

# Les nouvelles armes

A l'invitation d'Avenir Industries, l'association des entrepreneurs de Longwy, Eric Denécé, directeur du centre français de recherche sur le renseignement, a dévoilé les nouvelles techniques agressives de la compétition économique: *social learning*, guerre de l'information, exploitation des affaires civilo-militaires.

La révolution informatique et les bouleversements géopolitiques induits par la chute du mur de Berlin ont révolutionné l'économie. La conquête de marchés a remplacé la conquête militaire.

Pour remporter la compétition économique, les entreprises, comme les Etats, ont développé de nouvelles techniques agressives. Des méthodes largement empruntées à la stratégie militaire et tout particulièrement au monde du renseignement.

«Nous sommes en guerre économique. La concurrence est aujourd'hui démoniaque. Aujourd'hui, tous les coups sont permis pour décrocher de nouveaux marchés», explique Eric Denécé, «c'est en tout cas la position des Etats-Unis qui fait preuve en la matière d'une agressivité sans faille. Services de renseignements, instrumentalisation des embargos et des droits de l'Homme, propagande, tout y passe.»

## Dans les coulisses

Au quotidien, une douzaine de techniques visant à «accumuler de l'information, pénétrer un marché, neutraliser ou interdire la concurrence», font leurs preuves. Certaines sont connues comme le *lobbying* offensif, le *social learning* qui repose sur le formatage des esprits, la normalisation qui con-

siste à imposer sa norme, les fausses opérations de recrutements ou les faux appels d'offre visant à accumuler des informations sur les concurrents ou bien encore le *stretch marketing* qui consiste à pénétrer un marché avec un produit qui n'a, a priori, rien à voir avec celui que l'entreprise fabrique.

«Pour décrocher des marchés en Chine, un groupe allemand spécialisé dans la réfection de routes a commencé par lui vendre des vélos de meilleure qualité et des sièges bébé. Ce faisant, les cyclistes ont été sensibilisés au mauvais état des routes et l'ont fait savoir», explique Eric Denécé.

D'autres techniques sont plus agressives encore. Comme l'illustre l'affaire Perrier, il y a quelques années de cela, la guerre de l'information, bien menée, peut faire des ravages. Il en est de même avec la neutralisation par la coopération, le sabotage pur et simple, ou le *benchmarking* offensif. «Une technique tout particulièrement appréciée des groupes hôteliers et des compagnies aériennes qui envoient leurs employés tester les services de la concurrence et la déstabiliser en multipliant les esclandres pour nuire à sa réputation.»

Enfin, plus cyniques, citons encore les opérations liées à l'intelligence humaine. «Certains laboratoires améri-



Pour Eric Denécé, entouré d'Alain Nani et de Guy Keckh... d'Avenir Industries, l'espionnage industriel et la déstabilisation concurrentielle régissent de plus en plus l'économie

(Photo: JB Pres)

cains fournissent des vaccins aux ONG (organisation non gouvernementale) qui, en contrepartie, les alimentent en information. En fait, ces entreprises effectuent à moindres frais des tests, à la fois *marketing* et sanitaires, grandeur nature.»

## Les désavantagés

Si les Etats-Unis sont les «guerriers» les plus virulents, ces stratégies sont d'ailleurs enseignées dans les grandes écoles et universités américaines, le Japon, la Suède ou bien encore l'Allemagne, qui, pour diverses raisons, ont également pris leurs distances avec une certaine éthique. La France, comme d'autres pays d'Europe qui n'ont pas de culture du renseignement sont quelque peu distancés. «En France, on parle d'intelligence économique et non pas de renseignements économiques. Une subtilité sémantique qui se traduit sur le terrain par beaucoup moins de virulence. Là où les

Américains se battent avec leurs deux poings, nous avons un bras attaché dans le dos», souligne Eric Denécé.

Comment, dès lors, les groupes, mais également les PME car elles aussi sont concurrencées, peuvent-ils éviter le K.O. «En faisant preuve de vigilance tout d'abord et en développant à leur tour de nouvelles stratégies commerciales, toutes ne sont pas déloyales, voire illégales. Le renseignement, ce s'apprend», souligne Eric Denécé.

Docteur ès science politique, professeur de géopolitique, directeur de la revue *Renseignement et opérations spéciales*, président du comité d'éthique de Spyland, Eric Denécé travaille par ailleurs sur un projet de musée et de parc d'attraction consacré au monde des agences secrets qui verra le jour en 2006.

Fabrice Barbian/JB Pres