



De gauche à droite : notre invité Nicolas Tenzer, et le modérateur de la conférence, Bruno Racouchot

Compte rendu :

INTELLIGENCE STRATEGIQUE ET INFLUENCE : QUEL POSITIONNEMENT A L'INTERNATIONAL DE LA FRANCE AUJOURD'HUI ET A HORIZON 2030 ?

Partie intégrante d'une politique ou d'une action d'intelligence stratégique, et bien que parfois méconnue ou négligée, l'influence est devenue incontournable pour un Etat dans le monde complexe d'aujourd'hui.

Auteur de nombreux ouvrages¹ et de trois rapports officiels² sur le sujet, Nicolas Tenzer est un grand spécialiste de ce thème, qu'il a décliné au cours de cette conférence par grand domaine : celui des marchés d'expertise internationaux, les normes et règles, les think tank et grands médias internationaux, l'influence diplomatique, ou encore de la société civile, les illustrant de nombreux exemples. Trois éléments forts sont pour lui incontournables :

- le monde de demain est un monde d'anticipation
- l'action en faveur de la puissance et de l'influence nécessite beaucoup de moyens
- c'est l'ensemble des acteurs de l'influence qui comptera demain (monde académique, privé, diplomates, militaires)

Reprenant à son compte la définition de l'influence de Raymond Aron, et rappelant le lien entre influence et puissance, Nicolas Tenzer évoque les questions préalables que toute organisation doit se poser avant d'agir, et de façon coordonnée : pourquoi veut-on influencer ? Qui veut-on influencer ? A court ou moyen terme ? Qui influence ?

Enfin si en France l'on parle beaucoup d'influence, c'est trop souvent sans mettre grand-chose en face, ni planifier de plans d'actions concrets, avec des indicateurs, et une réelle stratégie d'influence. Pour lui, il s'agit donc de commencer par mettre en œuvre une veille organisée entre les différents services de l'Etat et le monde universitaire, par marché sectoriel, avec des moyens adéquats. En conclusion de ses propos, il conseille de réapprendre à penser le temps long, de se projeter sur le long terme, et de développer une vision, préalable à toute stratégie d'influence.

Il appartient désormais au politique de se ressaisir de ces sujets, sans oublier que l'action d'influencer ne se fait pas à sens unique. Pour relever ce défi, il nous rappelle utilement qu'il faut être ouvert, dans l'échange, ce qui suppose un peu d'humilité...

Les auditeurs intéressés pour poursuivre la réflexion pourront utilement se reporter aux nombreux travaux de Nicolas Tenzer, et à la lettre « communication et influence » n°30 publiée en février 2012 par Bruno Racouchot³.

Marie BRIGAUD, membre du comité directeur de l'AR IHEDN Paris IDF.



¹ *Quand la France disparaît du monde* (Grasset, 2008, 3e éd. 2010), *Le monde à l'horizon 2030* (Perrin, 2011) et *La France a besoin des autres* (Plon, 2012)

² Dont le plus récent, « *L'expertise internationale au cœur de la diplomatie et de la coopération du XXIe siècle : instruments pour une stratégie française de puissance et d'influence* »

³ www.communicationetinfluence.fr