

FIRMES, GÉOPOLITIQUE ET TERRITOIRES

**Université Nancy 2
9 et 10 septembre 2010**

**Colloque organisé par le Département de Géographie de
l'Université Nancy 2 et le Comité National Français de
Géographie (Commission Industries et Emploi et Commission
de Géographie Politique et Géopolitique)**

Comité scientifique : Mark Bailoni (*Université Nancy 2*), Alexis Bautzmann (*Magazine Diplomatie*), Giuseppe Bettoni (*Università di Roma 2*), Laurent Carroué (*Institut Français de Géopolitique*), Sylvie Daviet (*Université de Provence*), Michel Deshaies (*Université Nancy 2*), Simon Edelblutte (*Université Nancy 2*), Jacques Fache (*Université de Nantes*), Jennifer Heurley (*Ministère des Affaires Etrangères et Européennes*), Pascal Lorot (*Institut Choiseul*), Paul Reuber (*Universität Münster*), Stéphane Rosière (*Université de Reims*), Philippe Subra (*Institut Français de Géopolitique*), Richard A. Walker (*University of California, Berkeley*).

Comité d'organisation : Mark Bailoni (*Université Nancy 2*), Sylvie Daviet (*Université de Provence*), Michel Deshaies (*Université Nancy 2*), Stéphane Rosière (*Université de Reims*).

Contact : mark.bailoni@univ-nancy2.fr

Le septième colloque de la Commission « Industries et Emploi » du Comité National Français de Géographie (CNFG), organisé en partenariat avec la Commission de « Géographie politique et Géopolitique », se tiendra pour la première fois à l'Université de Nancy 2. A l'instar des précédentes manifestations, les interventions feront l'objet d'une publication sous forme d'actes.

Ce colloque se déroulera sur deux jours, les 9 et 10 septembre 2010. Il sera, comme les précédentes éditions, décomposé en quatre demi-journées (trois demi-journées d'ateliers de travail, une demi-journée consacrée à une visite de terrain).

Diffusé en juin 2009, cet appel à communication sera clos au 31 décembre 2009. Le programme définitif du colloque sera établi par le comité scientifique au printemps 2010.

PROBLÉMATIQUE SCIENTIFIQUE

Géopolitique, économie politique, géoéconomie : de quoi parle-t-on ?

Les relations entre politique et économie nous plongent sans doute dans une histoire lointaine, ayant donné lieu à plusieurs concepts au cœur de notre problématique. L'**économie politique** naît avec Adam Smith dont le célèbre ouvrage, *la Richesse des Nations*, n'est pas étranger à l'intervention de l'État. La **géopolitique** étudie quant à elle la fabrication des territoires par la puissance politique ou économique. Les **firmes multinationales**, étudiées notamment dans le cadre de la **géographie économique**, s'imposent enfin comme acteurs majeurs de l'économie et de la puissance des territoires. Dans le monde de l'après Seconde Guerre mondiale, la grande entreprise américaine — de la *United Fruit* à la *Paramount Pictures* —, incarne ainsi le leadership des États-Unis sur la planète mais aussi une politique de puissance dans laquelle les intérêts de l'État et ceux de ses grandes entreprises sont étroitement imbriqués. Avec la fin de la guerre froide, les enjeux de pouvoir entre puissances semblent se déplacer, encore plus nettement, sur le terrain de l'économie. Pascal Lorot¹ souligne que « la conquête des marchés et la maîtrise des technologies les plus avancées a pris le pas sur celle des territoires ». Edward Luttwak traduit cette évolution en annonçant le basculement de la géopolitique vers la **géoéconomie**. Les objectifs de cette géoéconomie naissante font l'objet de nouveaux travaux scientifiques, laissant une large place à la confrontation

1 A noter en France depuis 1997, l'existence de la revue *Géoéconomie*, dirigée par Pascal Lorot et Jean-François Daguzan. Pascal Lorot définit la *géoéconomie* comme l'analyse des stratégies économiques et commerciales des états et des entreprises visant à acquérir la maîtrise de technologies clés et/ou à conquérir des segments du marché mondial en tant qu'éléments de puissance et de rayonnement international.

des idées (Luttwak, 1990 ; Nye, 1992 ; Cohen, 1996 ; Lorot, 1999). Pour Jacques Levy (2003), la géoéconomie est une lecture géopolitique de l'économie. A l'issue d'une période d'intense mondialisation, alors que le système économique international plonge depuis 2008 dans une crise sans précédent, l'objet de ce colloque est d'interroger le triptyque firmes, pouvoir et territoire.

Le monde contemporain se caractérise en effet par un rôle grandissant des firmes et des acteurs économiques d'une façon générale. Ce rôle est, pour partie, le résultat d'une forme de "**retrait de l'État**" tel que Susan Strange a pu le théoriser dans les années 1990. Ce "retrait" s'est exprimé autant à l'intérieur des États par un désengagement des pouvoirs centraux, dans la perspective de l'ajustement structurel prôné par les institutions financières internationales, que par l'action nouvelle d'**acteurs transnationaux**, comme les ONG, qui modifient l'approche classique des relations internationales. La crise actuelle va-t-elle sanctionner "**un retour de l'État**" ? Il est sans doute encore trop tôt pour le dire, mais la théorie du « toujours moins d'État » semble désormais bien écornée. Quel est le rôle des firmes sur les territoires ? Quelles sont les stratégies mondiales des firmes et leur capacité à investir les lieux de pouvoir ? Comment sont-elles à leur tour prises dans l'orbite des ambitions nationales ? Comment sont-elles impliquées dans les conflits, les questions de défense et de sécurité ?

C'est à ces **axes de réflexion** que ce colloque tentera de répondre, en s'ouvrant largement aux travaux des géographes, mais aussi aux autres disciplines concernées par cette problématique (économie, histoire, sciences politiques etc.). Des approches transversales seront également les bienvenues.

I. Le rôle des firmes sur les territoires

Le rôle des firmes peut être envisagé en ce qu'elles sont les acteurs les plus caractéristiques de la «mondialisation», notamment les firmes dites «transnationales» (Dollfus, 1997 ; Carroué, 2002). Elles exercent ainsi une influence considérable sur la géographie des échanges et de la production dans la mesure où leurs **décisions d'implantation ou de délocalisation** d'activités économiques, dans leur recherche permanente d'avantages compétitifs, peuvent modifier rapidement la répartition et l'importance de la création de richesse. Cependant, les firmes jouent un **rôle multiscale** et leur action peut être analysée autant à petite échelle qu'à grande échelle.

Elles jouent un rôle important, mais inégal dans le fonctionnement et **l'aménagement des territoires**. L'arrivée des grandes compagnies industrielles et minières peut en effet brutalement transformer les équilibres politiques des territoires concernés. Leur départ peut entraîner d'autres bouleversements géopolitiques considérables dans des régions économiquement trop spécialisées, en créant de nouveaux enjeux entre acteurs locaux pour la **reconversion des sites**, en provoquant à l'échelle nationale, voire internationale, une nouvelle forme de **rivalités entre les territoires** industriels pour attirer de nouvelles activités (concurrence entre La Rochelle et Sarreguemines pour attirer l'usine *Smart*, concurrence entre le Pays de Galles, l'Ecosse et le Nord-Est anglais pour attirer une usine *LG*, etc.), ou en déclenchant des **contrecoups sociaux**. Les décisions d'implantation ou au contraire de fermeture de nouvelles usines automobiles ou sidérurgiques ont des conséquences d'autant plus lourdes pour les territoires concernés qu'ils sont dépendants d'activités peu diversifiées. Le cas extrême est celui de territoires périphériques, comme dans le Grand Nord canadien, le désert australien, ou une partie de l'Ouest américain, où

l'exploitation de ressources minières ou énergétiques, entièrement contrôlée par une compagnie, rend ces territoires totalement dépendants de celle-ci.

II. Stratégies mondiales des firmes, lobbys et lieux de pouvoir

Les stratégies des firmes à la recherche de localisations avantageuses reposent toujours sur une extrême sélectivité des territoires où **zones franches** et **paradis fiscaux** tiennent une place de choix. Les zones franches offrent des allègements fiscaux et sociaux ; les paradis fiscaux permettent aux firmes de prospérer à l'abri des regards indiscrets et sous la protection rapprochée du secret bancaire. Aptes à s'agglomérer, ne serait-ce que par boîte postale interposée, là où les mailles du droit lui sont favorables, la logique de localisation des firmes réside notamment dans un positionnement idéal du siège ou d'une de ses filiales. **Comment s'élabore la stratégie spatiale des firmes ?** Alors que l'actualité de la crise financière mondiale fixe les projecteurs sur les « trous noirs » du système bancaire international, nous tenterons de faire le point sur ce que révèle la géographie des zones franches et paradis fiscaux.

Toutefois, bien à l'amont, les grandes firmes ressentent le besoin de surveiller l'élaboration des nouvelles législations, voire peser sur leur contenu, ou même élaborer de part en part une législation favorable à tel ou tel secteur. Les grandes entreprises et associations professionnelles se doivent donc d'être présentes à **Bruxelles** comme à **Washington**, afin « d'infiltrer » autant que possible les lieux et milieux du pouvoir politique, économique et parfois scientifique. Comment les **lobbys** s'organisent pour maîtriser les lieux du pouvoir ? Entendre d'où vient le vent ? Suivre les rumeurs dans les couloirs de **Davos**, comme dans ceux des grandes **places boursières** ? La question mérite d'être posée, sachant que les lieux stratégiques peuvent être, dans certains cas, les **laboratoires** où fermentent les innovations de demain.

Colloque Firmes, géopolitique et territoires Appel à communication

Comment faire en sorte que l'appel à projet de tel ou tel programme scientifique cible la bonne question de recherche ? Celle qui figurera en bonne place des questions éligibles dudit programme ? Pour les grandes firmes d'aujourd'hui, il est sans doute utile de connaître de plus en plus finement le paysage scientifique, les universités et centres de recherche où les budgets sont potentiellement disponibles et les brevets stratégiques ont des chances de voir le jour.

Enfin, le concept d'**intelligence économique** et la **veille stratégique** qu'il sous-tend s'inscrivent dans cette grille de lecture entre géopolitique et géoéconomie. La question a éclaté au grand jour en France à l'occasion de « l'affaire Gemplus ». Cette entreprise française qui excelle dans le domaine de la cryptologie et le marché de la carte à puce dans les années 1990 tombe sous la coupe d'un fonds de pension américain au début des années 2000. Où l'on découvre que son nouveau PDG Alex Mandel, ancien membre d'ATT, était en outre membre du BENS (*Business Executives for National Securities*), un organisme qui conseille la CIA et le Pentagone sur les nouvelles technologies. Depuis les années 1990, l'intelligence économique est devenue un marché avec ses cabinets spécialisés. Instrument politique et stratégique, l'intelligence économique est mise en œuvre par les entreprises et les Etats. Mais depuis le rapport alarmiste de B. Carayon en 2003, la France et l'Europe ont-elles rattrapé leur retard ? Qu'en est-il de ce nouveau marché de l'intelligence économique ?

III. Les firmes dans la logique des ambitions nationales et des symboles identitaires

L'inverse est aussi vrai, à savoir que les entreprises sont, à leur tour, dépendantes du pouvoir et sujettes à des prises de contrôle, à moins que la porosité des mondes politique et économique soit si ténue qu'il en devienne malaisé d'établir une ligne de démarcation. Il n'est pas rare qu'un groupe d'industriels accompagne un chef d'Etat dans un voyage

diplomatique qui se termine par la signature de **contrats**. Les multinationales ont dans ce cas une nationalité clairement identifiée, mais est-il toujours aisé de définir la **nationalité des multinationales** ? La démarche est souvent contestée. Le politique est également à l'initiative dans une réunion de l'OMC ou de chefs d'Etats lorsque se négocie le fonctionnement d'un marché ou la teneur d'une mesure environnementale. Les Etats sont attentifs à ce qui s'apparente à leurs intérêts économiques : exception culturelle contre libéralisation des services, subvention des productions agricoles, défense ou non des phoques ou des baleines !...

Le rôle des Etats n'a en réalité jamais cessé d'exister. De la coupure du gaz russe, au prix du pétrole défini par les pays producteurs en passant par le CFIUS (*Committee on Foreign Investment in the United States*), les liens entre pouvoir politique et économique sont demeurés étroits et complexes. L'ascension des **firmes des pays émergents** dans les classements internationaux est une traduction des nouveaux rapports de force internationaux. *Lenovo* s'est implanté aux Etats-Unis, *Mittal* en Europe et leurs prises de contrôle respectives (la filiale ordinateur d'*IBM* ou la sidérurgie d'*Arcelor*) sont autant de symboles de la puissance acquise par ces nouveaux géants, mais aussi corrélativement de la recomposition des rapports de force internationaux et de l'avènement d'un nouvel équilibre géoéconomique global. Laurent Carroué a récemment souligné à quel point l'émergence des **fonds souverains** témoigne de la montée irréversible de la multipolarité des structures géoéconomiques mondiales.

Le rayonnement international d'une firme renforce le **prestige** d'une nation, même en période de mondialisation. Le rachat de *Jaguar* et *Land Rover* par l'indien *Tata Motors* est extrêmement symbolique : une entreprise de l'ancienne colonie rachète l'un des fleurons industriels de l'ancienne métropole coloniale. La percée des firmes chinoises et indiennes crée des inquiétudes en Europe et remet en cause le prestige du Vieux Monde, du moins dans les consciences.

Le lien entre **firme et identité** est en effet très étroit. Il se mesure au niveau des Etats, mais également à une échelle plus grande : de nombreux territoires locaux ou régionaux s'identifient à une firme. Toute mutation économique entraîne un bouleversement des consciences et donc des équilibres géopolitiques, particulièrement visible dans les évolutions de la **géographie électorale**.

IV. Firmes, conflits et défense

Dans certains États, et notamment les plus pauvres, les entreprises étrangères jouent **un rôle décisif qui va bien au-delà de leur fonction économique**. Citons par exemple les compagnies pétrolières dans les pays les moins avancés, ou en Russie, qui s'avèrent déterminantes pour la survie des régimes en place. Dans certains **conflits**, les firmes jouent éventuellement un rôle décisif ; ce fut le cas de la guerre du Biafra (1967-70) durant laquelle des firmes pétrolières soutenaient soit l'État fédéral nigérian, soit la rébellion biafraise. Le rôle des lobbys des industriels de l'**armement** dans le déclenchement de certaines guerres est aussi bien connu, par exemple au Vietnam en 1964 ou Irak en 2003.

Les conflits armés sont par ailleurs devenus un marché et les **firmes de sécurité**, sinon de « guerre clef en main », en sont devenues acteurs incontournables (Renou, 2005). En Irak, à partir de 2007, le Président Bush s'est appuyé davantage sur des sociétés

sous contrat que sur les forces armées pour assurer la sécurisation et la reconstruction du pays. La firme *Blackwater* y a ainsi acquis une « notoriété » certaine, avant de devenir indésirable dans le pays en janvier 2009. Mais le marché de la sécurité dépasse les seuls conflits armés : une filiale de *BOEING* (*Boeing Integrated Defense Systems Unit*) s'est développée sur le marché de la sécurité et conduit le consortium de sociétés retenu pour la création de la clôture (*fence*) décidé dans le cadre du programme *Secure Border Initiative* en 2006. Par ailleurs, les conflits ne sont pas tous armés. Les firmes exploitant les ressources de la planète sont aussi, de plus en plus souvent, impliquées dans des **conflits environnementaux** qui les opposent aux populations locales, soutenues par des ONG cherchant à remettre en cause, au nom du développement durable, de grands projets d'investissement. De plus en plus, les firmes doivent ainsi « soigner » leur image et présenter un visage présentable en matière environnementale, sous peine de voir remettre en cause, par les Etats soumis à la pression de l'opinion, les projets les plus ambitieux.

Ainsi, et de façon multiforme et multiscalaire, se pose la question du rôle géopolitique des firmes soulignant la double perméabilité des catégories d'acteurs dans le système international et celle de la géopolitique qui ne peut plus être résumée à une forme « géographique » des relations entre les seuls Etats (Rosière, 2008).

Les propositions de communication sont à adresser avant le 31 décembre 2009 au secrétariat du colloque, de préférence par courrier électronique, ou par voie postale :

Mark Bailoni

Département de Géographie - Campus Lettres et Sciences Humaines

3 place Godefroi de Bouillon - BP 3317

54015 Nancy cedex.

mark.bailoni@univ-nancy2.fr

Les propositions devront comporter le titre de la communication, un résumé d'une page (3 000 signes) accompagné de 5 mots-clés, l'indication du thème dans lequel s'inscrit la communication ainsi que les coordonnées complètes de l'auteur.