

Diplomatie d'influence et culture au Quai d'Orsay

Article inédit, mis en ligne le 9 juillet, 2021.

William Guéraiche

Professeur Associé, directeur du Master en Relations Internationales à l'université de Wollongong Dubaï. Ses travaux portent sur les questions de géopolitique au Moyen-Orient et en Asie. Son prochain livre va paraître chez Routledge sur les questions sécuritaires traditionnelles et non-traditionnelles aux Emirats.
WilliamGueraiche@uowdubai.ac.ae

Plan de l'article

Introduction

Diplomatie culturelle, diplomatie d'influence : une confusion soigneusement entretenue

Diplomatie d'influence et diplomatie économique

Le roi est nu

Références bibliographiques

RÉSUMÉ

Le discours officiel du Quai d'Orsay est ambigu sur les relations entre diplomatie et culture et de même que sur le contenu de la diplomatie d'influence. La confusion est entretenue à dessein car elle permet de masquer les vrais enjeux qui sont dans l'esprit des dirigeants d'abord comptables. Le passage de Laurent Fabius au ministère des Affaires étrangères (2012-2017) marque un tournant. C'est lui qui donne un contenu à la diplomatie d'influence dont le principal axe est la réussite économique de la France à l'étranger. Son successeur, Jean-Yves Le Drian semble continuer la politique de son prédécesseur mais son discours masque en réalité un attachement sans faille aux questions stratégiques et sécuritaires.

Mots-clefs

Diplomatie d'influence, diplomatie culturelle, diplomatie économique, Quai d'Orsay

TITLE

Diplomacy of Influence at the French Ministry of the Foreign Affairs.

Abstract

The French Ministry of Foreign Affairs is unclear on its line on the relationship between diplomacy and culture, notably on the content of the diplomacy of influence. The ambiguity is deliberate as it conceals what is really at stake. For decision-makers, budget and profits come first. Laurent Fabius's mandate as minister (2012-2017) marked a shift in policy. Fabius gave substance to France's diplomacy of influence – the backbone of which

is French economic success abroad. His successor appears to continue this policy, but beneath the surface, Jean-Yves Le Drian has shown an unflinching commitment to strategic and security affairs instead.

Key words

French diplomacy, French policy of influence, French culture abroad

INTRODUCTION

« Tout cela, nous le faisons pour l'amour de l'art, qui n'a par définition pas d'autre fin que lui-même, mais nous le faisons aussi pour l'image de notre pays et pour la consolidation de notre modèle culturel¹. »

Il ne fait aucun doute que l'internationalisation des musées entre de plein pied dans la diplomatie d'influence de la France comme l'a montré la recherche récente sur le sujet (Peyre, 2019 ; Peyre, 2020). Reste à déterminer toutefois le contenu de cette dernière. En effet, les médias, la diplomatie, la classe politique dans son ensemble, utilisent cette expression comme d'autres – politique d'influence, diplomatie culturelle, diplomatie globale – pour évoquer l'influence de la culture française telle qu'elle est perçue à l'étranger. Elle englobe d'abord la culture des élites (celle des musées, des grandes expositions, des valeurs humanistes aussi) associée à tous les grands services du Quai d'Orsay regroupés sous la ligne budgétaire du Programme 185 bien nommé « Diplomatie culturelle et d'influence » : « le réseau culturel », l'Agence pour l'Enseignement du Français à l'Étranger (AEFE), les Alliances françaises, les services de la francophonie, de la coopération scientifique, de l'audiovisuel, auxquels s'ajoute l'attractivité touristique ou universitaire de l'hexagone (Atout France-Campus France). A cette nébuleuse publique ou parapublique s'agrège ensuite une culture plus populaire, par exemple celle des bandes dessinées et des jeux vidéos (Fregonese, 2019) mais aussi des formes diverses d'activité économique comme l'expertise internationale (Tenzer, 2018) ou les industries culturelles et créatives (ICC) dans leur ensemble qui, comme le dit très justement Bernard Miège, désignent une myriade de réalités voisines (Miège, 2017). D'emblée, de concert avec Yohann Turbet Delof, on peut affirmer que les aspects économiques sont difficilement dissociables du culturel (Turbet Delof, 2018, p. 36).

Il y a peu de convergences entre les disciplines universitaires qui se proposent de donner du sens aux relations entre diplomatie d'influence et culture. En Relations Internationales, l'État reste la pierre de touche de tout raisonnement. Ses actions extérieures dans le domaine culturel invitent à découpler les discours de politique étrangère de la réalité des faits pour en mesurer l'écart. Sans grande surprise, l'argent – les budgets consacrés à la promotion d'une culture nationale, leur diminution ou leur augmentation – reste le mètre-étalon des spécialistes des relations interétatiques. L'efficacité, mais parfois aussi le sens profond d'une diplomatie, sont déterminés par cet écart. Dans des disciplines moins convenues (et moins proches du pouvoir) comme la géopolitique, les approches sont différentes. Par exemple, si l'on s'intéresse au Louvre Abu Dhabi dans une perspective géopolitique, il importe de tenir compte de la façon de penser des acteurs ayant participé

.....

1. Le Drian, Jean-Yves (2020), Déclaration de M. Jean-Yves Le Drian, ministre de l'Europe et des affaires étrangères, sur les moyens et priorités de la diplomatie culturelle et éducative de la France, à l'Assemblée nationale le 22 janvier 2020. Disponible sur le site : <https://www.vie-publique.fr/discours/273122-jean-yves-le-drian-22012020-rayonnement-culturel>. Consulté le 7 mai 2020

au projet. Dans sa thèse, Alexandre Kazerouni (Kazerouni, 2013) a bien montré la manière dont les Émiriens percevaient les musées. Musées-racine et musées-miroir ne remplissent pas la même fonction sociale ou politique que les musées français. La diversité des représentations, dont l'étude est fondamentale en géopolitique, explique les raisons pour lesquelles l'universalisme du Louvre Abu Dhabi évoque des réalités parfois opposées (Guéraiche, 2018). Toutefois, la géopolitique partage des objets communs avec certaines théories de sciences de l'information et de la communication. L'une d'elle, la Gestion coordonnée du sens (*Coordinated Management of Meaning ou CMM*), peut être convoquée pour comprendre les postures des diplomates et autres représentants officiels. Pour Barnett Pearce, le contexte de la communication importe autant que le contenu du message véhiculé. Appliqué à la diplomatie, une relation bilatérale – que l'on pourrait assimiler au concept de récit vécu (*story lived*) en CMM – est tout aussi importante que sa perception voire le discours au sujet de cette même relation – l'amitié franco-émirienne relèverait ainsi plus du récit raconté (*story told*) (Cronen, 1980). La CMM laisse une large place à l'interprétation, notamment pour tout ce qui relève de la construction narrative en diplomatie (au sens large). Elle permet d'apprécier ce que l'on choisit de mettre ou non dans la construction du récit (Pearce, 2005). La rhétorique du ministère des Affaires étrangères n'a pas fait l'objet d'études systématiques. Moyennant quoi, le travail conceptuel sur le lissage du discours politique mené par Caroline Ollivier-Yaniv (2006) sur la Défense par exemple aide à mieux comprendre la fabrique du discours institutionnel au Quai d'Orsay. Il faudra aussi du temps pour que la recherche universitaire mesure les continuités (Bacot *et al.*, 2010) et les ruptures opérées par la présidence d'Emmanuel Macron dans le domaine de la communication politique qui évolue dans le contexte occidental de *post-truth politics* (Lockie, 2017, p. 1-3 ; Labbé & Savoy, 2020).

Penser les relations entre culture et politique étrangère est un jeu de « chaises musicales » où les ambiguïtés sémantiques ne résultent donc pas d'un hasard fâcheux. Déconstruire les discours officiels sur la diplomatie d'influence met à jour les enjeux qui se cachent derrière une pléiade d'euphémismes. Diplomatie culturelle-diplomatie d'influence, diplomatie d'influence-diplomatie économique ; est-ce que cette fluidité pendulaire n'instrumentalise-t-elle pas, au bout du compte, la culture au profit de l'économie et des questions de sécurité ?

DIPLOMATIE CULTURELLE, DIPLOMATIE D'INFLUENCE : UNE CONFUSION SOI-GNEUSEMENT ENTRETENUE

« Le Louvre Abu Dhabi : un projet de diplomatie culturelle » lit-on sur le site de l'association d'accueil et de découverte du patrimoine français pour les diplomates étrangers². Dans le discours officiel français (le récit raconté), le Louvre Abu Dhabi est présenté comme une réussite de la diplomatie culturelle française (Guéraiche, 2018), mais quelle relation peut-on établir entre cette diplomatie culturelle et la diplomatie d'influence voire la diplomatie économique d'une manière générale ?

Lors d'une audition à la commission des Affaires sociales de l'Assemblée nationale le 20 janvier 2020, Jean-Yves Le Drian, ministre de l'Europe et des Affaires étrangères, affirme vouloir faire de la diplomatie culturelle une diplomatie d'influence. « Pour reprendre

.....

2. Bienvenue en France (BEF). L'association d'accueil et de découverte du patrimoine français pour les diplomates étrangers. Le Louvre d'Abu Dhabi : Un projet de diplomatie culturelle. Disponible sur le site : <https://www.bienvenueenfrance.org/Le-Louvre-d-Abu-Dhabi-Un-projet-de-diplomatie-culturelle>. Consulté le 7 mai 2020.

une formule célèbre, je dirais que l'influence, c'est la continuation de la diplomatie par d'autres moyens³ ». Si le propos de Clausewitz a été maintes fois vérifié pour la guerre et la politique, il n'en demeure pas moins que comme pour la guerre et la politique, la culture et l'influence restent des réalités distinctes dont on ne voit pas très bien les interactions dans le champ diplomatique. Il ne s'agit, ni d'une continuité dans le temps comme pour un conflit, ni même de l'alternance de l'une à l'autre – l'influence succéderait à la culture et réciproquement. Le lien de causalité pourrait être que la culture, sous-entendu de la France, accroît l'influence, sous-entendu de la France. En introduction de sa présentation, le ministre précise en outre qu'une diplomatie efficace ne s'adresse pas seulement aux États mais aux sociétés. En réunissant ces éléments disparates, on pourrait dès lors affirmer que la politique culturelle du Quai d'Orsay a pour objectif d'accroître l'influence française auprès des États et de leurs sociétés. Il est vrai que cette formulation pose plus de questions qu'elle n'en résout. Quelle est la mesure de l'influence ? Parler français, acheter français – mais sommes-nous encore dans le registre culturel ? Comment, de surcroît, concilier influence et diplomatie *stricto sensu* ?

Le flou est entretenu avec le Louvre Abu Dhabi. Plus en avant dans sa présentation, Jean-Yves Le Drian évoque un « modèle français » fondé sur :

« L'humanisme européen et l'esprit des Lumières, un modèle de pluralisme et d'ouverture qu'il ne s'agit pas d'imposer- nous n'en avons ni le désir, ni les moyens - mais de proposer au reste du monde, un modèle qui défend nos idéaux de liberté et d'égalité, qui défend également une certaine idée de la mondialisation : pour nous, celle-ci n'a de sens qu'à l'horizon de notre commune humanité⁴. »

Ce modèle, esquissé à gros traits, met en avant l'universalisme qui comme on peut le voir avec le Louvre Abu Dhabi est plus français qu'universel (Guéraiche, 2018). C'est donc au nom de ce modèle qu'il faut comprendre la création « du premier musée à vocation universelle du monde arabe ». Comment faire tenir ensemble une approche française, le monde arabe et l'universalisme ? Aucune réponse n'est apportée ou plus exactement le ministre s'ingénie à éluder ces questions. Jean-Yves Le Drian enchaîne *ex abrupto* sur les réalisations de ce modèle. La défense de ce dernier impose la protection d'un patrimoine en danger, allusion à l'Alliance internationale pour la protection du patrimoine dans les zones de conflits initiée sous la présidence de François Hollande avec la collaboration des Émiriens en 2017-2018. Sans aucun lien avec ce qui précède non plus, le ministre enchaîne sur la francophonie. Le discours très lisse du rôle de la France, championne du multiculturalisme et de la diversité culturelle élaborés dans le contexte de l'après Guerre Froide (Bambridge *et al.* 2004), prend soin d'éviter la crise, grave, que traverse l'organisation après la nomination de Louise Mushikiwabo au poste de secrétaire générale de l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF)⁵. Cet enchaînement de causalité résulte d'un lissage du discours officiel tout autant que de ce que Claire Oger et Caroline Ollivier-Yaniv appellent la décontextualisation (Oger & Ollivier-Yaniv 2006, pp.70-72). Mais de clarifications sur l'universalisme, au bout du compte, le ministre n'en donne aucune.

.....

3. Le Drian, 2020, *op.cit.*

4. *Ibid.*

5. Cette nomination a provoqué une levée de boucliers des intellectuels et chefs d'État africains, ainsi que d'anciens ministres français de la Francophonie. Paul Bérenger, un des chefs de l'opposition mauricienne, avance que : « La façon dont le président Macron traite la francophonie comme un jouet de la France est scandaleuse. », *France-Afrique, domination et émancipation. Manière de Voir*, n° 165, Juin-juillet 2019.

On peut postuler que ce galimatias est délivré à dessein parce qu'il ne souhaite pas intégrer au récit des éléments plus prosaïques (*untold stories*) (Pearce, 2005). Sous un vernis d'universalisme et autre rayonnement culturel bienséants, le ministre fait entrevoir en filigrane une réalité, bien tangible et mercantile, celle de la diplomatie économique. La diplomatie française se doit de « trouver des mécènes internationaux » assène-t-il. Le Louvre à Abu Dhabi – qui a rapporté un milliard d'euros à la France – comme le Centre Pompidou de Shanghai sont ainsi de « formidables réalisations ». Le lyrisme du dialogue avec les peuples cède vite le pas aux industries culturelles et créatives (ICC) dont le chiffre d'affaire cumulé a été de 90 milliards d'euros en 2018⁶. Loin des idées généreuses des Lumières, la réalité comptable de la diplomatie culturelle apparaît comme un fil directeur solide de la politique étrangère française. La diplomatie culturelle est pensée avant toute chose comme une question d'argent (*untellable stories*) (Pearce, 2005). Elle a de ce fait toute sa place dans la diplomatie d'influence définie par Laurent Fabius depuis 2012.

DIPLOMATIE D'INFLUENCE ET DIPLOMATIE ÉCONOMIQUE

Les origines de la diplomatie d'influence remontent à la fin de la présidence de Jacques Chirac. Un constat s'impose au tournant du siècle. Les acteurs culturels français à l'étranger avancent en ordre de bataille dispersé. Une certaine incohérence caractérise donc l'action extérieure de la France. Diplomates, intellectuels, experts dans des domaines divers expriment leur volonté de travailler de concert. En 2004, le sénateur Louis Duvernois recommande dans un rapport de détacher les services culturels du Quai pour créer une agence pour la culture française à l'étranger. Cette structure regrouperait tous les opérateurs dans une logique interministérielle⁷. Excellente idée mais qui est restée dans les limbes.

Avec l'arrivée de Laurent Fabius au Quai d'Orsay en 2012, l'influence est pensée comme le levier d'une ambition mondiale au service de l'économie. Le ministre des Affaires étrangères et du Développement international marque de son sceau l'idée d'une France « puissance d'influence ». Pour dépasser l'opposition entre *hard et soft power* de Joseph Nye (Nye, 1990), les actions extérieures de la France doivent être fondues dans un même creuset et ainsi faciliter l'influence française dans le monde (Fabius, 2013 p. 51). Il n'est assurément pas facile de fusionner dans une même politique présence multiforme et pluralité des actions. La France doit se servir de sa bonne image à l'étranger pour promouvoir une diplomatie économique que l'on pourrait qualifier de « décomplexée » depuis le traité de Maastricht (Badel, 2006, p. 172). Avec le rattachement des services du Commerce extérieur à son ministère, le locataire du Quai bouleverse les relations entre diplomatie et captation des marchés extérieurs. Les ambassadeurs sont sommés de pratiquer le « réflexe économique » (Fabius, 2013, p. 56) c'est-à-dire de se comporter comme des présidents de chambre de commerce pour faciliter l'obtention de marchés aux entreprises françaises. C'est d'ailleurs le sens de la création d'une direction des entreprises dans l'organigramme du Quai. Sans grande surprise, la diplomatie économique devient donc sous Fabius le premier pilier de la diplomatie d'influence, plus tard elle-même intégrée dans la « diplo-

.....

6. Le Drian, 2020, *op.cit.*

7. Duvernois, Louis (2004), *Pour une nouvelle stratégie de l'action culturelle extérieure de la France : de l'exception à l'influence*. Sénat n°91 - session ordinaire de 2004-2005, pp.70-71. Disponible sur le site : <https://www.senat.fr/rap/r04-091/r04-0911.pdf>. Consulté le 7 mai 2020.

8. Ministère des affaires étrangères et du développement international (2015) *MAEDI 21. Une diplomatie globale pour le XXI^e siècle*, p.13 sq. Disponible sur le site : <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/le-ministere-et-son-reseau/maedi21-une-diplomatie-globale-au-21e-siecle/>. Consulté le 7 mai 2020.

matie globale⁸ » en 2015. Le deuxième pilier de la diplomatie d'influence est la diplomatie culturelle. La France possède le 3^e réseau diplomatique au monde grâce au domaine culturel à proprement parler, l'enseignement du français à l'étranger et l'audiovisuel. Le ministre souligne qu'il n'oublie pas les établissements prestigieux comme la Sorbonne et le Louvre Abu Dhabi. « Je ne sépare pas dans notre «influence» l'économique de l'éducatif et de du culturel » (Fabius, 2013, p.57). Le ministre définit alors la diplomatie du développement associée à la diplomatie environnementale qui sera la grande réussite de son ministère avec le Traité de Paris en 2015. Le dernier pilier est dénommé « diplomatie démultipliée » qui convoque, pêle-mêle, tous les « porte-drapeaux de l'influence française » (acteurs de la coopération décentralisée, Français de l'étranger, ONG, artistes, etc.) (Fabius, 2013, p.8).

Ces grands axes de la politique étrangère, séduisants, d'une France moderne, influente dans le monde, demandent néanmoins à être examinés sous l'angle de la morale publique. En effet, la fabrique du discours officiel n'est pas sans rappeler ce que l'on appelle le *rebranding* en marketing, une stratégie qui vise à repositionner une marque, en l'occurrence ici la France. Ce *nation-branding* comme l'a défini Simon Anholt (Anholt, 1998) ne manque pas de faire grincer des dents dans l'un des plus anciens ministères des Affaires étrangères au monde (1589) dont la culture – culture des élites – les codes, les règles non-écrites se sont transmis de générations en générations. L'audace demandée par la diplomatie d'influence, et surtout la diplomatie économique, n'est pas en adéquation avec la culture du Quai. Bien des fonctionnaires, serviteurs de l'État, pensent qu'ils n'ont pas suivi des filières rigoureuses de recrutement pour endosser les habits de chef d'entreprise ou de femme, d'homme politique.

Si promouvoir les intérêts de la France n'est pas non plus un changement éthique fondamental pour le corps diplomatique, c'est plutôt le mode opératoire et la logique que cet effort recouvre, qui sont sujets à caution. Dans un article de référence parue à la même période (2013), Nicolas Tenzer donne, lui aussi, une définition en quatre points de la diplomatie d'influence : des objectifs et des cibles clairs, une feuille de route qui tienne compte des différentes temporalités et la capacité à mobiliser des acteurs de différentes natures – et extérieurs aux structures de l'Etat (*think tanks*, entreprises, etc.) (Tenzer, 2013, pp.3-4). Nicolas Tenzer invite donc les diplomates à faire preuve d'agilité pour briser les fonctionnements en réseau (Lequêne, 2017). La diplomatie d'influence invite aussi à sortir d'un fonctionnement administratif, vertical, pour adopter la souplesse du secteur privé. La genèse de cette idéologie remonte elle aussi aux années 1980 dans le contexte mondial d'ultra-libéralisme et de destruction des services publics. La convergence avec la montée en puissance de la diplomatie économique n'est pas un hasard. Après le passage à Matignon de Laurent Fabius (1984-1986), François Léotard avait offert un bel exemple de privatisation du service public de l'audiovisuel sur l'autel du « mieux-disant culturel » dont on voit les effets trente plus tard. Sur le moyen terme, des techniques managériales s'imposent. Par rapport aux autres grands ministères dépensiers, les réformes ne peuvent toutefois pas être justifiées par « l'usager » (Strobel, 1993) – mieux vaut donc rester abscons sur les finalités. Les grandes entreprises, celles qui sont capables de gagner des parts de marché à l'international, sont les grandes gagnantes de cette évolution.

LE ROI EST NU

Si la diplomatie d'influence, aiguillonnée par la diplomatie économique, ne repose pas uniquement sur une logique mercantile, elle fait néanmoins de la réussite commerciale et financière l'un des mètres-étalons de la diplomatie française – autre élément de la nar-

ration impossible à mentionner (Pearce, 2005). Nul besoin de préciser que ce discours passe, ou passerait mal, auprès des diplomates et autres acteurs impliqués dans l'action culturelle s'il était assumé par les instances dirigeantes. Comme le dit très justement Caroline Ollivier-Yaniv, c'est moins le contenu dissimulé que le sens de cette occultation qui importe (Ollivier-Yaniv, 2003). C'est précisément pour cette raison que les ministres des Affaires étrangères français manient avec habileté les ambiguïtés du discours officiel.

Dans l'esprit des locataires du Quai, au moins depuis 2012, la diplomatie culturelle n'est pas une fin en soi mais un moyen de servir les intérêts économiques de la France et de jeter un voile pudique sur les efforts déployés à l'international pour aider l'économie française. Jean-Yves Le Drian continue à cet égard, la politique menée par son prédécesseur, avec une touche personnelle toutefois.

Les budgets de la diplomatie culturelle et d'influence ne sont pas proportionnels aux ambitions que l'on lui prête, affirme un rapport parlementaire de 2018⁹. Entre 1960 et 1980, les ressources de la Direction des relations culturelles scientifiques et techniques représentent 53% du budget du Quai d'Orsay (Kessler, 2018, pp.266-267). Les rapporteurs de la commission des Affaires étrangères de l'Assemblée reprenant les données de Daniel Haize (Haize, 2018) déplorent qu'en 2012, les crédits affectés aux actions culturelles (programme 185) ne représentent plus que 25 % du budget total voire 11 % si l'on retranche la dotation de l'AEFE¹⁰. Une ambition grandissante et des budgets en baisse ne vont pas de pair. Pour maintenir son rang, ses actions extérieures, le Quai d'Orsay doit donc trouver de nouvelles sources de financement. Il n'y a guère que deux possibilités, ou bien développer des partenariats avec le privé ou bien s'associer à des États étrangers. Or, sortir d'une conception jacobine du service public avec un contrôle de l'État n'est pas sans risque.

Lors des journées du réseau de coopération et d'action culturelle le 16 juillet 2018, Jean-Yves Le Drian fait le bilan d'une année passée au Quai d'Orsay. Le thème est précisément la diplomatie d'influence. La principale finalité du réseau de coopération et d'action culturelle, explique-t-il, est de servir nos intérêts nationaux sur le long terme.

« En schématisant un peu, on serait tenté de dire que là où l'enjeu du travail de chancellerie est de nous faire des alliés, celui de la diplomatie d'influence est de nous faire des amis. Si l'action diplomatique vise à faire valoir nos intérêts sur le court ou le moyen terme, votre action sert presque toujours nos intérêts sur le plus long terme. Y compris - le moment venu - dans des situations de crise où le travail de chancellerie peut trouver un relai puissant dans cette connivence patiemment construite¹¹. »

Du point de vue des Relations Internationales, ce propos sur l'amitié est contestable. Le ministre utilise cette rhétorique du dépassement dialectique dont on se demande, une fois encore, si son but n'est pas de masquer les vrais enjeux. Il évoque la chancellerie dans une acception large, celle des ambassades et donc les diplomates de métier. Ces derniers participent à l'élaboration du droit international, selon des protocoles convenus, dans un cadre hiérarchique et démocratique déterminé. Les acteurs de la diplomatie culturelle – diplomates compris puisqu'ils doivent montrer l'exemple – sont censés « se faire des amis ». On sort du registre administratif pour invoquer la vie privée. L'amitié a droit

.....

9. Herbillion Michel, SIRA Sylla (2018), *La diplomatie culturelle et d'influence de la France : quelle stratégie à dix ans ?*, Rapport d'information de l'Assemblée nationale, commission des Affaires étrangères, 31 octobre 2018.

10. Ibid, p. 119.

11. Le Drian, Jean-Yves (2018), *Diplomatie d'influence*. Journées du Réseau de coopération et d'action culturelle. Discours de M. Jean-Yves Le Drian, Ministre de l'Europe et des Affaires étrangères. Paris le 16 juillet 2018. Disponible sur le site : https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/discours_jyld_16.07.18_cle0effc8.pdf. Consulté le 7 mai 2020.

de cité en politique, même si elle est rare (Guéraiche, 1998) ; elle n'existe pas, et ne doit pas exister, dans les relations internationales. Pour reprendre l'approche classique et réaliste (du point de vue de la théorie des Relations Internationales) de Hans Morgenthau (Morgenthau, 1948), le but de la diplomatie est de faciliter la coopération entre États tout autant que d'accroître le pouvoir de chaque État. Les diplomates défendent donc toujours en dernière instance les intérêts de leur État. Ils ne peuvent remplir leur mission qu'à la condition de mettre leurs opinions, leurs convictions personnelles sous le boisseau. C'est bien ici que le bât blesse. Jouer de l'amitié revient donc à créer une vulnérabilité, à un moment ou un autre, dans la chaîne de décision. Cette diplomatie d'influence-là peut mener à un scénario « d'arroseur-arrosé ». Les « connivences patiemment construites » ne sont pas sans rappeler les affaires d'anciens chefs d'État avec des pays africains ou la manière dont le locataire de l'Hôtel de Brienne de 2012 à 2017 utilisait les relations personnelles, ses « amitiés » pour vendre des armes françaises à l'étranger¹². Il ne fait aucun doute que Jean-Yves Le Drian évoque dans son propos l'amitié personnelle et non l'amitié entre deux États qui est une figure de rhétorique en relations internationales ; par exemple l'amitié franco-allemande (Grosser, 2012) ou l'amitié franco-américaine (Belkin, 2012) d'ailleurs bien malmenée depuis l'élection de Donald Trump.

Cette approche réaliste de la diplomatie d'influence mérite d'être complétée – bien que le récit ne puisse être verbalisé officiellement (*untellable stories*) (Pearce, 2005). En partant du postulat que les affaires culturelles sont perçues comme un aspect mineur de la politique étrangère de la France, il reste à comprendre comment elles peuvent être utilisées pour des objectifs qui sont moins nobles, comme l'augmentation du commerce extérieur ou le renforcement des accords sur des questions de sécurité. Deux éléments sont à prendre en compte, le premier sur le parcours personnel de Jean-Yves Le Drian, le second sur le Louvre Abu Dhabi comme illustration de la politique d'influence française.

Le parcours politique de Jean-Yves Le Drian indique que les affaires culturelles n'ont jamais été une priorité dans sa carrière. Membre de la commission Défense de l'Assemblée nationale dès son élection en 1977, son arrivée au ministère de la Défense en 2012 marque l'apogée d'un parcours et d'un intérêt constant pour la chose militaire. En 2017, il souhaite rester à son poste mais Emmanuel Macron lui offre finalement le Quai¹³. De son passage à la Défense, on retiendra surtout qu'il fut le commis voyageur du lobby de l'armement. 24 Rafales vendus au Qatar en 2015 ou encore 48 Rafales, des missiles et une frégate vendus à l'Égypte du général Sissi restent son bâton de maréchal. D'après le *Stockholm International Peace Research Institute*, la France est passée de la 5^e et à la 3^e place des pays exportateurs d'armes entre 2015 et 2019¹⁴. Jean-Yves Le Drian s'est aussi fait remarquer par ses contradictions sur ces ventes d'armes¹⁵. C'est probablement dans cet exercice à hauts risques de ventes d'armes françaises que le ministre a peaufiné sa conception particulière de l'amitié – amitié avec les chefs d'État et non avec les États – avec un même objectif affiché, celui de créer des milliers d'emplois en métropole.

Le second élément à prendre en compte est la signification réelle du Louvre Abu Dhabi dans la diplomatie d'influence. Le million de visiteurs annuel en 2018 et en 2019 – même si c'est un résultat notable (10 millions pour le Louvre 'Paris' et 3 millions pour Beau-

.....

12. Forestier, Patrick (2018), « Jean-Yves Le Drian, ministre de la « mafia » bretonne », *L'Express*, 30 juin 2018.

13. *Ibid.*

14. Stockholm Peace Research Institute (SIPRI) (2020), Arms Industry Database. Disponible sur le site : <https://sipri.org/databases/armsindustry>. Consulté le 7 mai 2020.

15. Amnesty International (2019), « Armes françaises au Yémen : trois mensonges d'état »

19 avril 2019. Disponible sur le site : <https://www.amnesty.fr/controle-des-armes/actualites/armes-francaises-au-yemen-un-mensonge-detat>. Consulté le 7 mai 2020.

bourg) – n'est pas suffisant pour expliquer l'engouement des décideurs français pour le projet. Sa genèse remonte à la fin du quinquennat de Jacques Chirac. Le 13 août 2005, Philippe Douste-Blazy, ministre des Affaires étrangères entame un dialogue qui se conclut avec l'inauguration du musée le 8 novembre 2017 (Peyre, 2018, pp. 165 sq.). Tout d'abord sur la simple question de la chronologie, force est de constater que la diplomatie d'influence était déjà à l'œuvre bien qu'elle ne portât pas ce nom. Ensuite, la création du Louvre ne peut pas être séparée des autres projets franco-émiriens qui voient le jour à la même période, notamment la base militaire d'Abu Dhabi. Le rôle de cette dernière est précisé dans le Livre blanc de la défense 2008 (Défense et Sécurité nationale, 2008). Un Arc de crise s'étend de l'Atlantique à l'Océan Indien y lit-on. Bien que dispersés dans des sous-ensembles régionaux, des conflits pourraient se connecter et mettre ainsi en péril la sécurité de la France (Défense et Sécurité nationale 2008, pp. 43-44). La France a donc le devoir de s'engager dans cette région. Si elle délaisse la mer Rouge, elle envisage de se redéployer aux Émirats Arabes Unis avec lesquels elle a signé un premier accord de défense le 18 janvier 1995. Le 26 mai 2009, Nicolas Sarkozy inaugure la base militaire d'Abu Dhabi qui est présentée comme le symbole d'un partenariat multiforme entre les deux États (Boulanger, 2011). Sans aucun doute possible, les considérations stratégiques priment dans les relations bilatérales tant du côté français qu'émirien. La base militaire et les opérations de contre-terrorisme qui s'étendent jusqu'en Afrique de l'Ouest de même que les ventes d'armes importent plus que le Louvre. Mais ce dernier est aussi un point de diversion confortable. Les diplomates et la classe politique française préfèrent discuter d'un musée à vocation universelle plutôt que de s'interroger sur le bien-fondé d'une politique étrangère française introuvable au Moyen-Orient – et plus récemment au Sahel. Le locataire du Quai d'Orsay garde un œil vigilant sur la coopération militaire avec les Émiriens autant que sur les possibilités de ventes d'armes. L'un des principaux risques de cette diplomatie de la canonnière qui prend les atours de l'universalisme est de se retrouver piégé dans des conflits que la France nourrit par ses ventes d'armes comme au Yémen¹⁶. Dans un monde où il n'y a plus de puissance dominante (Badie, 2019), des États comme la France multiplient les « coups » politiques et diplomatiques, en Libye au Mali, sans grande cohérence.

L'absence de moral, en dépit des discours officiels, est choquante au bout du compte car elle suggère que la mondialisation des marques muséales est utilisée, sans jamais l'avouer, comme un moyen de faire rentrer des devises. Mais il y a toujours un prix à payer quand on s'aventure loin de nos latitudes. Prenons l'exemple du Centre Beaubourg de Shanghai inauguré en novembre 2019. La diplomatie française peut-elle encore se permettre, comme elle le faisait traditionnellement, d'évoquer la situation des droits de l'homme en Chine (Mangin, 2001, p.91) ? L'actuel ministre de l'Europe et des Affaires étrangères n'est pas dupe de cette situation. Réaliste dans la pratique malgré un libéralisme de façade, il poursuit au Quai d'Orsay la politique de son prédécesseur sans avoir renoncé à ses prérogatives précédentes quand il était locataire de l'Hôtel de Brienne, sur les ventes d'armes notamment.

Le dépassement dialectique recherché par Jean-Yves Le Drian pourrait être celui de la réalité des Relations Internationales et du discours sur la diplomatie d'influence appliquée à la culture, en le formulant simplement comme de la « communication politique ». La réalité du Quai d'Orsay, c'est aussi l'évolution sur le moyen terme d'un désengagement de l'État, moins de crédits et dans le cas du gouvernement Philippe des arbitrages budgétaires à Bercy qui ne se font plus en faveur de l'ex-ministre de la Défense.

.....

16. Amnesty International, 2019, *op. cit.*

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Badie, Bertrand (2019), *Le temps des humiliés : pathologie des relations internationales*, Paris : Odile Jacob.
- Bacot, Paul *et al.* (dir.) (2010), *Mots – Les langages du politique. Trente ans d'étude des langages du politique (1980-2010)*, n° 94, novembre 2010.
- Anholt, Simon (1998), "Nation-Brands of the Twenty-First Century", *Journal of Brand Management*, 5 (6), p. 395–406.
- Badel, Laurence (2006), « Pour une histoire de la diplomatie économique de la France », *XXe Siècle*, n° 90, 2006/2, p. 169-185.
- Bambridge, Tamatoa *et al.* (dir.) (2004), *Francophonie et mondialisation*, *Hermès La Revue*, n° 40, Paris : CNRS Editions.
- Belkin, Paul (2011), *France: Factors shaping foreign policy and issues in US-French relations*, Washington : CRS Report for Congress.
- Boulanger, Philippe (2011), « Le positionnement géostratégique de la France dans le golfe Arabo-Persique : la base interarmées d'Abu Dhabi », *Outre-Terre*, n° 29 (3), p. 531-537.
- Cronen, Vernon E ; W. Barnett, Pearce (1980), *Communication, action, and meaning: The creation of social realities*, New-York : Praeger.
- Défense et Sécurité nationale. Le livre blanc* (2008), préface de Nicolas Sarkozy, Paris : Odile Jacob-La Documentation Française.
- Fabius, Laurent (2013), « Entretien avec Laurent Fabius, Ministre des Affaires étrangères et européennes », *Revue internationale et stratégique*, 2013/1, n° 89, p. 51-65.
- Fregonese, Pierre-William (2019), *De la stratégie culturelle française au XXIème siècle*, Paris : Classique Garnier.
- Guéraiche, William (1998), « François Méjan-Maurice Deixonne : une amitié entre nécessité politique et tentation de l'histoire », *Revue de l'OURS*, n° 3, juin 1998, p. 63-78.
- Guéraiche, William (2018), « Diplomatie culturelle, un exercice rhétorique ? L'exemple du Louvre Abu Dhabi, musée universel. », *Hermès La Revue*, n° 81, p. 183-191.
- Grosser, Alfred (2012), « L'amitié franco-allemande », *L'Europe en Formation*, n° 366, p. 11-16.
- Haize, Daniel (2018), « La diplomatie culturelle de la France de 1995 à nos jours: principaux repères », L'Harmattan, [en ligne], consulté le 7 mai 2020, <https://www.editions-harmattan.fr/index.asp?navig=catalogue&obj=article&no=32568&razSqlClone=1>.
- Kazerouni, Alexandre (2013), *Le miroir des cheikhs. Musée et patrimonialisme dans les principautés arabes du golfe Persique*, Thèse de doctorat, science politique, Paris : Institut d'études politiques, 2 volumes, 1124 p.
- Kessler, Marie-Christine (2018), « La diplomatie culturelle » in Balzacq, Thierry *et al.*, *Manuel de diplomatie*, Paris : Presses de Sciences Po (collection « Relations Internationales »), p. 263-274.
- Labbé, Dominique ; Savoy, Jacques (2020), "Stylistic analysis of the French presidential speeches: Is Macron really different?", *Digital Scholarship in the Humanities*.
- Lequesne, Christian (2017), *Ethnographie du Quai d'Orsay*, Paris : Cnrs Edition.
- Lockie, Stewart (2017), "Post-truth politics and the social sciences", *Environmental Sociology*, 3:1, p. 1-5.

- Mengin, Françoise (2001), « La politique chinoise de la France : Du mythe de la relation privilégiée au syndrome de la normalisation », *Critique internationale*, n° 12(3), p. 89-110.
- Miège, Bernard (2017), *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble.
- Morgenthau, Henry (1948), *Politics Among Nations. The Struggle for Power and Peace*, NYC : Alfred A. Knopf.
- Nye, Joseph S. (1990), "Soft power", *Foreign policy*, (80), pp. 153-171.
- Oger, Claire ; Ollivier-Yaniv, Caroline (2006), « Conjuré le désordre discursif. Les procédés de "lissage" dans la fabrication du discours institutionnel », *Mots. Les langages du politique*, n° 81, p. 63-77.
- Ollivier-Yaniv, Caroline (2003), « Les communicants gouvernementaux au secret : croire et faire croire à la transparence politique. », *Quaderni, Secret et pouvoir : les faux-semblants de la transparence*, n° 52, Automne 2003, p. 105-115.
- Pearce, W. Barnett (2005), "The coordinated management of meaning (CMM)". *Theorizing about intercultural communication*, Thousand Oaks : SAGE, p. 35-54.
- Peyre, Nicolas (2019), *La mondialisation des marques muséales et la diplomatie d'influence. Le Centre Pompidou Málaga*, Thèse de doctorat, Université Toulouse 1 Capitole.
- Peyre, Nicolas (2020), « La mondialisation des marques muséales et la diplomatie d'influence. Le Centre Pompidou Málaga. », *Culture & Musées*, n° 36, 2020, p. 209-213.
- Strobel, Pierre (1993), « L'utilisateur, le client et le citoyen : quels rôles dans la modernisation du service public ? », *Revue des politiques sociales et familiales*, n° 32 (1), p. 31-44.
- Tenzer, Nicolas (2013), « La diplomatie d'influence sert-elle à quelque chose ? », *Revue internationale et stratégique*, 2013/1, n° 89, p. 77-82.
- Tenzer, Nicolas (2018), « L'expertise internationale et la diplomatie d'influence », Balzacq T. et al., *Manuel de diplomatie*, Paris : Presses de Sciences Po, p. 341-351.
- Turbet Delof, Yohann (2018), « La culture de l'influence : histoire d'un soft power français à réinventer », *Revue internationale et stratégique*, 2018/1, n° 109, p. 36-46.