer, de se sacrifier pour la défendre en particulier contre les attaques armées. ». Il semble un peu paradoxal d'employer un terme qui évoque les sacrifices endurés jadis lors de la défense de nos frontières dans un monde globalisé où l'ouverture des frontières et des marchés est parfois érigée en dogme. Interrogeons-nous donc sur la signification des termes.

Le Larousse définit la Patrie ainsi : « communauté politique d'individus vivant sur le même sol et liés par un sentiment d'appartenance à une même collectivité, notamment culturelle et linguistique ». Quel rapport effectuer entre patrie et économie ? Faut-il voir la notion de « patriotisme économique » comme une assimilation au protectionnisme c'est-à-dire une attitude de repli sur soi et de défense ?

Les bienfaits des idées véhiculées par la notion de patriotisme rapportée à l'économie sont en fait nombreux :

- L'idée d'appartenance à une même collectivité peut amener la volonté de se mobiliser.
- L'idée de fierté nationale peut renverser cette tendance actuelle à l'autodénigrement ou à la repentance exploitée de manière idéologique.
- L'idée de bataille à mener (au niveau économique) fait prendre conscience de la compétition mondiale dans ce domaine.

Nous le voyons cette idée n'est donc pas réductrice et est plutôt porteuse d'espoirs que de craintes.

Qu'est ce que le patriotisme économique ? Une mise en commun des forces de l'état, des entreprises, des collectivités territoriales pour développer les atouts de la France et lui donner les mêmes armes que ses concurrents pour se battre dans la mondialisation.

Lutter à armes égales avec des adversaires qui ont compris que cette notion ne peut être résumée en un tout offensif ou un tout défensif. C'est une combinaison d'actions à la fois

¹ Rapport au Premier ministre du député Bernard CARAYON, « Intelligence économique, compétitivité et cohésion sociale », la Documentation française, 2003

défensives et offensives destinées à protéger les intérêts économique d'un pays et permettre à ses acteurs économiques de maintenir le pays comme capable d'imposer sa volonté aux autres.

Comme le définit Bernard Carayon le patriotisme économique nous permet en somme de rester un « territoire de prospérité, de sécurité, d'équilibre social, de maîtrise de nos choix et de nos destins ».²

Les aspects défensifs comme offensifs de cette notion sont appliqués par beaucoup de nations industrialisés. Il est intéressant d'analyser comment est comprise cette notion aux Etats-Unis première puissance mondiale, ainsi qu'en Russie ancienne star du monde bipolaire. Quelles leçons tirer pour la France des analyses du patriotisme économique faites dans ces deux pays ?

Nous verrons que les Etats-Unis et la Russie ont bien compris la nécessité du patriotisme économique dans notre monde actuel et qu'ils s'en servent comme instrument de puissance. La France a pris conscience tardivement des évolutions récentes du monde et se dote de moyens défensifs et offensifs en réaction aux attaques sans pour autant qu'ils soient au service d'une stratégie de puissance. Les exemples russes et américains devraient nous aider à bâtir une stratégie.

La première partie de ce mémoire sera un constat et présentera les nouveaux types de relations entre grandes puissances depuis la fin de la guerre froide. La deuxième partie montrera que la notion de patriotisme économique est au service d'une stratégie de puissance en Russie et aux Etats-Unis. Enfin, la troisième partie montrera qu'à défaut de définir une stratégie, la France se sert du patriotisme économique pour se doter d'outils et préserver ses intérêts.

² CARAYON Bernard, « patriotisme économique, de la guerre à la paix économique », Monaco, éditions du Rocher, 2006

PREMIERE PARTIE : CONSTAT : REDEFINITION DES RELATIONS ENTRE GRANDES PUISSANCES DEPUIS LA FIN DE LA GUERRE FROIDE

Pour comprendre l'actualité de la notion de patriotisme économique, que ce soit en France ou à l'étranger, il faut comprendre le monde actuel et les rapports entre pays. Ces derniers ont évolué. Les pays ont pris conscience de ce changement plus ou moins rapidement.

1.1 Evolution des relations entre puissances

La Guerre froide a entraîné une focalisation idéologique vers l'URSS. Tous les problèmes sécuritaires sont tournés contre l'URSS.

Depuis la fin de la guerre froide les relations entre pays industrialisés ont évolué. Le facteur militaire ne constitue plus leur principal atout de puissance et les conflits armés entre eux tendent à disparaître. Mais si les conflits ont changé de nature, ils n'ont pas pour autant disparu. Seulement ils ne sont plus frontaux mais indirects. La puissance s'exerce sans forcément recourir à la coercition. Joseph NYE parle de « soft power »³. Celle-ci est facilitée par la mondialisation qui voit la libéralisation des échanges et l'ouverture des marchés. L'instrument de ces nouveaux conflits n'est plus l'outil militaire mais l'économie.

1.2 Un changement théorisé par certains auteurs.

Edward Luttwak a été un des pionniers de la description de cette géoéconomie qui succède à la géopolitique classique. Les objectifs pour les pays ne relèvent plus de la conquête de territoires mais plutôt de la conquête de marchés. L'objectif est de « conquérir ou de préserver une position enviée au sein de l'économie mondiale »⁴. Luttwak n'hésite pas à employer le vocabulaire militaire pour décrire les nouveaux champs d'action de l'économie : « Les capitaux investis ou drainés par l'Etat sont l'équivalent de la puissance de feu ; les subventions au développement des produits correspondent aux progrès de l'armement, la pénétration des marchés avec l'aide de l'Etat

³ Joseph S. NYE, Jr, Le leadership américain, P.U.N, 1992

⁴ Edward LUTTWAK, Le rêve américain en danger, Odile Jacob, 1995, p402

remplace les bases et les garnisons militaires déployées à l'étranger »⁵. Pour Luttwak la menace économique peut être à l'origine d'une nouvelle sorte de patriotisme si on considère que le patriotisme est suscité l'union de personnes menacées : « et s'il faudra encore une menace extérieure pour assurer l'unité et la cohésion interne des nationaux et des pays, cette menace sera désormais économique ou, plus exactement, géoéconomique. »⁶. Le patriotisme devient économique face à une menace qui est principalement économique.

Si l'approche de Luttwak nous permet de progresser dans notre compréhension des rapports entre puissances, elle n'est pas pour autant exempte de limites. Tout d'abord, il réduit ce changement de rapports entre pays qu'aux nations occidentales alors qu'il pourrait être élargi à tous les pays industriels. Ensuite, il n'évoque implicitement que l'état comme ayant un rôle dans cette géoéconomie. Certes son rôle est primordial, mais il ne faut pas négliger celui des entreprises. Ces dernières et l'état peuvent avoir des divergences de vue et ne pas agir conjointement même si souvent l'état aide leur développement.

1.3 Prise de conscience différente suivant les pays et conséquences

La prise de conscience de cette évolution du monde ne s'est pas faite simultanément suivant les pays et notamment les trois pays étudiés. De plus, elle ne s'est pas effectuée avec la même ampleur et n'a pas eu les mêmes conséquences suivant ces trois pays.

1.3.1 *Le cas américain.*

Principal acteur de la guerre froide, ils ont pris les premiers en compte avec acuité ce changement stratégique et ont su rediriger leur effort vers la bataille économique. En automne 1990, la CIA organise une étude sur les menaces constituées par l'expansion économique japonaise. Le compte rendu de cette étude, ainsi que les écrits de Luttwak, constituent une clé pour comprendre ce tournant qu'abordent les américains. Dans ce rapport, intitulé JAPAN 2000, on peut lire notamment que « la connaissance deviendra le fondement primordial de la puissance économique ». Ils prennent conscience de l'agressivité commerciale des japonais et décident de mettre en place un dispositif de combat.

⁵ Edward LUTTWAK, *Le rêve américain en danger*, Odile Jacob, 1995, p34

⁶ Edward LUTTWAK, *Le rêve américain en danger*, Odile Jacob, 1995, p40

Auparavant des signes précurseurs les avaient alertés : dans les années 80, la délocalisation massive des fabricants de microprocesseurs avait inquiété le Pentagone. L'idée de préserver l'indépendance du pays dans les technologies critiques de défense émerge à ce moment là.

Changeant totalement de posture et abandonnant une vision du monde idéologique ils se métamorphosent. « Nous avons effectivement radicalement changé. Nous avons essayé de créer un véritable partenariat gouvernement-affaires afin de faire face aux opportunités internationales. Jusque-là, les Etats-Unis s'étaient empêtrés dans un interminable débat idéologique à propos du rôle du gouvernement vis-à-vis du secteur privé » déclarait Ron Brown secrétaire au commerce et représentant à l'OMC⁷.de Bill Clinton,

Le rôle primordial de l'état se fait tout d'abord sentir par l'engagement du président américain dans cette lutte ; c'est lui qui donne l'impulsion. « Clinton est le premier président à avoir réellement fait du commerce le pont entre la politique intérieure et la politique étrangère » affirme Ron Brown. Il n'hésite pas à appuyer les firmes américaines à l'étranger.

Cet interventionnisme présidentiel n'est que la partie émergée de l'iceberg. Toute l'administration américaine se tourne vers ce nouveau combat. Les services fédéraux se tournent vers des tâches plus économiques pour soutenir la compétitivité des entreprises.

1.3.2 Le cas russe.

La prise de conscience a été plus tardive que pour les américains. La chute du mur de Berlin a été suivie de l'effondrement de l'Union Soviétique. De 92 à 98 le PIB de la Russie a diminué de moitié. La base industrielle du pays s'est atrophiée. En 1999 les deux tiers de la population russe vivait sous le seuil de pauvreté. La Russie a perdu son statut de puissance mondiale. L'élargissement de l'Union Européenne et de l'OTAN vers l'est vont être des révélateurs du déclin pour les russes. La crise du Kosovo va initier la réflexion sur la reconquête de la souveraineté russe. Cette crise va être le déclencheur de son processus de reconstruction.

Un deuxième élément va les conforter dans leur option choisie : l'invasion des américains en Irak et la non coopération de ces derniers avec eux malgré l'aide apportée pour faciliter l'entrée des occidentaux en Afghanistan.

⁷ Cité dans Bernard CARAYON, « le patriotisme économique, de la guerre à la paix économique »

On peut en observer la prise de conscience à travers les discours de Vladimir Poutine. En avril 2005 lors de son discours annuel au Parlement, il déclarait : « l'effondrement de l'Union Soviétique a été le désastre géopolitique majeur du siècle. Pour la nation russe ce fut un véritable drame ». Pour la Russie, c'est donc la perte de puissance, de son ancien statut mondial qui lui est insupportable. C'est donc ce qu'elle va chercher à récupérer. Toute la politique de Poutine est à lire de la sorte : comment redonner à la Russie son rang mondial d'antan, comment retrouver sa puissance.

Le redressement russe a été spectaculaire : début 2000 le FMI annonçait que l'économie russe allait connaître une récession de 3%. Or, fin 2000 la croissance était de 7%. L'erreur est de 10 points. Un tel écart dans les prévisions et ce qui a réellement eu lieu montre que l'on n'a pas compris ce qui se passait dans ce pays.

Pour redresser la barre, Poutine va analyser les points forts dont il dispose (énergie), les faiblesses auxquelles il faudra remédier (autorité étatique) et bâtir sa stratégie de reconquête de puissance.

Dans les deux cas, américain et russe, la prise de conscience vient du pouvoir. Dans les deux cas elle a entraîné des changements radicaux.

1.3.3 Le cas français.

La France prend en compte tardivement ce changement mondial. Ce n'est que face aux attaques d'une part, et au constat progressif des mesures prises par les autres pays d'autre part, qu'une lente perception des nouvelles règles des relations entre pays émerge.

Quelques affaires ces dernières années ont participé au réveil des esprits. Il y a tout d'abord eu le cas de Gemplus, leader mondial de la carte à puces racheté par le fond d'investissement Texas Pacific Group, puis celui de Pechiney racheté par Alcan, l'OPA sur Arcelor, la tentative d'Enel sur Suez, la pseudo-tentative sur Danone.

L'observation des pratiques étrangères a participé également à éveiller les consciences : les Etats-Unis empêchent la société chinoise CNOOC de s'emparer d'UNOCAL ou un groupe financier de Dubaï de s'emparer de la gestion de leurs ports, le gouvernement espagnol protège l'électricien Endesa contre Eon, etc.

D'autres pratiques relevant des attaques indirectes ont été mises à jour. On a constaté par exemple que les Commissions Rogatoires Internationales (CRI) exercées sur notre

territoire par une autorité judiciaire étrangère pouvaient conduire à un recueil illicite de renseignements sur une entreprise. Egaleme nt ont été soulignés les dangers de l'externalisation et de l'appel à l'expertise de cabinets d'audit anglo-saxons. Ces pratiques conduisent souvent à une fuite de renseignements.

Suite à ces observations des outils ont été mis en place: en 1995 par exemple a été créé le Comité pour la compétitivité et la Sécurité Economique (CSCE) pour faire face aux menaces. Cela traduit une volonté étatique. Mais cette création n'a pas résisté aux différents changements de gouvernement ce qui montre l'inconvénient de se doter d'outils non adossés à une stratégie globale.

DEUXIEME PARTIE : LE PATRIOTISME ECONOMIQUE AU SERVICE D'UNE STRATEGIE DE PUISSANCE ; LE CAS DES ETATS-UNIS ET LE CAS RUSSE

2.1 Etats-Unis : une coopération entre acteurs publics et privés pour un patriotisme économique qui rime avec sécurité du pays

Les Etats-Unis ont une vision stratégique. Cette vision est celle d'une suprématie sur l'économie mondiale. La puissance s'exprimera principalement par la puissance économique. Il faut donc y consacrer les mêmes moyens que pour une guerre. Les propos de Warren Christopher sont assez explicite lorsqu'il affirmait en 1994 qu'il fallait faire progresser la sécurité économique américaine avec autant d'énergie et de ressources qu'il en avait fallu pour la guerre froide.

2.1.1 Continuité et évolution de la stratégie américaine :

La stratégie adoptée par les Etats-Unis a tout d'abord visé dans les années 80 la préservation de ses intérêts (cf supra la réaction aux délocalisations au Japon). Puis dans les années 90 elle a évolué vers une stratégie de sécurité économique.

2.1.1.1 La continuité de la stratégie

La diplomatie américaine a toujours suivi des fils conducteurs depuis deux siècles qui sont les différentes doctrines énoncées souvent par les présidents eux-mêmes. Toutes ces doctrines se complètent plus qu'elles ne s'opposent. Elles définissent un cadre à l'intérieur duquel la diplomatie américaine a toujours évolué. De la doctrine Monroe en passant par la doctrine du Big Stick⁸, à l'idéalisme wilsonien, au « containment » toujours d'actualité mais dirigé vers d'autres cibles qu'au moment de l'énoncé de cette théorie, on observe certaines constantes chez les Américains dans le but de toujours préserver ses intérêts.

La stratégie américaine actuelle ne peut se comprendre sans faire référence aux deux références géopolitiques anglo-saxonnes : Mackinder et Spykman. Pour résumer à

⁸ Enoncée le 2 septembre 1901 par le président Roosevelt : elle visait la protection des intérêts économiques des Etats-Unis en Amérique Latine.

outrance, il est nécessaire de contrôler ou de tenir le Rimland pour tenir la terre, le Heartland⁹. (d'où naissance de l'OTAN, relèvement du Japon, etc.). Le « containment » de l'Eurasie est donc nécessaire pour préserver sa puissance.

2.1.1.2 « Shaping the world » : où comment le 11 septembre a favorisé aux Etats-Unis le développement du patriotisme économique sous couvert de sécurité nationale.

Avec le 11 septembre 2001, la stratégie américaine s'est transformée en une stratégie de sécurité nationale (National Security Strategy). Tout est justifié par la sécurité nationale. La « réorganisation du monde » prônée par l'administration Bush (« shaping the world ») vise à adapter les besoins de la société internationale aux besoins de sécurité américains. L'arrivée au pouvoir de George W. Bush est synonyme d'augmentation des crédits d'armement et de renseignement. Il n'abandonne pas la guerre économique, au contraire, il lui donne un sens idéologique (le National Economic Council passe sous la coupe du National Security Council). 40% du renseignement reste d'ordre économique.¹⁰ La force des américains est d'avoir su profiter des événements du 11 septembre pour faire accepter au monde des mesures les favorisant économiquement en prétextant un besoin de sécurité nationale. Avec le *Container Security Initiative* et le *Customs Trade Partnership Against Terrorism*, ils ont réussi à imposer dans les ports européens leurs douaniers qui ont en plus un droit de visite dans les entreprises exportatrices. Cette volonté de protéger la nation pour garantir la sécurité de ses citoyens en adoptant des outils économiques à la fois défensifs et offensifs : c'est du patriotisme économique.

2.1.1.3 Le « containement »

Actuellement, conformément à la « réorganisation du monde » contenus dans la National Security Strategy, un certain nombre de priorités devraient quoi qu'il arrive déterminer la politique étrangère des Etats-Unis dans les années à venir :

- La sanctuarisation du territoire national.

⁹ Pour Mackinder le Heartland ou zone pivot = Russie, Sibérie, Caucase, Europe orientale. Le Rimland = péninsule ibérique, Italie, Balkans, Turquie, Proche-Orient, Golfe, Afghanistan, Pakistan, Inde, Indochine.

¹⁰ ¹⁰ Cité dans Bernard CARAYON, « le patriotisme économique, de la guerre à la paix économique »

- Empêcher l'émergence de toute superpuissance rivale
 - Une double politique de « containment » des puissances continentales qui paraissent susceptibles de menacer, ne serait-ce que localement, leur leadership géostratégique
- Washington veut conserver son rôle prépondérant dans le monde en contenant les Européens pour les empêcher de jouer un rôle dans la redistribution des cartes en cours. Le point central de cette redistribution est notamment située en Asie centrale et au Moyen-Orient. Il faut contenir, dans cette région, la montée de la Chine et la renaissance russe tout en laissant l'Europe spectateur. Le « containment » américain vis-à-vis de l'Europe va s'exercer de manière diplomatique (ex : soutien à l'entrée de la Turquie dans l'UE), militaire (ex : hostilité à la PESC, main mise sur l'OTAN), industrielle (ex : envahissement du marché européen de défense, aspiration des crédits de R&D par le projet JSF) et surtout économique (ex : promotion du GFTA pour contrer Bruxelles, campagnes anti-européennes dans le cadre des négociations de l'OMC)
- En matière économique les Etats-Unis vont se doter d'une véritable stratégie commerciale mobilisant les acteurs principaux de la nation au service des intérêts américains, en somme une stratégie de patriotisme économique.

2.1.2 La stratégie commerciale américaine

Pour asseoir leur puissance, les Etats-Unis ont besoin d'une stratégie commerciale.

Jean-François DAGUZAN définit ainsi les trois piliers de la stratégie commerciale américaine¹¹ :

1. Définir les règles qui leur seront favorable dans le cadre de la libéralisation des échanges.
2. Connaissance et circulation de l'information pour acquérir le renseignement industriel et commercial.
3. Agir en se dotant d'outils pour conquérir des marchés.

¹¹ Jean-François DAGUZAN, les Etats-Unis à la recherche de la supériorité économique, revue française de géopolitique n°2 été 1997 pp 69-84

2.1.2.1 Imposer des règles favorables, préparation du terrain :

Les normes

Les américains cherchent aujourd'hui à imposer leurs normes et habitus de consommation.

C'est ce qu'on appelle le « soft power » américain ou la « soft regulation » c'est-à-dire la capacité de persuader les autres d'adopter vos objectifs. Pour cela ils cherchent à contourner le droit positif international en lui substituant des accords négociés de préférence bilatéraux et en faire une base de jurisprudence. Cela leur permet d'imposer leurs normes juridiques ou professionnelles au droit national du pays avec lequel ils ont négocié.

Aujourd'hui, par exemple, la plupart des normes environnementales qui s'appliquent au développement durable sont issues de cabinets anglo-saxons auprès desquels ils sont influents.

L'influence.

Auprès des organisations internationales

La deuxième manière de préparer le terrain et de rendre le marché conforme à leurs intérêts stratégiques est de s'assurer du soutien des organisations internationales (FMI, Banque Mondiale) ou régionales. Ils doivent pour cela être influents. Les américains disposent d'une influence certaine auprès du FMI et de la Banque Mondiale. Par leur intermédiaire ils conseillent par exemple aux états dits faibles les privatisations sous prétexte de limiter la corruption. En fait, ces privatisations permettent surtout d'exporter des normes juridiques.

Auprès des ONG

Les ONG indépendantes sont rares. Elles sont souvent le relais de la pensée étatique d'un pays. Deux cas méritent d'être étudiés : celui de l'ONG TI (Transparency International) et celui de TRACE (transparent agents and contracting entities)

TI s'est donnée quatre missions : le lobbying pour encourager la lutte contre la corruption dans les échanges, effectuer un classement international de la corruption, publier tous les ans un indice de la perception de la corruption, conseiller et offrir aux gouvernements ou institutions des services contre la corruption. Son activité très médiatisée (notamment le classement international de la corruption) fait référence dans ce domaine. Par exemple, en

2003, dans une analyse jugeant les pratiques des sociétés nationales, la France se trouvait à la 23^{ème} place des pays les plus corrupteurs sur 133. Le problème pour ce genre d'ONG est de savoir d'où elle tire sa légitimité, si elle est vraiment indépendante et non soumise aux influences d'un ou plusieurs pays et si ses méthodes d'enquêtes sont justes. Or le cas de TI retient l'attention :

L'indice de perception de la corruption n'a rien de scientifique puisqu'il est fondé sur des enquêtes d'opinion. On ne peut pas dire que la méthode soit très objective mais TI a une sorte de monopole moral dans ce domaine.

Le mode de financement de l'ONG laisse supposer l'influence que les principaux donateurs, essentiellement anglo-saxons, peuvent exercer sur cette dernière. TI se finance de trois manières : par des contributions du secteur public et des fondations pour l'essentiel et également par des contributions du secteur privé. La Banque Mondiale, l'Agence américaine pour le développement international, la Commission européenne figurent parmi les principaux donateurs du secteur public. Les fondations donatrices sont suisses, américaines ou hongroises. Les donateurs privés sont essentiellement anglo-saxons même si certaines entreprises sont françaises.

TRACE a été créée en 2001. Elle a pour but de fournir aux entreprises une liste certifiée de « bons intermédiaires » de commerce international remplissant certaines exigences en matière de conduite sur les questions liées à la corruption ou aux conflits d'intérêts. On voit donc la possibilité pour cette organisation de dresser une « liste noire » d'intermédiaires qui seront qualifiés de non convenables.

2.1.2.2 L'information au cœur de leur stratégie

La fin de la Guerre Froide a provoqué le déplacement des objectifs initiaux vers le renseignement économique. Les outils comme Echelon (système d'interception des transmissions hertziennes mis en place par les Etats-Unis dès 1948 pour recueillir le maximum d'informations sur l'Union soviétique et ses alliés) dépendant de la NSA (National Security Agency) sont utilisés à des fins économiques. Le budget consacré à ce système est le même que pendant la guerre froide.

James Woosley, ancien directeur de la CIA, a reconnu que le réseau servait non seulement à lutter contre la criminalité, surveiller le respect des sanctions économiques mais

également à combattre les tentatives européennes de corruption et notamment les tentatives françaises.

La perte du contrat par Thomson CSF contre Raytheon en 1994 du réseau de radars destiné à surveiller la forêt amazonienne est emblématique. Echelon a permis aux américains de savoir que Thomson était en train de remporter le contrat. Ils ont organisé une fausse affaire de corruption révélée plus tard par la presse brésilienne dans le but de remporter le contrat au dernier moment.

Ce système d'écoute est pris au sérieux par le gouvernement français et les gouvernements européens qui ont demandé à leurs parlements respectifs d'effectuer des rapports sur Echelon.

Egalement pour les américains, les technologies de l'information et de la communication sont au cœur d'enjeux fondamentaux : la sécurité pour les Etats et la compétitivité pour l'entreprise. L'information procure un avantage compétitif. D'où l'intérêt de posséder ses propres systèmes d'exploitation, de contrôler les 13 serveurs mondiaux internet par l'intermédiaire de l'ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers), de disposer d'une certaine indépendance dans la construction de microprocesseurs (instruments possibles d'espionnage), de pouvoir espionner les moteurs de recherche comme Google.

La stratégie américaine de l'information et de la communication est au service de sa stratégie de sécurité économique. Les Etats-Unis ont compris qu'il était difficile de protéger sa souveraineté et ses intérêts en ayant des systèmes d'information et de communication dépendants ou vulnérables.

2.1.2.3 Le soutien de l'action grâce à des structures et des lois adaptées.

Les Etats-Unis se sont dotés assez tôt de véritables organismes destinés à la fois à favoriser les intérêts de leur pays et ceux de leurs entreprises. Les structures et lois en place leur permettent d'exercer le côté offensif et défensif du patriotisme économique.

Le comité pour l'investissement étranger aux Etats-Unis (CFIUS) créé en 1975 a pour mission d'analyser et éventuellement d'empêcher les acquisitions d'entreprises américaines par des entreprises étrangères. Il peut invoquer pour seul motif de refus le

critère assez imprécis de sécurité nationale. 11 agences fédérales y participent dont le FBI et la NSA.

En juin 2005, la CNOOC (Chinese national off-shore oil company) lance une OPA sur la compagnie pétrolière Unocal. Cette offre est bloquée par l'intervention du CFIUS qui bloque ainsi l'acquisition d'une entreprise agissant dans un secteur jugé à juste titre stratégique : l'indépendance énergétique des Etats-Unis.

En 1993, l'administration Clinton crée l'Advocacy center dont le but est d'appuyer les efforts des entreprises américaines dans la conquête de marchés en faisant appel aux agences fédérales. Il est chargé de la coordination de 19 agences gouvernementales rassemblées dans le TPCC (Trade Promotion Coordinating Comittie). C'est un véritable partenariat public privé qui est mis en place. L'autorité et les moyens du gouvernement américain sont mis au service des entreprises pour les aider à gagner des contrats à l'étranger. Il aide notamment le gouvernement américain à déterminer quels projets impliquent suffisamment des intérêts stratégiques pour que des aides financières leur soient attribuées. L'Advocacy center publie en outre les résultats de son travail en annonçant quels pays et compagnies ont été battus dans ce combat. (Voir annexe). Le terme de combat n'est pas emphatique, l'advocacy center étant appelé également War room.

Ce dispositif n'est pas le seul à être créé en 1993. La même année le National Economic council (NEC) voit le jour. Il a pour but de d'assurer la coordination et la cohérence des politiques économiques intérieure et étrangère. l'Information Security Oversight Offices (ISOO) est aussi créé pour protéger les informations technologiques et économiques. Des organismes comme l'United States Agency for International Development (USAID) voient leur mission réorientée vers les intérêts économiques du pays.

Le dispositif établi est donc très concret et ciblé. Il est complémentaire d'une stratégie politique clairement établie.

Parmi les lois protégeant le marché américain, on peut citer le « Small Business Act » qui permet aux autorités américaines de réserver une part de leur achat public à leurs PME. Cet instrument date de 1953. Les américains ne cessent de l'appliquer depuis en dérogation de l'accord sur les marchés publics (AMP) de l'OMC. Ceci montre une fois de plus leur pouvoir d'influence auprès des organisations internationales. Les effets d'une telle loi sont évidemment bénéfiques pour les PME américaines. Dopées par les

commandes publiques, celles-ci atteignent plus souvent une taille mondiale que leur concurrentes européennes.

Enfin le descriptif du dispositif de combat américain ne serait pas complet si on n'évoquait l'outil financier de combat que sont les fonds d'investissement. Le fond d'investissement Carlyle est souvent considéré comme lié à la CIA. Son but est d'investir dans des sociétés à fort potentiel ayant besoin de financement (il faut aussi offrir un retour rapide sur investissement à ses actionnaires) ou dans des secteurs jugés stratégiques ou bien développant des technologies duales. En 2003, Fiat Avio qui participe au système de propulsion d'Ariane 4 et 5 est racheté à 70% par Carlyle qui récupère ainsi son siège au conseil d'administration d'Ariane Espace.

Le fond d'investissement In-Q-Tel a été officiellement créé par la CIA en 1999. Son but n'est pas d'agir au profit d'actionnaires mais au profit des services de renseignement en assurant le transfert de technologies répondant à une exigence de la communauté du renseignement. In-Q-Tel a ainsi investi dans environ 80 sociétés depuis sa récente création et s'est offert une centaine de technologies à faible coût puisqu'il n'est souvent pas l'actionnaire majoritaire des sociétés concernées. Ce fond sait de plus être attirant car il garantit un accès privilégié à certains marchés américains. C'est en somme un modèle de partenariat public-privé.

Ce type de partenariat est au cœur de la stratégie économique américaine. Chacun y voit son intérêt.

Aux Etats-Unis, le patriotisme économique est donc lié au concept de sécurité nationale.

2.2 Russie : rétablissement de l'autorité étatique et moyens diplomatico-énergétiques pour retrouver sa puissance.

Les stratégies pour restaurer la puissance russes sont diverses. Mais le principal levier de puissance est économique. Poutine va utiliser les formidables ressources énergétiques dont il dispose comme instrument de ses principales stratégies. Que ce soit vis-à-vis de l'Europe ou de l'Asie, le substitut de la puissance militaire est l'énergie.

Sa stratégie de recouvrement de puissance utilise les faiblesses des blocs économiques et des pays.

2.2.1 Une idée de puissance ancrée depuis longtemps.

L'idée de puissance en Russie n'est pas nouvelle. Dès le début du XX^{ème} siècle, la Russie avait cinq rêves : être une grande puissance de l'Europe, être la nation directrice du panslavisme, être une grande puissance d'Asie, briser son enclavement continental et accéder aux mers, être la troisième Rome : celle de l'orthodoxie. Ces rêves ont été brisés par la révolution de 1917. De plus, assez tôt, la Russie a eu comme idée que la puissance industrielle était la clé de la puissance géostratégique. C'est un des enseignements tiré de la Guerre de Sécession américaine à la fin du XIX^{ème} siècle.

2.2.2 Une stratégie qui passe par la restauration de l'autorité étatique et la restauration de la fierté nationale russe.

Le discours de Poutine est assez suivi en Russie tant l'humiliation due à l'effondrement est perceptible.

Poutine a analysé les freins possibles à sa politique de restauration de puissance. Le partage de l'exécutif qu'Eltsine avait instauré avec les oligarques ne lui convient pas. Pour avoir les mains libres il va concentrer et contrôler les pouvoirs étatiques : il nomme des superpréfets pour contrôler les gouverneurs de province, soumet la Douma au Kremlin, évince les oligarques trop ambitieux (M khodorkovski). Poutine place à la tête des grands groupes énergétiques et des banques russes des hommes de confiance.

2.2.3 Exploiter ses atouts économiques pour les transformer en levier de puissance.

La Russie dispose d'atouts malgré son effondrement et entend les utiliser. Ils vont même être les principaux leviers pour restaurer la puissance perdue.

2.2.3.1 *Les atouts*

La Russie est présente sur la totalité du spectre de l'énergie :

Gaz : c'est le premier producteur gazier au monde. Elle dispose en outre des plus grandes réserves mondiales qui sont probablement sous estimées. Premier exportateur au monde.

Charbon : deuxièmes réserves mondiales après les Etats-Unis.

Pétrole : deuxième exportateur au monde.

La Russie est donc difficilement contournable surtout pour les pays de l'UE principaux partenaires de la Russie dans ce domaine. En décembre 2005 Vladimir Poutine déclarait pour justifier son intérêt pour les hydrocarbures « il n'y a pas d'autre domaine où la Russie puisse dominer »

2.2.3.2 Exploiter la dépendance européenne en matière d'énergie et profiter de la désunion européenne :

La Russie fournit à l'Europe 50% du gaz et 20% du pétrole qu'elle consomme.¹² L'UE représente 30% en volume et 70% en valeur des recettes de Gazprom.

Moscou profite de l'absence de politique énergétique en Europe et donc des divergences des pays européens entre eux pour imposer ses vues. Elle évite de discuter avec l'Union Européenne et privilégie les relations bilatérales principalement avec la France, l'Allemagne et l'Italie Conformément à l'adage de Lénine « dites leur ce qu'ils veulent entendre », la diplomatie russe consiste à dire à son interlocuteur ce qu'il souhaite. Les problématiques des pays de l'UE sont en effet différentes en matière d'énergie. L'Allemagne par exemple consomme deux fois plus de gaz que la France. G.Schroder a par exemple signé un accord avec Poutine pour la construction d'un gazoduc passant sous la mer Baltique devant relier l'Allemagne à la Russie.

Habile diplomatiquement, la Russie joue sur les dissensions internes européennes ainsi que sur sa dépendance énergétique pour utiliser son arme énergétique comme moyen de pression.

2.2.3.3 Exploiter l'outil énergétique pour accroître son influence sur l'étranger proche.

C'est ce que fait la Russie vis-à-vis de l'Ukraine, la Biélorussie et les républiques d'Asie centrale.

Ces pays, notamment ceux d'Asie centrale sont dépendant de la Russie pour leurs approvisionnements énergétiques comme les infrastructures de transport. La Russie

¹² Rapport d'information n°259 du sénateur Aymeri de Montesquiou déposé le 15 mars 2006

accentue leur dépendance en élevant les prix de manière drastique et en menaçant de couper les approvisionnements si les anciennes républiques n'obtempèrent pas à leurs injonctions. Ces querelles autour des prix ont eu lieu en Ukraine, Géorgie, Biélorussie, Arménie. Le cas de la Biélorussie a sensibilisé les pays européens car l'oléoduc les approvisionnant est le même que celui qui approvisionne l'Allemagne et la Pologne. Il en a été de même pour l'Ukraine car 80% du gaz russe à destination de l'Europe transite par l'Ukraine.

2.2.3.4 Un outil essentiel à la stratégie de patriotisme économique russe : Gazprom.

Gazprom reste sous un contrôle étroit de l'Etat russe qui détient plus de 50% des parts. Le groupe est à l'origine de 90% de la production gazière du pays. Gazprom dispose de plus de plusieurs ramifications dans le pétrole (rachat de Sibneft en 2005), le nucléaire, l'électricité, la banque, les médias. Il dispose de plus de plusieurs actifs dans le réseau de distribution de gaz d'une dizaine d'états de l'UE. Pour rendre les importateurs plus dépendant, Gazprom privilégie les contrats à long terme. Ainsi, GDF a renouvelé ses commandes jusqu'en 2030. Le but est d'empêcher les pays de diversifier ses sources d'approvisionnement en gaz.

La capitalisation boursière de Gazprom atteindrait 254 milliards de dollars ce qui la placerait au troisième rang mondial derrière Exxon Mobil et General Electric.

Gazprom contribue à hauteur de 8% au PIB russe.

L'UE a beau faire pression pour essayer d'obtenir la partition de Gazprom en deux entités (l'une de production et l'autre de transport), le Kremlin fait la sourde oreille. Il n'entend pas dépecer sa « machine de projection de puissance qui puisse se substituer à l'armée rouge »¹³.

¹³ Françoise THOM, professeur d'histoire contemporaine à la Sorbonne.

2.2.3.5 Un patriotisme économique défensif : protéger ce secteur hautement stratégique

L'état russe, par l'intermédiaire de Gazprom son bras armé, a bien l'intention de garder ou reprendre la main sur les projets d'exploitation sur son territoire.

Le projet Sakhaline 2 en est un exemple. Trois compagnies Shell (pour 55%) Mitsubishi (pour 20%) et Mitsui (pour 25%) devaient officiellement s'occuper de l'exploitation de ces quelques 633 milliards de mètres cubes de gaz et 180 millions de tonnes de pétrole. Or les autorités russes accusent Shell et ses partenaires de ne pas respecter la législation sur l'environnement et menacent de retirer la licence d'exploitation au consortium. Gazprom finit par en reprendre le contrôle en achetant 50% plus une voix pour 7,45 milliards de dollars, chaque groupe du consortium cédant la moitié de sa participation.

Plus généralement en février 2007 les russes ont présenté un projet de loi ayant pour objet de réglementer l'accès des actionnaires étrangers au capital des entreprises russes qui représentent une valeur stratégique. L'accès à ces secteurs n'est pas interdit mais devra être soumis à « l'autorisation d'une commission gouvernementale composée de représentants des ministères dits économiques et de force (défense, intérieur, sécurité, etc. ».¹⁴

Il s'agit simplement de la création d'un « CFIUS » russe.

La Russie s'est donc lancée dans une politique de patriotisme économique pour protéger ses intérêts vitaux (l'énergie) et relancer sa puissance.

Il existe certains éléments de comparaison entre le patriotisme économique russe et américain :

Les deux sont au service d'une stratégie de puissance. Le patriotisme économique est en lui-même l'expression d'une stratégie. Pour les Etats-Unis il s'agit de se protéger en utilisant la stratégie prétexte de sécurité nationale. Pour la Russie il s'agit clairement de rétablir sa puissance au moyen de son arme énergétique car c'est son seul atout.

Autres points communs nécessaires à la conduite d'un patriotisme économique :

- Volonté politique indispensable et dans les deux cas on observe une impulsion présidentielle forte qui est certes plus marquée pour la Russie. Une politique de

¹⁴ www.prometheus.fr rubrique « investissement étrangers » le 01/02/07

patriotisme économique ne peut se faire sans l'état. Les entreprises ne peuvent lutter seules.

- Nécessité de disposer de fonds importants pour conduire cette politique d'où la nécessité de fonds d'investissement ou d'une société disposant de fonds importants (comme Gazprom)
- Partenariat public-privé indispensable ou société agissant aux ordres de l'état (Gazprom)

TROISIEME PARTIE : LA FRANCE A LA RECHERCHE D'UNE STRATEGIE

Nous avons vu que les difficultés à aborder l'évolution du monde étaient plus conséquentes pour la France que pour la Russie ou les Etats-Unis. Il est donc essentiel d'analyser nos difficultés et d'en tirer des enseignements. Des progrès ont été effectués et de nombreux outils existent pour favoriser l'émergence d'un patriotisme économique. Toutefois les difficultés de coordination entre les différents intervenants et soulignent que ces outils ne sont pas encore au service d'une stratégie.

3.1 Difficultés idéologiques et culturelles sur le concept.

Nous avons vu dans la première partie que la prise de conscience en France était due plus aux attaques des autres et à l'observation des pratiques étrangères qu'à une réelle prise de conscience de l'évolution du monde post Guerre Froide. Il est intéressant d'analyser pourquoi notre perception est différente des autres pays.

3.1.1 Freins à la compréhension.

Tout d'abord nous avons une conception binaire, peut-être trop cartésienne, des relations entre pays. Nous avons du mal à sortir de l'approche bipolaire qui prévalait durant la guerre Froide. L'ennemi était désigné, tous les efforts étaient dirigés contre lui, les alliés étaient à préserver de nos attaques par solidarité atlantiste. Nous avons du mal à imaginer que l'on peut être solidaire avec les Etats-Unis dans la lutte contre le terrorisme tout en s'opposant à eux quand ils veulent imposer leurs règles en matière économique. Le patriotisme économique est jugé inadapté à un monde où le libéralisme prévaut. Ce mode de pensée ne facilite pas la compréhension des stratégies d'influence décidées par les pays concurrents. Nous sommes restés dans la logique du jeu d'échec ou le combat est frontal et vise la victoire totale, l'écrasement de l'adversaire. Les anglo-saxons sont plus dans la logique du jeu de go qui privilégie la logique de réseau, d'encercllement, la stratégie d'usure.

Ensuite notre culture ne nous aide pas. Les français n'ont pas la même culture du renseignement que les pays anglo-saxons, le Japon ou la Russie. L'intelligence économique a souvent été assimilée à de l'espionnage.

3.1.2 Freins institutionnels.

D'autre part, nous sommes confrontés à des freins de nature institutionnelle. Il existe chez nous une trop grande séparation entre le public et le privé. Peu de nos fonctionnaires connaissent les mécanismes de marché ou la psychologie des acteurs. Une solution consisterait à obliger les hauts fonctionnaires destinés à occuper des postes de direction en administration à avoir auparavant un cursus d'une durée minimum (5 ans par exemple) en entreprise privée. Si on prend l'exemple américain, on observe que la plupart de leurs ambassadeurs en poste dans les lieux les plus importants proviennent du secteur privé. Ils constituent l'avant-garde de leur diplomatie économique. Cette remarque n'a pas pour but de dire qu'il s'agit d'abandonner la spécificité de nos ambassades mais plutôt d'améliorer une de leur compétence.

3.1.3 Freins à la mise en place de politiques.

Bruxelles constitue souvent un frein à l'instauration de politiques nationales. Son attitude concernant la libre concurrence est parfois dogmatique. L'impression est que Bruxelles considère l'ouverture des marchés comme une fin en soi, qu'il y a une confusion entre la fin et les moyens.

Les réactions de Bruxelles au décret du 31 décembre 2005 visant à protéger des secteurs jugés stratégiques par l'état en sont une illustration. Pour Bruxelles la décision française est « disproportionnée » car la définition dans le décret de « l'intérêt national » est trop floue et permettrait à Paris de profiter de cette brèche juridique pour se surprotéger.

En 1994, lors des accords de Marrakech qui ont vu la création de l'OMC, l'UE s'était interdit de d'adopter un dispositif semblable au « Small Business Act » américain.

De plus les normes européennes sur la concurrence considèrent les fonds d'investissements spécialisés comme des subventions déguisées.

3.1.4 Une certaine vulnérabilité

Le capital de nos entreprises est peu protégé en comparaison du capital des entreprises étrangères.

La France est un des pays les moins protectionnistes : 40% des sociétés du CAC 40 sont détenues par des fonds anglo-saxons. Cette situation n'a pas son pareil dans une autre grande puissance économique. Les critiques de protectionnisme semblent peu justifiées. Il existe donc un décalage entre la réalité et ce que nous percevons de nous-mêmes et surtout ce que les étrangers perçoivent de nous.

Faut-il pour autant chercher à protéger toutes les entreprises françaises ? Comment définir une entreprise française ? Faut-il prendre en compte l'origine des capitaux, la localisation du siège social ou des emplois ? Ce sont des questions qui sont souvent posées mais qui n'aident pas à prendre des décisions.

3.2 Certes nous disposons de plus en plus d'outils.

Outre la nomination d'un Haut Responsable à l'Intelligence Economique en la personne d'Allain Juillet avec des correspondants dans les grands ministères, plusieurs actions ont été entreprises ces trois dernières années.

3.2.1 La loi

Ainsi un décret visant la protection de secteurs jugés stratégiques pour l'état a été publié au JO du 31 décembre 2005. Il définit 11 secteurs sensibles :

- les jeux d'argent,
- la sécurité privée,
- la recherche
- le développement de moyens destinés à faire face à l'utilisation illicite, dans le cadre d'activités terroristes, d'agents pathogènes,
- les matériels conçus pour l'interception des correspondances et des conversations,
- les technologies de l'information utilisées dans le domaine de la sécurité,
- les technologies à double usage,
- la cryptologie,
- les activités de recherche, de production ou de commerce d'armes,

- les activités liées à un contrat avec le ministère de la défense ou exercées avec des entreprises dépositaires de secrets défense.
- les prestations fournies à un opérateur public ou privé d'importance vitale.

3.2.2 Un moyen pour protéger ces secteurs : les fonds d'investissements.

La France commence à se doter de fonds d'investissements destinés à protéger les secteurs stratégiques. Trois sociétés de gestion (Occam, Emertec et ACE management) ont pour mission de piloter les interventions de cinq fonds d'investissements spécialisés : « Sécurité » chargé de la sécurité globale, « Occam 1 » chargé des technologies de l'information et de la sécurité, « Aerofund » pour la sous-traitance informatique, « Emertec 2 » pour les nanotechnologies et « la Finance de Brienne » pour la défense. La Caisse des dépôts et le groupe de Brienne ont une participation dans chacun des fonds. Des grands groupes comme Areva, DCN, Thales, EADS participent également à ces fonds. L'ensemble du dispositif, avec environ 250 millions d'euros, peut prendre en compte entre 20 et 50 dossiers par an.

On est encore loin d'un fond comme Carlyle avec 17 milliards de dollars, mais c'est un progrès et surtout, avant le poids financier, l'amorce d'une révolution culturelle.

Le but est de protéger des PME qui sont de véritables « pépites » pour la défense c'est-à-dire des PME maîtrisant des technologies de pointe et capables de fournir des composants essentiels aux systèmes d'armes destinés aux forces. Si ces sociétés tombent aux mains d'étrangers, par l'intermédiaire de fonds d'investissement notamment, le risque est de les voir se délocaliser avec leur bureau d'étude ou de perdre un savoir-faire ou de se retrouver dans l'impossibilité de l'exploiter.

Mais injecter des fonds dans les PME ne suffit pas à les rendre compétitives si on ne leur passe pas de commandes...

3.2.3 Autres outils :

L'agence de l'innovation industrielle créée en janvier 2005 a pour mission de susciter, d'identifier et de sélectionner les grands projets d'innovation industrielle. Elle participe à leur financement. Elle dispose de 1,7 milliards d'euros à engager sur deux ans.

Parmi le dispositif de soutien à l'innovation on peut citer l'agence nationale de la recherche (ANR). La DGA a aussi créé début 2005 le S2IE, un service d'intelligence économique qui travaille en étroite collaboration avec les fonds d'investissement précités.

Le groupe OSEO qui regroupe l'ANVAR (Agence française de l'innovation) et la Banque de développement des PME (BDPME) s'occupent de conseil et de financement auprès des PME.

3.3 Mais pour quelle stratégie ?

Il est difficile de sortir du cadre européen pour en définir une. L'attitude de la Russie sur le marché de l'énergie, les nombreuses tentatives d'OPA dans ce même secteur en Europe plaident par exemple pour la mise en place rapide d'une politique énergétique européenne. La multiplicité des outils mis en place permettra à une stratégie d'être efficace lorsque celle-ci sera définie.

3.3.1 Savoir attirer

Le patriotisme économique n'est pas du protectionnisme. Le protectionnisme est une attitude de repli sur soi ; cette attitude serait suicidaire pour la France. Elle ferait fuir les investissements étrangers. Toute la difficulté de la stratégie à mettre en place est là. Il faut trouver un savant dosage entre la nécessaire protection de nos intérêts vitaux tout en demeurant attractifs pour les investissements étrangers. La France a été en 2005 le second pays d'accueil d'investissements étrangers derrière le Royaume-Uni. Ceux-ci ont été créateurs de 40000 emplois en 2006. Outre l'attractivité géographique, l'attrait que présente un pays qui dispose de bonnes infrastructures et où règne une certaine qualité de vie, il est nécessaire de continuer à développer de véritables pôles de technologie, des « Silicon valleys » à la française où se marient innovation, recherche et industries. Deux remarques s'imposent :

La localisation de tels pôles ne peut se faire sans une politique sérieuse d'aménagement du territoire et de transport.

La réussite de la mobilisation autour de pôles de compétitivité dépendra de notre capacité à associer efforts publics et privés.

La décision de localisation d'un tel pôle dépasse souvent le cadre national. (ITER en est un bon exemple). Si de plus il faut y associer une politique de transport (ferroviaire par exemple), cela ne pourra se faire que dans le cadre européen.

Pour ces deux dernières raisons, l'influence à avoir auprès des organismes communautaires est donc primordiale.

3.3.2 Les limites de la définition de secteurs

Les secteurs définis sont plus des secteurs sensibles pour des raisons de police que des secteurs stratégiques. L'énergie par exemple n'en fait pas partie. Cette liste peut être un piège si on s'aperçoit qu'une PME développe un produit qui ne fait pas partie des secteurs définis. Comment intervenir dans ce cas là ? Ne se prive t-on pas d'une possibilité d'intervention ? Comme le souligne Bernard Carayon, « la protection des intérêts stratégiques peut être partagée par plusieurs de nos partenaires européens ».

Il semble donc plus judicieux d'avoir une approche européenne pour définir ces secteurs stratégiques. Cela nous éviterait de nous faire taxer de protectionnisme par la Commission. Les Etats-Unis nous l'avons vu ne retiennent qu'un critère, celui de la « sécurité nationale ». Ils examinent les problèmes à la lumière de ce critère au cas par cas ce qui leur laisse une grande liberté d'action. L'UE pourrait s'interroger par exemple sur la sécurisation de son accès aux matières premières qui servent pour l'énergie. Tant que des secteurs stratégiques au niveau européen ne sont pas définis, il sera difficile de contrer des prises de contrôle hostiles dans ces secteurs.

3.3.3 Un rôle de l'Etat indispensable.

Une stratégie globale ne peut se faire sans une impulsion étatique. C'est le rôle de l'Etat de définir les priorités nationales, de prendre en compte les désirs collectifs et de donner les moyens de réussir sa politique.

Se doter de structure :

C'est ce qui a été fait en commençant par nommer un Haut Responsable à l'Intelligence Economique. Son positionnement n'est toutefois pas judicieux. La position auprès du SGDN n'est pas assez lisible ou lui donne une « signature « militaire » inadéquate »¹⁵. Il serait peut-être plus judicieux de le placer auprès du Premier ministre au sein d'un comité interministériel.

Coopération public, privé, monde des idées :

Prenons exemple sur les Etats-Unis : la coopération entre les acteurs du secteur public, privé et le secteur où s'élaborent les idées (monde de la recherche, universités, fondation,

¹⁵ Bernard CARAYON, « le patriotisme économique, de la guerre à la paix économique » p179

think tanks) est exemplaire. Le patriotisme prend vraiment son sens quand tout le monde est concerné. Tous les acteurs principaux de la société concourent au même but.

Pour être leader dans la conduite d'une politique européenne pour inciter à :

Concentrer les efforts publics dans des domaines d'excellence préalablement identifiés en liaison avec nos partenaires européens.

Construire une véritable politique industrielle européenne.

Mettre en place une « Small Business Administration » pour porter les préoccupations des PME de l'union. Celles-ci ont besoin d'être aidées. Elles ne disposent pas de moyens de créer des cellules dédiées à l'intelligence économique.

Pour motiver les Français au patriotisme :

L'Etat peut en effet inciter les Français à être propriétaire de leur économie. Quand on fait l'examen du patrimoine des Français, on constate que leur épargne, qui est importante, est surtout canalisée vers la dette publique. L'état pourrait les inciter à être actionnaire de leurs entreprises et à figurer ainsi parmi les principaux acteurs du patriotisme économique.

3.3.4 Rétablir l'influence en utilisant nos atouts

Nous avons souvent un regard optimiste sur notre politique d'influence. En effet nos atouts existent. Ils sont souvent un héritage de notre politique passée (place au Conseil de sécurité de l'ONU, francophonie, nucléaire, relation France-Afrique, etc...). Mais cet héritage est souvent contesté sur le fond ou remis en cause. Auparavant ces atouts suffisaient à assurer notre rayonnement et notre influence, aujourd'hui, cela ne va plus de soi. Notre pouvoir d'influence baisse d'une part parce que l'influence américaine grandit, d'autre part parce que dans un monde mondialisé le rôle de l'état baisse. Or la France qui a toujours été un pays centralisé avec un état fort sent peut-être plus que d'autres les effets de la mondialisation.

Nous pouvons profiter de notre réseau diplomatique mondial (le deuxième au monde), le maintenir quantitativement mais lui donner une plus grande efficacité. Cela permettrait d'appuyer le développement international de nos entreprises.

Ensuite nous pouvons chercher à imposer une vision d'« Europe puissance » et non d'« Europe marché ». Pourquoi ? D'une part parce que l'ouverture du marché, si on juge ce moyen efficace, n'est qu'un moyen pour atteindre des objectifs et intérêts communs qui doivent eux participer à dessiner notre communauté de destin. L'ouverture des marchés n'est donc pas une fin en soi.

D'autre part parce qu'il semble difficile d'opposer un « marché » à des pays qui comme les Etats-Unis ou la Russie raisonnent en terme de « puissance ».

Le rôle de l'Union Européenne en matière commerciale et financière est primordial. Aussi, la plupart de l'activité de nos parlementaires consiste à traduire en loi française des directives européennes. L'état doit donc s'efforcer d'exercer son influence au sein de l'UE et ne pas hésiter à pratiquer du lobbying comme le font beaucoup de nos partenaires.

Enfin, d'une manière générale et pas seulement en Europe, nous avons intérêt à accroître notre influence dans les organisations internationales.

La France est souvent mal classée par des organisations internationales sur des critères souvent contestables. Le rôle de certaines ONG est parfois opaque et mérite d'être analysé. Elles peuvent parfois servir de bras armé à des lobbies de toute sorte.

Travailler à l'élaboration de normes ou de procédures peut être un bon moyen de favoriser nos entreprises ou de créer des barrières à l'entrée d'un secteur.

Il semble difficile de s'opposer frontalement à une puissance comme celle des Etats-Unis. Une stratégie d'influence est une stratégie indirecte qui permet de se positionner face à une telle puissance. L'influence peut s'exercer de plus sur de nombreux théâtres d'opérations : la culture et la langue, les technologies, les normes juridiques, le domaine réglementaire, moral et médiatique.

CONCLUSION

Le patriotisme économique russe et américain est mis au service d'une stratégie de puissance. Cette notion acceptée constitue en effet un levier à leur puissance ou envie de puissance. La France ne peut tirer sa puissance du même poids matériel que ces deux pays. Mais elle doit pourtant avoir un certain poids matériel si elle veut être crédible. Une des voies à suivre pour cela est la recherche d'influence pour être écoutée et suivie par les autres et les faire adhérer à ce qu'elle propose. Elle doit s'engager à être un leader dans la construction géopolitique de l'Europe, veiller à rester une puissance crédible, assurer son indépendance énergétique, son influence culturelle, son attraction. Le patriotisme économique est une notion qui peut permettre le développement d'une véritable stratégie car elle est porteuse d'espoir et non de craintes. La France a certainement une plus-value à apporter à cette notion qui nous permettra de jouer un rôle dans la mondialisation et de contribuer à l'humaniser.

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION	1
PREMIERE PARTIE : CONSTAT : REDEFINITION DES RELATIONS ENTRE GRANDES PUISSANCES DEPUIS LA FIN DE LA GUERRE FROIDE	6
1.1 Evolution des relations entre puissances	6
1.2 Un changement théorisé par certains auteurs.	6
1.3 Prise de conscience différente suivant les pays et conséquences	7
DEUXIEME PARTIE : LE PATRIOTISME ECONOMIQUE AU SERVICE D'UNE STRATEGIE DE PUISSANCE ; LE CAS DES ETATS-UNIS ET LE CAS RUSSE	11
2.1 Etats-Unis : une coopération entre acteurs publics et privés pour un patriotisme économique qui rime avec sécurité du pays	11
2.1.1 Continuité et évolution de la stratégie américaine :	11
2.1.2 La stratégie commerciale américaine	13
2.2 Russie : rétablissement de l'autorité étatique et moyens diplomatico énergétiques pour retrouver sa puissance.	18
2.2.1 Une idée de puissance ancrée depuis longtemps.	19
2.2.2 Une stratégie qui passe par la restauration de l'autorité étatique et la restauration de la fierté nationale russe.	19
2.2.3 Exploiter ses atouts économiques pour les transformer en levier de puissance.	19
TROISIEME PARTIE : LA FRANCE A LA RECHERCHE D'UNE STRATEGIE	24
3.1 Difficultés idéologiques et culturelles sur le concept.	24
3.1.1 Freins à la compréhension.	24
3.1.2 Freins institutionnels.	25
3.1.3 Freins à la mise en place de politiques.	25
3.1.4 Une certaine vulnérabilité	26
3.2 Certes nous disposons de plus en plus d'outils.	26
3.2.1 La loi	26
3.2.2 Un moyen pour protéger ces secteurs : les fonds d'investissements.	27
3.2.3 Autres outils :	27
3.3 Mais pour quelle stratégie ?	28
3.3.1 Savoir attirer	28
3.3.2 Les limites de la définition de secteurs	29
3.3.3 Un rôle de l'Etat indispensable.	29
3.3.4 Rétablir l'influence en utilisant nos atouts	30
CONCLUSION	32

ANNEXE 1

QUELQUES « SUCCES STORIES » DE L'ADVOCACY CENTER

Background Documents on the U.S. Government Advocacy Center

Annexe: Financial and geographical analysis of U.S. Advocacy Center "Success stories"

BRUSSELS MEETING, 22-23 JANUARY 2001

BACKGROUND DOCUMENTS ON THE U.S.
GOVERNMENT ADVOCACY CENTER

Selected U.S. Advocacy Center "Success Story" claims, 1993-2000

Note: with the exception of the lost 1994 Airbus contract with Saudi Arabia in 1994, all entries in this table are drawn from the "Success Stories" published between 1995 and 2000 by the Advocacy Center of the U.S. Department of Commerce, on paper and on the Internet. The Saudia Arabia contract was reported in the Washington Post, 26 February 1995.

Year	Industrial Sector	Purchaser	Value \$ million	Successful U.S. company	Defeated country	Defeated companies	Remarks by the Advocacy Center
1993	Chemicals	China	\$140	Air Products and Chemicals	France	Not specified	
1993	Telecommunications	Morocco	\$35	Motorola	France	Not specified	
1994	Environmental monitoring - SIVAM	Brazil	\$1,400	Raytheon	France	Thomson-CSF	European group
1994	Weather radar	India	\$6	Enterprise Electronics	Germany	Geratronik	
1994	Power (Paiton)	Indonesia	\$2,600	Mission Energy	Not stated	Not specified	
1994	Optical fibre cable - FLAG	International	\$1,400	Nynex	France	Not specified	Stiff competition from French ... consortium
1994	Satellites - KOMSAT	Korea	\$100	TRW	France	Not specified	French firm
1994	Telecommunications	Saudi Arabia	\$4,000	AT&T	France	Not specified	Stiff competition from the French ... [and] Germany
1994	Telecommunications	Saudi Arabia	\$4,000	AT&T	Germany	Not specified	Stiff competition from Germany
1994	Satellites	UK	\$50	McDonnell Douglas	France	Not specified	Government

1995	Environment	Argentina	\$300	Black and Veatch	European	Not specified	supported company
1995	Power (Nantong, Fuzhou)	China	\$600	Babcock and Wilcox	Germany	Not specified	Intense competition from German ... firms
1995	Airport (Harbin)	China	\$115	ARINC	Germany	Siemens	
1995	Satellite terminal	Haiti	\$5	IDB systems	France	Not specified	Against stiff French competition
1995	Satcom	India	\$700	Hughes	Not stated	Not specified	Presidential Business Development
1995	Power	India	\$663	AES Transpower	Not stated	Not specified	
1995	Incinerator	Korea	\$226	Westinghouse	European	Not specified	Broke Japanese and European oligopoly
1995	Airlines	Saudi Arabia	\$6,000	Boeing and MacDonnell Douglas	France	Airbus Consortium	
1995	International Airport	Thailand	\$1,000	TAMS Consultants	France	Aeroport de Paris	US beat intense competition
1995	Power	Tunisia	\$120	General Electric Power Systems	UK	Not specified	Intense competition from [European] firms
1995	Power	Tunisia	\$120	General Electric	France	Not specified	Intense competition from [European] firms
1995	Power	Tunisia	\$120	General Electric	Germany	Not specified	Intense competition from [European] firms
1995	Power	Tunisia	\$120	General Electric	Italy	Not specified	Intense competition from [European] firms
1995	Telecommunications -MILNET	UAE	\$119	AT&T	France	Alcatel	German and French political pressure
1995	Telecommunications -MILNET	UAE	\$119	AT&T	Germany	Siemens	German and French political

							pressure
1996	Airport	Aruba	\$54	Calmaquip Engineering	Netherlands	Ballast-Needam International, Interbetton	
1996	Power	China	\$85	General Electric	Germany	Siemens	
1996	Power	China	\$85	General Electric	Sweden	ABB	
1996	Power	China	\$85	General Electric	UK	GEC	
1996	Electric power	Israel	\$300	Mid Atlantic Energy	European	Not specified	Intense competition, implication of bribery
1996	Power (Dabhol)	India	\$2,500	Enron / Bechtel	UK	Not known	
1996	Steel	Israel	\$10	Thomas and Betts	France	Petitjean	
1996	Jet engines	Kuwait	\$20	General Electric	UK	Rolls Royce	UK applied "considerable pressure"
1996	Environment	Lebanon	\$0.3	Ecodit	Denmark	Not specified	
1996	Environment	Lebanon	\$0.3	Ecodit	France	Not specified	
1996	Environment	Lebanon	\$0.3	Ecodit	Germany	Not specified	
1996	Environment	Lebanon	\$0.3	Ecodit	Italy	Not specified	
1996	Environment	Lebanon	\$0.3	Ecodit	Netherlands	Not specified	
1996	Environment	Lebanon	\$0.3	Ecodit	UK	Not specified	
1996	Water	Malawi	\$130	Parsons	Netherlands	Not specified	
1996	Water	Malawi	\$130	Parsons	UK	Not specified	
1996	Power	Morocco	\$1,300	CMS Energy Corporation	France	EDF	
1996	Steel	Saudi Arabia	\$165	Davy International	UK	Not specified	Allegation of industrial espionage against UK
1996	Power	Senegal	\$50	Greenwith Turbine	Finland	Not specified	
1996	Power	Senegal	\$50	Greenwith Turbine	Germany	Not specified	
1996	Waste incineration	Taiwan	\$226	Westinghouse Electric	European	Not specified	Broke a É European oligopoly
1996	Telecommunications	Uruguay	\$212	Applied Telecommunications	France	Alcatel	
1996	Automation	Vietnam	\$1	KEMA-ECC	Germany	Not specified	
1996	Automation	Vietnam	\$1	KEMA-ECC	Ireland	Not specified	
1996	Automation	Vietnam	\$1	KEMA-ECC	Sweden	Not specified	
1996	Automation	Vietnam	\$1	KEMA-ECC	UK	Not specified	
1997	Telecommunications	Argentina	\$100	Integrated Communcations Intl	European	Eurosats	
1997	Power	Brazil	\$300	AES Coporation	Sweden	ABB	
1997	Diesel locomotives	Egypt	\$20	GE Transportation	France	Not specified	

				Systems			
1997	Diesel locomotives	Egypt	\$20	GE Transportation Systems	Germany	Not specified	
1997	Aerospace	Mongolia	\$11	Raytheon	France	Coris/SAGEM, Thomson, Sofreavia/SEEE	
1997	Aerospace	Mongolia	\$11	Raytheon	Italy	Alenia/Finemeccania	
1997	Air Traffic Control	Peru	\$12	Northrop Grumman	France	Thomson-CSF	<
1997	Air Traffic Control	Peru	\$12	Northrop Grumman	Germany	Siemens Plessey	
1997	Air Traffic Control	Peru	\$12	Northrop Grumman	Spain	Cecesela	
1997	Air Traffic Control	Peru	\$12	Northrop Grumman	UK	Siemens Plessey	
1997	Telecommunications	UAE	\$1,000	Hughes Space and Comms	France	Not specified	Fierce competition form two French manufacturers
1998	Telecommunications	China	\$42	Motorola	Not stated	Not specified	Stiff foreign competition
1999	Environment	Tunisia	\$1	Global Atmospherics	France	Not specified	French subsidised competitor
2000	Aerospace	Croatia	\$3	Air Tractor	Not stated	Not specified	Facing stern foreign competition
Not stated	Computers	Phillipines	\$3	Midwest Stock	UK	Fierce comp against UK	
Not stated	Telecommunications	Argentina	\$7	Inellicall	France	Alcatel	
		TOTAL	\$ 26.201				

Telepolis Artikel-URL: <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/7/7796/1.html>

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages

- CARAYON Bernard, « patriotisme économique, de la guerre à la paix économique », Monaco, éditions du Rocher, 2006
- HARBULOT Christian (dir) et LUCAS Didier (dir), « la France a-t-elle une stratégie de puissance économique ? », Panazol, Lavauzelle, 2004.
- HARBULOT Christian, « La main invisible des puissances », Paris, Ellipses, 2005.
- CHAUPRADE Aymeric, « géopolitique, constante et changement dans l’histoire », Paris, Ellipses,
- DAGUZAN Jean-François (dir) et LOROT Pascal (dir), « Guerre et économie », Paris, Ellipses, 2003
- MOREAU-DESFARGES Philippe, « introduction à la géopolitique », Seuil , 2005
- BRZEZINSKI Zbigniew « Le grand échiquier. L’Amérique et le reste du monde », 1997
- LUTTWAK Edward, « le rêve américain en danger », Odile Jacob, 1995

Articles de presse

- PILIU Fabien, « un dispositif pour les PME innovantes », La Tribune, 15 février 2007.
- CARAYON Bernard, « Patriotisme économique et mondialisation », Défense nationale, n°12, décembre 2006.
- STALLA-BOURDILLON Christophe, NUNES Sébastien, « la légitime défense économique : une alternative à la non gouvernance mondiale », Défense nationale, n°12, décembre 2006.
- HUGON Jean-Yves, « attirer et retenir l’activité économique », la revue internationale et stratégique, N° 63, automne 2006.
- BELLANGER Serge, « optimiser nos atouts et développer les pôles de compétitivité », la revue internationale et stratégique, N° 63, automne 2006.
- CARAYON Bernard, « Patriotisme économique, action publique et marchés stratégiques », la revue internationale et stratégique, N° 62, été 2006.
- SERFATI Claude, « quelques enjeux autour de la notion de « nationalité des firmes », la revue internationale et stratégique, N° 62, été 2006.
- NOBILE Jean-Pierre, CLAVERIE Gérard, « patriotisme économique : et les PME ? », La Tribune, 10 mai 2006.

- HARBULOT Christian, « la légitimité du patriotisme économique », Défense nationale, n°4, avril 2006.
- COHEN Elie, « malaise dans la mondialisation ou « patriotisme économique » ? », la Revue parlementaire n°887, avril 2006.
- de KERDREL Yves, « le piège du patriotisme économique », le Figaro, 07 mars 2006.
- THREARD Yves, « Actionnariat et patriotisme économique », Le Figaro, 6 mars 2006.
- de LEERSNYDER Jean-Marc, « patriotisme économique : rhétorique ou anticipation ? », Commentaire, n°113, printemps 2006.
- LANDIER Augustin, THESMAR David « quel patriotisme économique au XXIème siècle ? », AMICUS CURIAE, institut Montaigne, décembre 2005.
- DARRASON Olivier et VACCA Virginie, « Patriotisme économique : il était temps ! » Défense nationale, novembre 2005.
- de PLUNKETT Patrice, « panne de patrie ? », Le Spectacle du Monde, septembre 2005.

Divers, dossiers.

- Rapport au Premier ministre du député Bernard CARAYON, « A armes égales », la Documentation française, 2006
- Rapport du Conseil Economique et Social présenté par Roger MONGEREAU, « intelligence économique, risque financier et stratégie des entreprises », octobre 2006.
- interview d'Olivier PASTRE sur le patriotisme économique « être ouvert mais pas candide », propos recueillis par Skander Houidi, www.marianne-en-ligne, page consultée le 30 novembre 2006
- Dossier « le patriotisme économique : illusions et réalités », la revue internationale et stratégique n°63, automne 2006, articles de Bernard CARAYON député du TARN, Philippe MANIERE dir. de l'institut MONTAIGNE, Pierre MEHAIGNERIE député d'Ille-et-Vilaine, Arnaud MONTEBOURG député de Saône-et-Loire.
- Dossier « l'intelligence économique » Armées d'aujourd'hui n° 314, octobre 2006. pp38 à 49.
- Dossier « le patriotisme économique : une notion revisitée », Dirigeants Chrétiens, mars-avril 2006 pp9 à 26.
- Conférence à Sciences-Po Paris prononcée le 28 mars 2006 par Joaquin ALMUNIA, membre de la Commission et responsable des Affaires Economiques et Monétaires, sur « le Marché et la Patrie »
- Rapport au Premier ministre du député Bernard CARAYON, « Intelligence économique, compétitivité et cohésion sociale », la Documentation française, 2003
- Dossier de la Compagnie Européenne d'Intelligence Stratégique (CEIS), « les Etats-Unis ont-ils commencé à mettre en place une stratégie de « containment » de la puissance européenne ? et si oui, laquelle ? », août 2003. site de la DAS.

Sites internet consultés :

www.knowckers.org	site sur les manipulations de l'information
www.infoguerre.com :	site d'études en intelligence économique
www.wikipedia.org	encyclopédie à renseignement libre
www.hcci.fr	site gouvernemental
www.senat.fr	site du Sénat pour consultation de rapports sur l'énergie.
www.fr.rian.ru	site de l'agence russe d'information Novosti
www.intelligenceOnline.fr :	lettre d'information
www.bcarayon-ie.com :	site du député Bernard Carayon
www.prometheus.fr	site d'échange d'information
www.mael.le.hir.fre.fr/blog/	blog VEDOCCI sur l'intelligence économique.
www.veille.com :	site d'intelligence économique.
www.spyworld-actu.com	site d'information sur le renseignement
www.diploweb.com	
www.geoscopies.net	
www.latribune.fr	
www.lesechos.fr	
www.lexpansion.com	
www.lexpress.fr	
www.lemondediplomatique.fr	