

Sommaire

Agenda de l'ADEC-NS	1
Dossier : La guerre économique	2-4
Revue de presse	5-6

Edito

Le 22 septembre 2015, le groupe Volkswagen est accusé par l'Agence américaine de protection de l'environnement (EPA) d'avoir trafiqué entre 2009 et 2015 ses moteurs diesels par l'intermédiaire d'un logiciel, afin qu'ils passent les tests de pollution. Le groupe allemand encourt une amende de près de 16 milliards d'euros. A la veille de cette affaire, Volkswagen était numéro un mondial du secteur automobile, ce secteur représentant 14 % du PIB allemand. Le cours de l'action du groupe chuta de près de 40 % à la bourse de Francfort les jours suivant la révélation du scandale.

Cette affaire intervient dans un contexte de prise de conscience environnementale, où les consommateurs demandent de plus en plus de transparence et d'éthique, mais il intervient surtout dans un contexte de guerre économique.

En tant qu'agence œuvrant pour le développement économique des acteurs de la région, il nous paraissait nécessaire de se pencher sur les tenants de cette guerre et sur ce que recouvre ce terme de « guerre » économique.

L'équipe de l'ADEC-NS

10
Mars
2016



Fête nationale, anniversaire de la révolution hongroise

M. Salinas est reçu à l'ambassade de Hongrie à Paris. Au cours de ce déplacement, il rencontrera d'autres ambassadeurs en vue de préparer des événements à Toulouse.

15-17
Mars
2016



Mission Ciblée à la FAO, au PAM et à la FIDA

L'ADEC-NS accompagne une délégation d'entreprises à Rome pour créer des partenariats avec la FAO dans le cadre d'actions en faveur du développement agricole des pays du Sud.

Retrouvez-ici toutes les informations sur les activités de l'ADEC-NS ainsi que sur les événements passés et à venir. Vous êtes intéressé par l'un d'eux? Contactez-nous via le formulaire en ligne !

La guerre économique

« La guerre économique est partout, elle est dans toutes les bouches, celles des responsables politiques, des économistes, des journalistes et même des publicitaires. »

Derrière l'effet de mode que souligne Ali Laïdi, chercheur à l'Institut de relations internationales et stratégiques (IRIS), se trouve un concept qui mérite d'être clarifié. La guerre économique se définit selon Christian Harbulot, directeur de l'Ecole de guerre économique, comme étant l'analyse des stratégies économiques décidées par les Etats grâce à des politiques visant la protection de leur économie nationale et la conquête de certains segments du marché mondial grâce à la maîtrise de technologies clés. Cette attitude permet le renforcement du potentiel économique et un certain rayonnement international.

Comment en est-on arrivés, aujourd'hui, à utiliser le terme de guerre économique pour qualifier les rapports de forces entre les différentes structures (Etats, entreprises internationales, acteurs de la société civile) sur la scène internationale ?

Pourquoi parler de guerre économique ?

L'accroissement de puissance s'effectuait hier avec des moyens qui étaient plus militaires (conquête de territoires notamment) qu'économiques ; de nos jours, cette compétition se reflète à travers la concurrence généralisée sur le marché économique mondial. En effet, avec l'avènement de la dissuasion nucléaire, les guerres ne sont plus aussi frontales et passent par d'autres moyens, au service de l'influence des centres de gravité de l'économie. Les affrontements s'effectuent à travers l'énergie, l'eau, la santé, ou encore la cyber sécurité pour se renforcer ou affaiblir une puissance rivale. Et si les affrontements pour des intérêts économiques ont toujours existés, ils sont aujourd'hui beaucoup plus importants et visibles qu'hier.



Des acteurs qui utilisent différents moyens pour se positionner dans cette guerre

Les Etats, les entreprises, mais aussi les ONG emploient différents moyens pour renforcer leur puissance. Les Etats, uniques détenteurs de la souveraineté (élaboration des lois, pouvoir de police, etc.) sont à l'heure de la mondialisation davantage concurrencés par de nouveaux acteurs. Ceux-ci sont les entreprises qui font jouer la concurrence entre les Etats, ainsi que les ONG, qui influencent les opinions publiques de ces mêmes Etats. La puissance des Etats est réduite par ces acteurs, mais peut aussi être renforcée, comme lorsqu'un Etat dispose d'un grand groupe mondial dans un secteur stratégique, tel Gazprom pour la Russie. Les structures vont utiliser différents moyens pour accroître leur puissance. Ces moyens peuvent relever de deux catégories : de l'espionnage économique comme de l'influence.

Par le passé, l'espionnage industriel a été très utilisé, ne serait-ce que par les Etats à l'instar du Japon pour rattraper son retard économique, ou pendant les deux dernières guerres mondiales : les informations sont alors obtenues grâce au piratage, au vol de documents, etc. Cet espionnage industriel a été pratiqué pendant longtemps par les services secrets du renseignement des Etats, pour obtenir toutes les informations qui peuvent se révéler utiles à l'économie nationale (renseignements sur les industries de défense et l'aéronautique pendant la Guerre Froide). Les entreprises ont également recours à l'espionnage économique : nous pouvons citer ici l'exemple du

site d'information Mediapart, qui révèle en 2009 l'espionnage par un responsable de la sécurité d'EDF de l'association écologique Greenpeace. Cet exemple est assez révélateur de l'impact des informations révélées dans les médias, particulièrement par Internet. Mais il faut également y voir la maîtrise stratégique de l'information opérée par les ONG comme Greenpeace.

Les Etats, entreprises et ONG vont également utiliser différentes stratégies d'influence pour renforcer leur puissance. Pour les Etats, ces moyens peuvent consister aussi bien en l'octroi de prêts à taux préférentiels en échange de l'attribution de marchés à leurs entreprises (Brésil, Chine, etc.) qu'à la mise en œuvre d'une « diplomatie économique » (France, Etats-Unis, Allemagne, etc.). Par exemple, la Banque nationale de développement du Brésil, la BNDES, créée en 1952, octroie des prêts de long terme pour des investissements dans des projets de fabrication et d'infrastructure.

Le Paraguay bénéficie ainsi de ses prêts à des taux préférentiels, en échange de l'exploitation par le Brésil de la majorité de ses ressources hydroélectriques, en vertu d'un Traité conclu en 1973 entre le Brésil et le Paraguay, en vigueur jusqu'en 2023. De même, les pays qui bénéficient de ces prêts ne peuvent pas employer leurs propres entreprises de construction pour les travaux financés par la BNDES, mais doivent engager des constructeurs brésiliens.

D'autres Etats ont également recours aux mesures règlementaires: dans le cadre du Partenariat transatlantique pour le commerce et l'investissement en négociation entre les Etats-Unis et l'Union Européenne depuis juillet 2013, les Etats-Unis ont émis des réglementations bloquant l'entrée de certains fromages européens sur le sol américain. Le lobbying constitue également une importante ressource de l'Etat pour influencer l'élaboration des normes. A ce titre, il ne faut pas oublier que la guerre économique se joue aussi dans les grandes enceintes internationales, où les Etats demeurent très présents. Les Etats-Unis ont ainsi influencé (et continuent d'influencer) la création des structures économiques comme la Banque Mondiale ou le Fonds Monétaire International, et sont également le principal contributeur de l'UNESCO.

Pour les entreprises et firmes multinationales, la réalité de la concurrence des années 2000 est très différente de celle des années 1960. Dans cette guerre, les entreprises tentent de prendre le contrôle d'autres entreprises, notamment dans des secteurs stratégiques. Par exemple, les groupes financiers et industriels américains ont été très offensifs dans le secteur militaire terrestre

européen : entrer au capital des entreprises européennes leur donne des opportunités de contrôle stratégique, étant donné qu'à partir de 5 % de participation, les secrets industriels de l'entreprise peuvent être récupérés. Cette stratégie a également été très utilisée par la Chine et la Russie, leur permettant d'accéder à la maîtrise de technologies de pointe dans des secteurs clés pour leur économie. Les différentes structures peuvent aussi se livrer ou faire les frais de véritables guerres d'information.

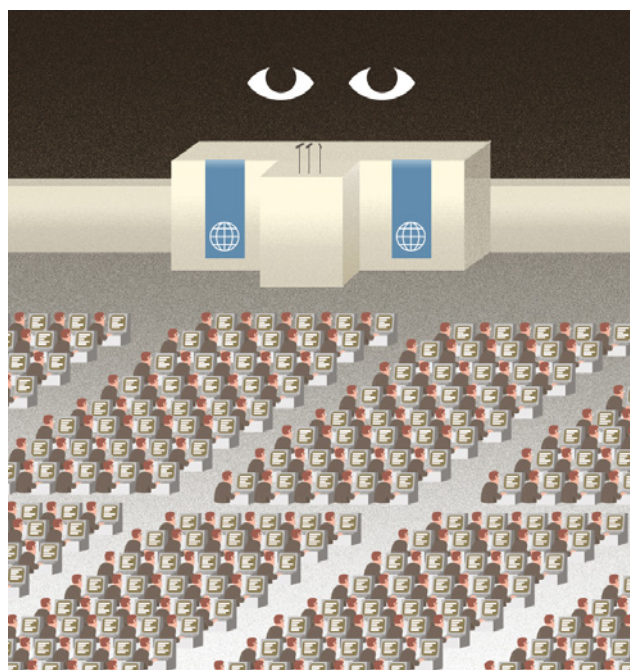
Par exemple, lors de l'appel d'offre de renouvellement de la flotte de ravitailleurs de l'US Air Force, EADS a été victime d'une guerre d'information de la part de Boeing entre 2001 et 2008. Les valeurs et l'importance du patriotisme américain ont été fortement mis en avant et relayée par le Center for Security Policy, centre de recherche principalement subventionné par Boeing, jusque dans

les instances décisionnelles américaines.

L'entreprise française n'a en conséquence pas pu remporter le marché. La guerre de l'information est un outil très utilisé par les ONG parce qu'elle comporte une importante dimension émotionnelle, fortement relayée par les médias, notamment Internet, qui peut avoir une influence positive comme très néfaste sur ce type de sujets en tant que moyen de mobilisation d'un nombre important de personnes. De plus, la société civile et en particulier les ONG, se sont véritablement saisies de questions sociétales comme la protection de

l'environnement, le respect des droits de l'Homme, ou encore la moralisation des affaires. En conséquence, ces organisations se sont impliquées dans la vie économique, et sont en mesure de faire pression sur ces domaines et d'utiliser l'information à leur avantage afin de discréditer l'adversaire visé.

Nous pouvons prendre comme exemple l'habileté médiatique de Greenpeace dans l'affaire de la plateforme pétrolière Brent Spar. Cette plateforme appartenait à Shell UK, et en raison de son inexploitation, l'entreprise avait entrepris de la saborder. En mai 1995, considérant que cela représenterait un danger écologique considérable de couler cette plateforme, Greenpeace organise une véritable campagne médiatique de protestation : appel au boycott dans les autres pays européens, abordage de la plateforme avec le film ensuite diffusé sur Internet, etc. N'arrivant pas à affirmer la fiabilité de son opération dans l'opinion publique, la société britannique accepte un mois plus tard de démanteler



la plateforme. Elle demande ensuite une contre expertise, qui prouve que l'opération était sans danger. Ayant connaissance de ce rapport avant qu'il soit rendu public, Greenpeace, pour éviter d'être décrédibilisée, anticipe et envoie une lettre publique d'excuse au président de Shell UK, reconnaissant l'inexactitude de ses calculs. L'ONG a ainsi pu jouer sur le registre de la transparence et de la sincérité auprès de l'opinion publique. Au vu de l'importance de l'influence du cyberspace dans ces véritables guerres de l'information, il est devenu nécessaire de le surveiller, notamment grâce à l'intelligence économique.

L'intelligence économique, une véritable boîte à outils

L'intelligence économique consiste en la maîtrise et protection de l'information stratégique utile aux acteurs économiques¹. Avec le durcissement de l'affrontement concurrentiel, maîtriser l'information est devenu indispensable, à travers une veille attentive mais aussi une maîtrise de l'image et de la réputation. Cette maîtrise de l'information s'opère selon trois étapes : la veille, qui permet de collecter les informations, l'analyse qui permet le traitement des informations collectées, et enfin l'élaboration d'un plan d'action se basant sur cette analyse. Ce moyen, qui doit se dérouler dans le cadre légal du domaine public, est utilisé aussi bien par les Etats que par les entreprises ou les ONG. Celles-ci font essentiellement de la veille, qui peut être technologique (il s'agit de surveiller ce que font les autres entreprises en matière d'innovation), concurrentielle ou stratégique pour savoir vers quels marchés développer sa stratégie. Dans cette guerre, il devient

primordial de surveiller constamment les médias, ce qui peut se faire par le biais de l'actionnariat pour les entreprises : Vincent Bolloré est ainsi devenu le principal actionnaire du groupe de médias Vivendi, qui détient notamment la chaîne de télévision Canal+ et la maison de disque Universal Music. De même, le rachat d'un média peut permettre de valoriser une politique, voire un Etat : le Qatar est ainsi propriétaire de la chaîne Bein Sport, ce qui est un moyen de relayer une image attractive de l'émirat.

La maîtrise de l'information qui résulte de l'intelligence économique permet ainsi d'agir sur la compétitivité, le patrimoine immatériel, la créativité ou encore l'innovation, qui sont d'importants atouts pour l'image d'une entreprise, et parfois à travers elle, d'un Etat.

Conclusion

La guerre économique dépasse le simple champ de l'intelligence économique ; si celle-ci s'opère dans un cadre légal, les moyens utilisés par les différentes structures pour accroître leur puissance sont très divers – voire déloyaux – et passent par un jeu d'influence beaucoup plus subtil que par le passé. Il faut ainsi entendre le terme de « guerre » dans un sens métaphorique : ce terme qualifie surtout une compétition où les différents acteurs cherchent à en influencer les règles. ■

¹ Selon la définition officielle du Secrétariat Général de la Défense et de la Sécurité Nationale

Sources

Delbecq Eric, Harbulot Christian, La guerre économique, Que sais-je ?, PUF, 2012
 « Aux sources de la guerre économique », d'Ali Laïdi (Armand Colin) — Le Monde
 La guerre économique, forme moderne de la guerre ? — Cairn
 Comment les Etats se font la guerre sans se livrer bataille — Globale diplomatie
 Les Etats en guerre économique — Alternatives Economiques
 Mondialisation : guerre économique ou lutte des classes ? — Alternatives Economiques
 Greenpeace contre Shell — Infoguerre
 Un accord « historique » sur Itaipu ou une nouvelle manifestation de l'impérialisme brésilien ? — CADTM

Industrie

Environnement

Armement : les dix mégacontrats que la France peut signer en 2016

En 2016, la France pourrait battre son record de ventes d'armes à l'exportation. Les industriels tricolores sont engagés dans une dizaine de campagnes commerciales de plus de 1 milliard d'euros susceptibles de déboucher d'ici à la fin 2016.
— LaTribune.fr [\[lire la suite\]](#)

Open4, l'allié des communes pour lutter contre le réchauffement climatique

L'Icam de Toulouse coordonne le projet Open4, un logiciel d'aide à la décision destiné aux petites et moyennes communes pour lutter contre le réchauffement climatique. Lauréat des 35e Inn'Ovations, Open4 sera en test dès le mois de mars autour de Toulouse.
— Touléco Green [\[lire la suite\]](#)

La pollution numérique pourrait rapidement dépasser celle de l'aéronautique

Envoyer un courriel, faire des recherches sur Internet, stocker des données : le web génère aujourd'hui 2% des émissions de CO2. Ce sera le double en 2019.
— RTL.fr [\[lire la suite\]](#)

Économie

Technologie

Les Agences de développement économique

Lieu privilégié de concertation entre les acteurs locaux, leur permettant de définir des stratégies et de proposer des actions adaptées au développement économique de leur territoire, les agences de développement font face depuis 60 ans à de nombreuses mutations économiques et politiques.— Le Nouvel Economiste [\[lire la suite\]](#)

Carole Delga, présidente de Languedoc-Roussillon Midi-Pyrénées : « Ma première priorité est l'emploi »

Contrats d'appui, LGV, plan Marshall dans le BTP, l'élue socialiste Carole Delga qui a succédé à Martin Malvy présente ses plans d'actions pour l'économie régionale.
— Touéco.fr [\[lire la suite\]](#)

ERDF teste à Toulouse le réseau électrique intelligent SoGrid

Pendant un an, 1 000 foyers toulousains vont expérimenter le réseau électrique intelligent Sogrid, inauguré ce lundi 7 septembre. Grâce à une puce électronique nouvelle génération implantée sur le compteur des particuliers et à différents endroits de la ligne [...] — LeTribune.fr [\[lire la suite\]](#)



Diplomatie

Quelle nouvelle politique européenne de voisinage ?

Le bilan mitigé de la politique européenne de voisinage engagée en 2003-2004 a conduit à la formulation d'une nouvelle politique européenne de voisinage. J-F Drevet présente la réévaluation des objectifs - à la baisse [...] — Diploweb.com [\[lire la suite\]](#)

Vidéo

Carte

Infographie

Tout comprendre aux primaires américaines en une vidéo

— LeMonde (YouTube) [\[lire la suite\]](#)

Afrique du Sud : cartes des principaux partenaires commerciaux

— Le Monde Diplomatique [\[lire la suite\]](#)

Le tour du monde de l'innovation

— LaTribune.fr [\[lire la suite\]](#)



*ADEC-NS BP 24219 – 31 432 Toulouse – CEDEX 4
Tél : +33 (0)5 67 16 15 16 – mail : communication@adecns.fr*

