

DIASPORA, INFLUENCE ET GUERRE ÉCONOMIQUE

Pourquoi l'impensé de la diaspora française comme levier d'influence limite la puissance de la France dans le monde



Bruno Racouchot - la communication d'influence

Crédit image: inter-ligere.fr

Depuis le Brésil où il réside, Bruno Racouchot, expert reconnu dans le domaine de la communication d'influence, dresse un constat sans concession : la France dispose d'une diaspora riche en compétences, réseaux et capacités d'influence, mais ne sait pas lui donner un rôle, faute de vision et de cap en terme de diplomatie, là où d'autres puissances ont fait depuis longtemps de leurs diasporas un instrument efficace de la guerre économique et informationnelle.

Entretien réalisé par Maxime Beutin, fondateur de diasporafrancaise.org, plateforme de réflexion dédiée aux intelligences collective et économique transnationales.



DFO : Connaissez-vous dans le monde des exemples de diasporas qui sont véritablement mobilisées dans des stratégies de communication et d'influence au bénéfice de leur pays d'origine ?

BR : Oui, bien sûr, les exemples abondent. On songe d'emblée aux diasporas chinoises ou italiennes, mais il serait intéressant de voir également comment fonctionnent les réseaux britanniques, anciens, très discrets et néanmoins fortement ancrés dans les territoires. En Amérique latine, par exemple, ils sont peu connus mais très efficaces, et ce depuis longtemps. Il suffit de voir comment les Britanniques ont su opérer en 1808, à l'occasion des guerres napoléoniennes, en procédant à l'exfiltration du roi du Portugal vers sa colonie brésilienne, tout en monnayant des droits sur les ports. Remarquable opération d'influence qu'il vaudrait la peine de disséquer soigneusement. Quoiqu'il en soit, en arrière-plan, il y a là indéniablement une adhésion aussi fine que puissante à la vision portée par la couronne britannique, qui s'appuie sur une logique de réseau et une culture – naturelle pourrions-nous dire – du renseignement, sous toutes ses formes, incluant bien sûr les opérations d'influence, voire de « déception ». Ces démarches sont articulées de manière souple, à plusieurs bandes et sur différents niveaux, mais avec un rattachement et une adhésion à un pivot central, à savoir Londres, qui se comprennent sur le long terme.

Les pays d'Afrique aussi savent actionner leurs diasporas à l'étranger, comme le Rwanda qui l'utilise au service de ses intérêts à travers un ministère et son organisation diplomatique. L'Inde éga-

lement, ce géant des BRICS, a su bâtir un modèle d'intégration de sa diaspora en activant avec efficacité ses compétences depuis des années. Et que dire du rôle des diasporas de fonctionnaires européens, qui prennent souvent leurs instructions auprès de leur ambassade (les Britanniques, encore eux, sont experts en la matière), quand les fonctionnaires européens d'origine française refusent bien souvent tout contact avec la leur ?

La diaspora française peut-elle constituer, selon vous, un vecteur pertinent de communication et d'influence au service de la France ? Quels atouts spécifiques présente-t-elle par rapport aux instruments classiques de la diplomatie publique ou institutionnelle ?

La France est malheureusement dans une configuration très différente. Le syndrome de Cour qui faisait dire à Voltaire que le Canada, *in fine*, ce n'était que quelques arpents de neige, est révélateur de l'état d'esprit de certaines « élites » françaises. Prosaïquement, à l'heure qu'il est, il paraît difficile de répondre à votre question, tant la diplomatie française semble erratique et incapable de se fixer (et de tenir) un cap sur le long terme, avec, en sus, une absence complète de vision. Cela est d'autant plus

triste que la France a, d'une part, longtemps joui d'un formidable potentiel de sympathie (si ce n'est d'amour-fascination) à travers le monde, et d'autre part qu'elle pourrait s'appuyer sur cet extraordinaire capital physique qu'est son immense domaine maritime.

En son temps, le général de Gaulle avait fort bien su redresser la barre. Il avait insufflé une vision et développé des moyens, sans craindre d'aller à contre-courant de la « bien-pensance », comme en témoigne son grand voyage en Amérique latine à l'automne 1964. En avril 1964, les États-Unis soutiennent un coup d'État au Brésil. De Gaulle ne renonce pas et se positionne pour ne pas laisser les Américains seuls au Brésil. Il noue alors avec le Brésil une coopération, notamment militaire. Il fallait être audacieux pour cela, et avoir « *une certaine idée de la France* »... Aujourd'hui, le moins que l'on puisse dire, c'est que ce positionnement non-aligné a été abandonné, ce qui ne facilite pas l'action des Français de l'étranger, lesquels sont assimilés au monde occidental otanien. Difficile en l'espèce de pouvoir dès lors revendiquer une liberté de pensée et d'action en toute indépendance...

Si la diaspora française devait être mobilisée comme relais de communication et d'influence, quels sujets vous sembleraient les plus pertinents à porter par son intermédiaire ?

À mon sens, il s'agit là moins d'une question de forme que de fond. Cela passe donc par la réaffirmation d'une vision claire et sur le long terme de ce que la France entend jouer comme rôle dans le monde. Ce qui pose la question de sa perception par ses partenaires comme par ses détracteurs, perception de ce qu'elle est, de sa puissance, de son identité. Cet enjeu cognitif doit s'appuyer sur une vision ancrée dans des réalités et la formulation d'objectifs de long terme, en adéquation avec sa nature propre. Encore une fois, le général de Gaulle avait compris que la perception de la puissance et de l'influence de la France reposait tout à la fois sur une vision claire et affirmée, et sur la volonté inflexible de se doter d'outils concrets permettant d'atteindre ces ob-



DR

jectifs (force nucléaire, grands projets industriels, énergie bon marché et abondante, etc.). Ce qui a eu le don « d'agacer » – délicat euphémisme ! – certains de nos « alliés ». Je renvoie ici à l'ouvrage fort bien documenté d'Éric Branca sur *L'ami américain* (Tempus/Perrin) qui explique, preuves à l'appui, comment les États-Unis n'ont eu de cesse de casser cette volonté géopolitique française, en s'en prenant des années durant à De Gaulle. En d'autres termes, pour répondre directement à votre question, cela signifie que la diaspora française ne pourrait être réellement mobilisée qu'en repensant ces questions de fond, en les clarifiant, en les actualisant et en les ancrant dans le réel, et ce dans une perspective de long terme.

Dans quel cadre l'action de communication et d'influence de la diaspora vous semble-t-elle la plus appropriée : lobbying, soft power, contre-influence, diplomatie culturelle, intelligence économique... ? Quels leviers (formation, réseaux, reconnaissance institutionnelle...) vous paraissent indispensables ? Et comment articuler ces différents usages sans brouiller le message ou fragiliser la légitimité de l'action française à l'étranger ?

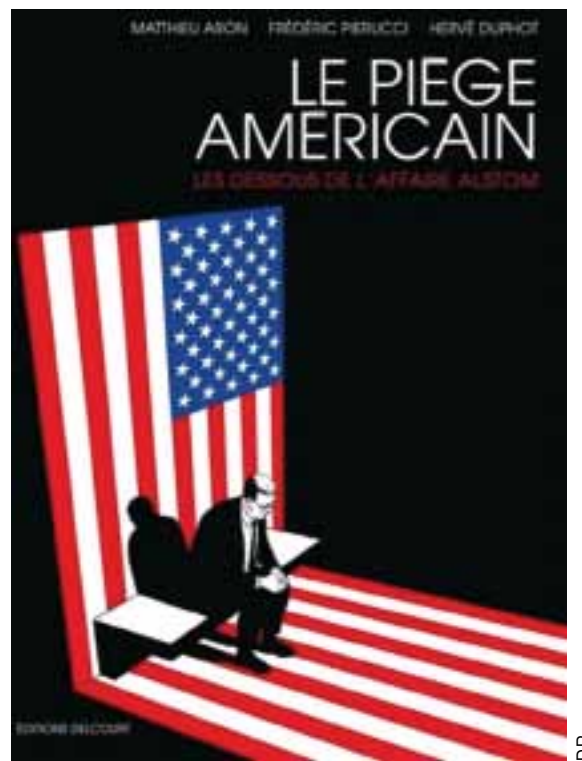
Il convient de penser ces actions en adoptant une logique polymorphe, qui puisse se décliner sur des vecteurs divers et selon des combinaisons chaque fois différentes. Nous avons en France des personnalités qui ont parfaitement compris ces exigences, comme, par exemple Alain Juillet, Christian Harbulot¹, Philippe Clerc², Nicolas Moinet [NDLR : qui fut le directeur de mémoire de Maxime Beutin sur l'aspect stratégique des Français de l'étranger], et bien d'autres, lesquels, avec leurs équipes, développent des réflexions et des actions de grande profondeur.

Mais sont-ils écoutés des hautes sphères ? Cela est peu probable tant celles-ci sont ancrées dans leurs certitudes et dans leur déni du réel. Elles ne sortent pas de leur zone de confort. Regardez ce qui s'est passé avec l'affaire Alstom et l'isolement de Frédéric Pierucci, que sa direction a abandonné dans une prison de haute sécurité aux États-Unis³. À l'inverse, nos concurrents ou nos adversaires font preuve, eux, d'un remarquable pragmatisme. Force est de constater que les réseaux capables d'agir pour la France à l'international émanent essentiellement

1/ On visionnera avec profit le récent entretien entre Christian Harbulot et Alain Juillet paru sur OpenboxTV, qui avait pour thème *La France en guerre économique* (<https://www.youtube.com/watch?v=cVgJ93x16c0>).

2/ Voir l'excellent article de Philippe Clerc sur diasporafrancaise.org: (#012 | La diaspora française comme levier de puissance en temps de guerre économique | Philippe Clerc).

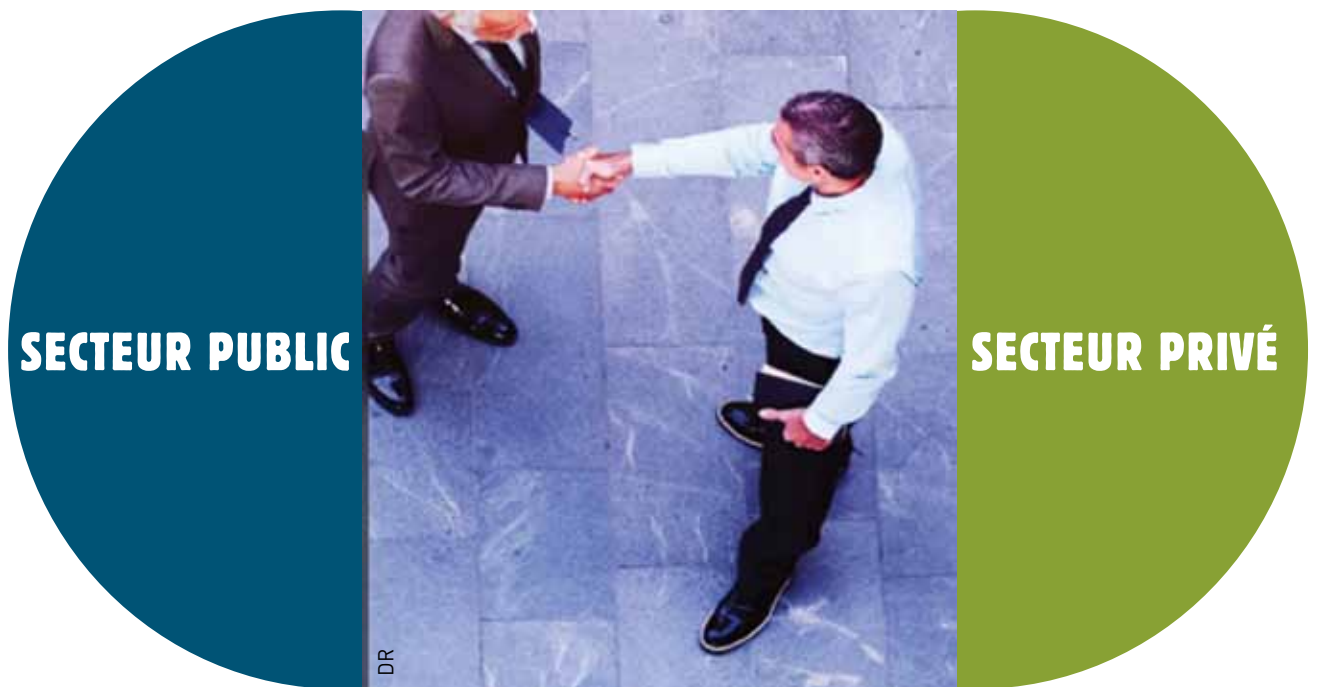
3/ Voir le livre de Frédéric Pierucci expliquant l'affaire Alstom et décrivant son incarcération : *Le Piège Américain*. Également disponible en BD.



d'initiatives pilotées par quelques hommes. Je pense ici au bel outil que constitue le réseau de l'AEGE (Réseau d'experts en intelligence économique), l'Académie d'intelligence économique, le travail mené par les universitaires de Poitiers [NDLR : où Maxime Beutin a pu faire son Master Intelligence économique en formation à distance depuis la Chine] et bien d'autres. Imaginons un instant ce que nous pourrions faire si de telles initiatives étaient correctement appuyées sur des financements ad hoc... Au-delà de l'action très classique de la France à l'étranger, il serait donc opportun de favoriser la création d'un maillage de cercles et de réseaux capables de se compléter dans des opérations ponctuelles ou durables. Ce, un peu à la manière dont se sont structurées au début des années 1990 les forces spéciales en France (via le Commandement des opérations spéciales – COS), une fois tirés les enseignements de la guerre du Golfe. Là encore, il convient de nous extraire des traditionnelles logiques en silo pour adopter d'autres configurations plus souples, plus réactives, en adéquation avec les défis de la guerre économique.

Quelles actions la France pourrait-elle proposer pour renforcer et faciliter les initiatives privées, associatives ou entrepreneuriales des Français de l'étranger, afin de mieux mettre leur dynamisme au service de la Nation ?

Il convient d'abord de retrouver une authentique liberté de penser et d'agir. Ce qui signifie en priorité : d'une part, de savoir s'émanciper des pensées dominantes, et, d'autre part, d'en finir avec la logique en silo que je viens d'évoquer, pour favoriser l'éclosion d'opérations qui soient adaptées aux objectifs fixés. Ce qui sous-entend de laisser une large marge d'action aux entités engagées. De même,



il serait bon de faire appel à des profils atypiques qui, souvent, ont une excellente connaissance du terrain, et cesser de se référer à des « experts » surdiplômés qui, s'ils sont certes prestigieux à Paris, sont néanmoins souvent coupés des réalités du quotidien des théâtres sur lesquels on évolue. Nous souffrons en France, en ce domaine, d'un déni persistant du réel et d'une incapacité à nous extraire du moule de la pensée dominante. Si nous parvenons à vaincre cet obstacle, alors, avec un positionnement clair et réellement indépendant, cela nous permettra dans les faits d'agir comme le préconisait le général Bigeard à ses parachutistes, sur un mode « souple, félin et manœuvrier ». Une telle exigence vaut aussi pour la guerre économique.

« La mobilisation de la diaspora française passe par la réaffirmation d'une vision claire du rôle que la France entend jouer dans le monde en s'appuyant sur des réalités ancrées et la formulation d'objectifs de long terme. »

Pourriez-vous citer des exemples de mesures efficaces qui permettraient de renforcer la présence et l'action de la France à travers les Français de l'étranger dans votre pays de résidence ?

Il faut d'abord en finir une bonne fois pour toutes avec cette césure entre monde privé et public. Nous marchons sur deux jambes que je sache. Alain Juillet a reconnu avoir eu, dans son parcours de haut serviteur de l'État, bien des difficultés à faire comprendre à ses interlocuteurs qu'il convenait d'unir les forces et non d'opérer chacun de son côté. Avant lui, le préfet Rémy Pautrat avait dressé le

même constat. Rappelons à cet égard que le préfet Pautrat, récemment décédé, avait été très tôt (en 1995) l'initiateur en France du Comité pour la compétitivité et la sécurité économique (CCSE), un organisme dépendant du Premier ministre, dont l'objectif était de conseiller le gouvernement sur les besoins des entreprises et de, justement, favoriser la synergie entre le secteur public et le secteur privé. Malheureusement, sans le succès que l'on aurait pu en attendre, tant les barrières mentales sont fortes dans l'administration de l'Hexagone. Aussi, quarante ans après, il apparaît plus que jamais urgent de changer de logiciel. Il appartient aux autorités de favoriser la formation de synergies entre l'appareil d'État et le monde de l'entreprise sans oublier les autres structures fortes de la société civile. Comme le répète inlassablement Christian Harbulot, il nous faut penser et agir dans une logique de puissance. Tout ce qui permet d'accroître les synergies entre les forces vives de la nation à l'international mérite dès lors d'être encouragé. En un mot comme en cent, il nous faut apprendre à chasser en meute.

Ce n'est pas là l'apanage des seules grandes puissances. Pensons à la façon dont travaillent les services publics et les entités privées dans des États comme le Luxembourg ou Singapour. Regardons aussi comment fonctionnent les réseaux suisses, lesquels savent parfaitement faire remonter et traiter l'information qui leur vient, par exemple, de leurs réseaux d'officiers de réserve. Pensons au formidable potentiel qui est le nôtre, d'anciens cadres des armées ou des forces de l'ordre – lesquels ont naturellement à cœur le service de la nation – installés à l'étranger, à même de développer des actions d'influence, voire de se muer en passeurs entre deux États pour favoriser la nais-

sance et la croissance de projets utiles aux deux parties. Notons à cet égard que l'adhésion à un socle de valeurs communes facilite le dialogue et crée de la confiance, sans laquelle rien de sérieux ne peut éclore.

Avez-vous déjà sollicité des Français de l'étranger dans le cadre de vos activités, ou, à l'inverse, avez-vous déjà été sollicité par des réseaux français en raison de vos activités au Brésil ?

Oui, assez souvent, notamment par des entités ou des réseaux français. Cela passe essentiellement par le réseau qui valorise la relation d'homme à homme, la confiance étant le point-clé de l'établissement de ce type de relation. C'est là que les repères communs sont importants. Car celui qui met en relation implique – sans le dire – sa propre responsabilité. C'est là où les « amis » et autres « followers » sur internet n'ont guère de sens. Ce qui compte, c'est la relation fondée sur l'expérience et la confiance, et la capacité à opérer en mode capillarité avec une relative sécurité. Le fait d'avoir vécu des Opex, des missions, d'avoir des codes communs, des manières d'être au monde adossées aux mêmes valeurs, bref de se connaître et de s'apprécier, est loin d'être anodin, il est fondateur. C'est ainsi par exemple que je fonctionne avec mon ami Laurent Serafini, fin connaisseur des risques et opportunités pour les entreprises au Brésil (<https://www.groupevelours.com/fr/>). Lui comme moi avons servi comme lieutenants, à quelques années d'écart, dans les unités parachutistes de l'armée française. À l'ère de l'extrême-technologie, s'adosser à des valeurs « archaïques » comme la fraternité d'armes par exemple, est une authentique richesse et une poutre maîtresse dans la constitution de réseaux.

D'après votre expérience, et au regard des retours d'autres expatriés, quelles mesures administratives (de toute nature) pourraient être améliorées ou mises en place afin de faciliter l'expatriation, la vie quotidienne à l'étranger et le retour en France ?

Un exemple tout bête : pourquoi le résident fiscal qui vit à l'étranger, et conserve cependant une résidence secondaire en France et des réseaux, ne peut-il pas avoir ses dépenses emploi-service et autres dons aux associations, déductibles dans la même mesure que les résidents fiscaux français ? Il existe une convention de non-double imposition entre le Brésil et la France. Fort bien. Mais je

conserve en France une petite entreprise donc je déclare des revenus en France. Pour faire vivre cette entreprise, j'appartiens à des cercles différents de rencontres ou d'information auxquels je cotise. Mais je ne peux pas déduire les 66 % auxquels j'aurais droit. De telles mesures fiscales discriminatoires incitent certains à couper tout lien avec le pays d'origine, alors qu'au contraire il faudrait les renforcer. Et ce n'est là qu'un exemple de l'absurdité fiscale sévissant dans l'Hexagone, couplée à une obsession de tout-taxer...

Quelles initiatives (de toute nature) seraient selon vous les bienvenues pour favoriser les échanges entre les Français de l'étranger et les Français de l'Hexagone, ainsi qu'entre la France et votre pays de résidence (ou en général si vous résidez en France), afin de renforcer les partenariats de tout ordre et de promouvoir les transferts de savoirs, de compétences, de capitaux, de réseaux et d'informations ?

Outre le fait qu'il faudrait que nos « élites » et plus généralement les CSP+ cessent de faire preuve d'arrogance à l'endroit de leurs interlocuteurs locaux, le premier obstacle à lever me semble-t-il relève de la sphère informationnelle et communicationnelle. Il existe, fréquemment, un fort déphasage entre la représentation que l'on a d'un pays en France et la réalité de terrain. Exemple : le Brésil que je fréquente depuis 1977 et où je vis désormais. Christian Harbulot m'a proposé de venir chaque année, à l'occasion de mes séjours sur le sol de la Mère-Patrie, durant deux-trois jours dispenser des cours à l'École de Guerre économique qu'il a fondée et longtemps dirigée, sur le thème « Approche du marché brésilien ». D'emblée, le constat est simple : les clichés véhiculés par les grands médias sont bien souvent fort divergents de la réalité du



pays. Faire œuvre pédagogique en la matière, c'est donner des éclairages pluriels sur le pays concerné, sortir du manichéisme et au contraire faire découvrir la subtilité des nuances. Et le même blocage se produit – et s'amplifie – avec la croyance selon laquelle l'IA va permettre, en un coup de baguette magique, de comprendre la réalité du pays. Car cette même IA s'abreuve pour l'essentiel à des sources « *mainstream* » dont on a vu qu'elles sont souvent déconnectées des réalités ou du moins en donnent une perception erronée.

Selon vous, quel aspect essentiel de l'émigration, de la valorisation de cette richesse et de la vie des Français de l'étranger n'est jamais, ou pas assez, abordé ?

À l'heure où prévaut en toutes choses le « fétichisme technologique », il est plus que jamais important de revenir à la logique de « l'intelligence humaine ». Nombreux sont les Français qui ont une connaissance fine des pays où ils vivent et qui seraient désireux d'œuvrer à un meilleur rayonnement de leur patrie à l'international. Cela ne peut se faire que si l'image que projette la France est en adéquation avec les attentes des partenaires locaux. Mon parcours d'ex-ORSA (NDLR : officier de réserve en situation d'activité) dans les parachutistes d'infanterie de marine m'a beaucoup servi dans la capacité à développer des réseaux et des synergies. Et bien d'autres de mes anciens camarades ont fait – et font – de même à travers le monde.

Redisons-le avec force. Certes, il y a des mesures techniques, d'ordre administratif et notamment fiscal, à prendre pour rendre les actions de la diaspora française audibles et crédibles. Mais surtout, il faut donner un cap, affirmer une vision, puis favoriser partout où cela est possible le principe de subsidiarité. Donc aider à la création

de noyaux durs à l'échelon local. Nos grands groupes à l'international font du *business* certes, mais favorisent-ils sur le terrain des initiatives qui permettraient de créer partout où cela serait possible, des clubs, des *think tanks*, des réseaux valorisant l'image de la France en lien avec les attentes locales ? Il est permis d'en douter... Mon cœur de métier depuis la fin des années 90 réside en le montage de stratégies d'influence et l'accompagnement de projets industriels en matière de diplomatie d'entreprise. L'appui de grands groupes français, d'ETI ou de grosses PME en ces domaines serait le bienvenu. Surtout quand j'observe comment fonctionnent nos rivaux britanniques, américains, chinois, espagnols, italiens ou autres, lesquels ont parfaitement compris comment susciter des dynamiques – parfois en sous-main – dans les zones où ils opèrent. Il semble donc impératif pour nous, avant tout, de changer de logiciel.

On eut pu penser que l'intelligence économique – et il faut saluer là le formidable travail fait par quelques hommes depuis le rapport Martre en 1994 – aurait permis de modifier la donne. Dans les faits, malheureusement, il n'en a rien été...

Bruno RACOUCHOT
DiasporaFrançaise.org

Bruno Racouchot

Directeur de Comes Communication (depuis 1999) et de la Lettre Communication & Influence (depuis 2008).

Franco-brésilien résidant au Brésil. Ancien des services d'expansion commerciale du Brésil en France (1977-1981).

Titulaire d'un DEA en relations internationales et défense (Paris-Sorbonne).

Accompagne les organisations dans leurs stratégies de communication et d'influence.

DOMINER SA NATURE

« Il y a en l'homme, deux parts différentes. Il y a une part qui cherche le bien, qui vise à l'intelligence, qui néglige les intérêts individuels et privilégie en tout le bien commun ; mais il y en a une autre, un fond de passions ou de paresse, qui est naturel aussi à l'homme s'il n'arrive pas à s'en affranchir.

La « nature humaine » est justement ce que l'homme reçoit à la naissance, avec tous ses désordres, avec ses passions, sa paresse, son égoïsme ; mais le principe visé par Thucydide ou par Périclès, ou par d'autres sages, c'est d'opposer justement à cette « nature humaine » un élan intérieur, animé par la raison et le désir du bien commun, du bien de la cité.

La grandeur de l'homme, c'est donc de s'élever au-dessus de sa « nature ». Et cette merveilleuse entreprise de Thucydide, si caractéristique du V^e siècle avant Jésus-Christ, et qui inspire encore un respect étonné des siècles plus tard, montre assez que cela était possible, mais qu'il fallait à chaque instant, chez les chefs et chez les peuples, dominer cette nature et s'élever au-dessus d'elle : La grandeur de l'homme peut être éblouissante, mais, de façon évidente, c'est à chacun de nous et en particulier aux responsables politiques de la créer, de l'affirmer et de l'assumer. Et ceux qui y réussissent ont droit à notre respect et à notre reconnaissance. »

(Jacqueline de ROMILLY

Extrait de La grandeur de l'Homme au siècle de Périclès
Editions de Fallois page 40-41)