

La guerra economica nell'analisi di Christian Harbulot e Jean Pichot-Duclos

Secondo Christian Harbulot e Jean Pichot-Duclos, autori nel 2003 di *La France doit dir non* (La Francia deve dire no), il rifiuto di guardare in faccia la realtà impedisce alla maggioranza dei francesi di riconoscere la virtù sempre attuale del detto latino *si vis pacem, para bellum* (se vuoi la pace, prepara la guerra). I due autori di questa analisi appartengono a mondi distanti: il primo è un generale che ha iniziato la carriera come luogotenente della Prima Repubblica al tempo del colpo di Stato d'Algeria, il secondo è un militante maoista coinvolto nella lotta clandestina dopo essersi formato all'Istituto di Studi Politici di Parigi (Sciences Po). Il loro denominatore comune è il desiderio di contribuire a fare chiarezza sulla necessità da parte della Francia di lottare per il proprio avvenire, senza mentire a se stessa e senza arrendersi al peggio.

In Francia, fino alla primavera del 1998, le previsioni economiche erano tali da indurre all'ottimismo: la crescita ripartiva e la disoccupazione era in calo. L'opinione pubblica s'interessava al destino presidenziale di Lionel Jospin e a quello della destra parlamentare come se fossero queste le uniche incognite in grado di determinare il futuro prossimo della nazione. Nel breve volgere di pochi mesi lo scenario mondiale è invece radicalmente cambiato e le prospettive si sono fatte più cupe. Il miraggio del villaggio globale è stato oscurato dalla crisi asiatica, dalla corsa agli armamenti nucleari di India e Pakistan, dalla destabilizzazione della Russia e dalle turbolenze del mercato azionario alimentato da irresponsabili speculazioni bancarie. Alle porte non c'erano imminenti conflitti nucleari o militari, ma guerre combattute con armi più subdole, che indebolivano progressivamente la posizione della Francia sullo scacchiere internazionale.

I due autori denunciano la tendenza cronica della Francia a cadere in stati di amnesia che le impediscono di trarre le dovute conseguenze da ciò che accade. L'inno alla pace non ha impedito a Hitler di mettere a ferro e fuoco l'Europa dopo

la Conferenza di Monaco del 1938. Da allora sono trascorsi solo pochi decenni e la Francia è di nuovo sul punto di commettere gli stessi errori. Se il mondo verso cui si tende non è quello al quale aspiriamo, non resta che lottare.

La Francia, che dall'Illuminismo all'epoca della decolonizzazione ha sempre ricoperto un ruolo di primo piano sulla scena internazionale, nel secolo scorso ha visto il suo rango di grande potenza progressivamente ridimensionato a quello di media potenza. Oggi è chiamata a decidere se tornare a essere pienamente cosciente della propria importanza o rassegnarsi all'inevitabile declino. In un contesto come quello attuale, segnato dalle complesse dinamiche imposte dal mercato globale, la sfida si presenta particolarmente ricca di insidie. Sembrano infatti mancare linee guida che possano ispirare un'azione concreta e lo stesso pensiero strategico appare in crisi.

L'ultimo politico francese dotato di una visione lungimirante capace di ridare delle prospettive alla Francia, spingendola oltre i propri limiti, è stato de Gaulle. Nessuno ha però saputo raccogliergli il testimone. Oggi, quasi a voler esorcizzare il declino, si fa notare che la Francia è ancora al quarto posto mondiale per le esportazioni, ma questo dato di fatto non basta a chi s'interroga sul destino del Paese nell'assemblea delle nazioni e sul senso della sua lotta. Voci isolate, come quelle del generale Beaufre o di Michel Crizier, denunciano da tempo la carenza di pensiero strategico e la sclerosi organizzativa che contribuiscono a relegare la Francia in una posizione sempre più subalterna rispetto a quella delle altre potenze. I loro scritti sono stati tradotti e divulgati anche all'estero, ma il loro messaggio è rimasto lettera morta.

Oggi la Francia appare rassegnata a una condizione di vassallaggio rispetto all'impero dominante. Anche quando i suoi principali alleati o concorrenti affermano le proprie strategie di potenza, la Francia rinuncia a farsi valere sul piano internazionale, preferendo attaccarsi alle sottane dell'Europa. Molti Paesi si muovono agilmente nel nuovo scenario dell'economia globalizzata, perseguendo i propri fini particolari: il Canada lungo la costa asiatica del Pacifico; la Spagna in America Latina; la Germania, che nel frattempo è impegnata a costruire un'Unione Europea a sua immagine e somiglianza, nell'Europa centrale e in Asia, mentre sullo sfondo la Cina affila il coltello per limare le unghie di una tigre americana che

scruta con avidità la sua prossima preda.

In Francia, dove il dibattito non va oltre i problemi di politica interna come la disoccupazione o il futuro delle imprese pubbliche, la mancanza di una strategia di potenza autonoma compromette gli interessi nazionali. Americani, giapponesi e tedeschi sono più attrezzati per affrontare le complesse dinamiche del mercato globale, mentre la Francia, la cui identità tende a diluirsi in quella di un'Unione Europea sempre più opaca, non è l'artefice del proprio futuro e appare incapace di seguire una strategia che non sia la brutta copia del modello americano. La necessità per la Francia di poter contare su una strategia propria, in quanto potenza autonoma e sovrana, è invece rivendicata con forza da Christian Harbulot e Jean Pichot-Duclos, secondo i quali i discorsi incantatori sui progressi della scienza e sulla solidarietà delle democrazie non devono far passare in secondo piano la continuità storica dei rapporti di forza tra i popoli.

La Francia è una potenza nucleare e la sua sovranità può contare sulla dissuasione di quest'arma assoluta, ma oggi per far fronte alle minacce che da più parti si profilano all'orizzonte sono necessari anche altri sistemi di attacco e di difesa. Solo così sarà possibile garantire il futuro delle nuove generazioni, difendendo la cultura francese dall'erosione che la sta minando. In caso di fallimento si dovrà piegare alla volontà altrui e accettare un'umiliante condizione di soggezione rispetto alle potenze egemoni. Per scongiurare questa prospettiva, rifiutando di rassegnarsi alla propria decadenza, la Francia deve essere pronta a lottare.

Un'economia da combattimento

Considerando che il mondo si trova in uno stato di guerra economica, assume particolare rilievo il concetto di "economia da combattimento". Opponendosi all'idealizzazione del capitalismo, tal concetto porta allo scoperto la necessità per gli Stati di lottare contro avversari diversi (altri Stati, blocchi economici, imprese, economie criminali), in un contesto sempre più concorrenziale. In un'intervista rilasciata alla rivista "Valeurs Actuelles" nel marzo del 1995, in concomitanza con

l'uscita della traduzione francese del libro tradotto in italiano come *C'era una volta il sogno americano*, Edward Luttwak, esperto di politica internazionale e consulente strategico del governo americano, ha affermato che l'economia mondiale, al termine di un lungo processo di unificazione e globalizzazione favorito dalla *pax americana*, si sta nuovamente frammentando in blocchi d'interesse concorrenti. Secondo Luttwak, gli Stati non si mobilitano più in armi come negli anni '30 del Novecento, ma continuano ugualmente a farsi la guerra utilizzando lo strumento dell'economia. L'economia dei singoli Stati che per assicurarsi la prosperità non esitano a perseguire i propri interessi particolari a danno dei rivali è definita dal politologo statunitense "economia da combattimento". Dopo il crollo del Muro di Berlino, per continuare a crescere in un contesto fortemente competitivo, gli Stati Uniti non hanno altra scelta che trasformare il loro sistema di produzione in una macchina da guerra economica. In caso contrario, conclude Luttwak, l'impero americano dovrà rassegnarsi al declino.

I rapporti di forza tra i grandi Paesi industriali, che durante la guerra fredda non erano al centro della discussione, dominano attualmente la scena politica internazionale. Ormai la forza di un Paese non dipende unicamente dal potenziale bellico, ma anche dalle quote di mercato e dal tasso di crescita. Solo in questa prospettiva è possibile comprendere la portata storica del discorso pronunciato in Senato, il 13 gennaio 1993, dal segretario di Stato americano Warren Christopher, in cui l'alto rappresentante dell'amministrazione Clinton fissava come priorità assoluta della politica estera del governo la tutela degli interessi economici statunitensi. Una dichiarazione che non va presa alla leggera, se si considera che in quello stesso discorso Christopher ha esortato gli Stati Uniti a garantire la prosperità del proprio sistema economico approfondendo la stessa energia e le stesse risorse dispiagate durante la guerra fredda.

Dopo il discorso di Christopher il mondo può ufficialmente essere considerato in guerra economica. Fino agli anni '80 del secolo scorso l'economia di mercato era sempre stata presentata dall'America come una fonte di benessere universale, che avrebbe portato alla creazione di un villaggio globale i cui abitanti sarebbero stati consumatori apolidi dei prodotti delle multinazionali. Nulla di tutto questo rimane nella dichiarazione d'intenti del segretario di Stato americano,

secondo cui la priorità assoluta del governo da lì in avanti sarebbe stata la tutela degli interessi economici statunitensi.

Alle parole di Christopher sono seguiti i fatti, che dimostrano come gli Stati Uniti siano pienamente consapevoli della necessità di favorire le proprie imprese per garantire la prosperità economica del Paese. Non desta alcuno stupore apprendere che nel giugno del 1994 il presidente statunitense Bill Clinton in persona ha indirizzato una lettera al suo omologo brasiliano per favorire l'assegnazione a un'impresa americana della copertura radar dell'Amazzonia. Di fatto, qualche mese più tardi, l'impresa americana Raytheon ha siglato un contratto equivalente a oltre un miliardo di euro battendo la concorrenza della francese Thomson, che aveva avanzato un'offerta migliore. Lettera presidenziale a parte, tale vittoria è stata favorita da una campagna di stampa orchestrata dai servizi segreti americani per denunciare le tangenti versate dall'impresa francese a ufficiali brasiliani.

La guerra economica, combattuta ad alto livello dai capi di Stato, si riflette anche in dettagli che rischiano di passare inosservati. Per gli Stati non si tratta più solo di una guerra sui prezzi, ma di scontri commerciali in cui ogni mezzo è lecito pur di indebolire la posizione dell'avversario e aggiudicarsi nuove quote di mercato. Nel febbraio del 1995 cinque agenti segreti americani sono stati espulsi dalla Francia perché accusati di spionaggio industriale. Il fatto è tanto più significativo se si considera che non era mai accaduto che gli Stati Uniti ricevessero un affronto simile da parte di un Paese alleato. Qualche mese più tardi, a luglio, la rivista "Expansion2" ha denunciato i sistemi adottati dalla CIA per destabilizzare le imprese francesi, rivali delle americane in settori strategici di primaria importanza quali l'aeronautica, la ricerca spaziale, l'agricoltura e le telecomunicazioni.

Allo stato attuale, non esiste un'economia da combattimento alla francese, ma la Francia in passato l'ha già praticata. Luigi XIV, ad esempio, condusse una guerra economica spietata contro i protestanti in esilio, spiati nei comportamenti e danneggiati nelle attività commerciali quando avevano successo. Altri aspetti poco conosciuti della storia francese sono stati rivelati in un articolo apparso su "Le Monde" nel settembre del 1997: per favorire le manifatture della corona, in ritardo tecnologico rispetto a quelle dei rivali inglesi, Luigi XV creò un ufficio segreto,

affidato a Trudaine, la cui missione consisteva nel cercare di reperire all'estero quello che la Francia non era stata in grado di inventare. In seguito Napoleone fu l'artefice di una strategia di lotta economica contro la Gran Bretagna: preoccupato per le possibili conseguenze del blocco navale inglese, l'imperatore affidò a Chaptal, ministro dell'Interno e dell'Industria, la direzione della SEIN (Société d'Encouragement pour l'Industrie Nationale), che diventò in breve tempo il fulcro di una fitta rete d'informazioni sull'organizzazione economica e sui progressi tecnologici delle potenze rivali.

In tempi più recenti, all'inizio degli anni '30, un deputato francese scandalizzò l'Assemblea Nazionale agitando una camicia giapponese per denunciare il rischio rappresentato da quel prodotto per l'industria tessile. Una scena simbolica presto dimenticata, come dimostra il fatto che interi settori di questa industria sono scomparsi a partire dagli anni '70 proprio a causa della concorrenza asiatica.

Alla perdita, volontaria o inconsapevole, della memoria storica si aggiunge l'incapacità politica di andare oltre i vecchi concetti di destra e di sinistra per difendere concretamente gli interessi economici della Francia. La pesante zavorra ideologica che grava sul Paese è stata d'ostacolo in importanti operazioni commerciali, come nel caso del tentativo di acquisizione della Škoda da parte della Renault. In quell'occasione i sindacati francesi hanno seguito con freddezza le trattative con gli operai cechi, altrettanto ostili ai francesi per la loro collaborazione con i sindacati delle democrazie popolari. Così, mentre i sindacati tedeschi sono sempre rimasti in contatto con gli operai cechi cercando di favorire la trattativa con la Volkswagen, quelli francesi non si sono mobilitati neppure quando le delegazioni ceche hanno fatto visita alle officine della Renault.

In Germania i sindacati sanno andare oltre le ideologie e sostengono l'economia nazionale in quanto fonte di occupazione e di benessere collettivo. Se in Francia non si supera lo scarto ideologico che fa sì che i padroni, percepiti dagli operai come nemici, considerino a loro volta lo sciopero generale come la minaccia principale, non sarà mai possibile far fronte comune all'interno di un'economia da combattimento. Per opporsi al pericolo rappresentato dalle economie concorrenti, la Francia deve essere forte e compatta al suo interno come la Germania, il

Giappone e gli Stati Uniti. Rifiutando il concetto stesso di lotta economica, il Paese si vota invece alla disfatta strategica.

In Francia, a causa di questo stallo, si attendono da decenni provvedimenti per rilanciare l'industria, mentre negli Stati Uniti l'amministrazione Clinton ha chiarito fin dall'inizio del suo primo mandato che la priorità americana sarebbe stata la tutela degli interessi economici nazionali. Consapevole del rischio di vedere le proprie posizioni indebolite dall'inasprimento delle rivalità nel contesto della mondializzazione, lo Stato americano ha deciso di reagire. In un Paese che dalla Dichiarazione d'Indipendenza in poi ha sempre ribadito che il potere politico non deve interferire con l'attività delle imprese, un simile cambiamento segna una linea di demarcazione netta.

La premessa della svolta voluta da Clinton è rappresentata da una serie di campanelli d'allarme che si sono susseguiti nei decenni precedenti. Per coglierne appieno il significato bisogna tornare alla fine degli anni '60, quando il mondo imprenditoriale americano ha cominciato a fare i conti con il crescente peso economico dell'Asia e dell'Europa. A quel tempo le imprese statunitensi non erano ancora attrezzate per contrastare in modo efficace i successi dei concorrenti stranieri, come dimostra il caso dell'industria automobilistica, fiore all'occhiello dell'economia americana. All'inizio degli anni '60 la General Motors ha investito immense risorse finanziarie e umane in una guerra commerciale condotta contro un concorrente americano, la Ford, che a quel tempo non temeva tanto la Toyota, quanto appunto la General Motors. Ci sono voluti anni perché i giganti di Detroit scoprissero che il vero nemico era asiatico.

Gli Stati Uniti hanno subito la penetrazione delle industrie asiatiche anche in un settore strategico come l'elettronica. Tra il 1950 e il 1980 i giapponesi sono diventati i primi costruttori mondiali di microchip e i legami intessuti dalle loro multinazionali con i costruttori americani in crisi hanno cominciato a preoccupare seriamente il Pentagono. Nei primi anni '80 si profilava infatti il rischio di una perdita di indipendenza nello sviluppo tecnologico delle industrie della difesa. In quest'ottica si comprende perché l'amministrazione Clinton ha fissato come prioritaria la tutela degli interessi economici americani.

Le misure adottate dall'amministrazione Clinton per mantenere il

predominio nel mercato globale dipendevano in primo luogo dalla messa a punto di un dispositivo specifico per la lotta economica. Il precedente inquilino della Casa Bianca, George Bush, si era mosso nella stessa direzione, con un'analisi lucida dell'economia americana dalla quale erano emersi i limiti delle multinazionali statunitensi rispetto a quelle nipponiche. In Giappone i sei più importanti gruppi industriali e finanziari, i Kereitsu, erano diventati lo strumento della forza economica e politica del Sol Levante, riunendo 200 diverse compagnie, la metà delle quali forniva al Paese circa un quarto dei suoi utili netti.

Per rinforzare la posizione delle multinazionali americane e contrastare l'aggressività di quelle nipponiche era dunque necessario unire le forze. La prima grande riforma voluta da Clinton rispondeva appunto a questa esigenza, con la creazione di un organismo, il Consiglio Economico Nazionale, che aveva il compito di fornire al governo le informazioni necessarie per mettere in atto la strategia di esportazioni lanciata nel 1993 e allo stesso tempo assicurare alla potenza americana la leadership tecnologica mondiale.

Per esportare mille miliardi di dollari di prodotti entro il 2000 non poteva bastare il dinamismo individuale, ma era innanzitutto necessario un approccio più deciso ai mercati emergenti; perciò i consiglieri di Clinton hanno promosso iniziative mirate ad aggiudicarsi nuove quote di mercato in Messico, Argentina, Brasile, Cina, India, Indonesia, Corea del Sud, Polonia, Turchia e Sudafrica. Clinton, informato dalle agenzie federali e dalle reti private, non si faceva scrupolo di intervenire direttamente nelle trattative per far prevalere le offerte delle imprese americane. I suoi interventi non erano sistematici, ma si materializzavano ogni qualvolta la bilancia sembrava pendere in maniera netta dalla parte delle offerte concorrenti.

Negli Stati Uniti i rapporti tra Stato e imprese sono mediati da svariati organismi, il più importante dei quali è l'Advocacy Center, che ha il compito di elaborare le informazioni provenienti dal Dipartimento di Stato e dal Dipartimento del Commercio. A causa dei costi troppo elevati di ricerca e sviluppo, le imprese che intendono conservare il controllo di una tecnologia nel mercato globale sono obbligate a cooperare tra loro. In tutte le cooperazioni esiste però un dominante e un dominato, dunque è necessario trovare il partner giusto. L'Advocacy Center ha

il compito di garantire che le imprese conservino una posizione dominante laddove sia in gioco l'interesse economico nazionale.

Il problema ha risvolti sia tecnologici che commerciali: dopo aver venduto un satellite da 700 milioni di dollari all'India, il direttore generale dell'Hughes Network System ha constatato che la collaborazione tra il governo e le imprese aveva saputo creare l'offerta commerciale più competitiva al mondo. Secondo i dati diffusi nel 1995 l'Advocacy Center ha permesso di conservare o creare 370.000 posti di lavoro, aumentando le esportazioni per un volume d'affari pari a 25,9 miliardi di dollari, mentre statistiche più aggiornate riferiscono di due milioni di posti di lavoro creati o conservati.

Il potere esecutivo, che non aveva alcun problema a mettersi d'accordo con le grandi multinazionali, incontrava delle difficoltà nel sensibilizzare le imprese medie sulle questioni poste dall'economia da combattimento. A questo scopo è stata creata una rete di Stato, l'Advocacy Network. Le imprese di medie dimensioni, interessate esclusivamente al profitto e a soddisfare i propri azionisti, potevano infatti essere considerate il punto debole dell'economia americana. Per colmare questa lacuna, gli Stati Uniti non hanno esitato a impiegare forme di protezionismo invisibile come la tassazione al 25% sulle importazioni di pick-up, molto superiore rispetto al 2,5% previsto per altri tipi di vetture (tra il '95 e il '96 tre dei quattro veicoli più venduti negli Stati Uniti erano pick-up: questo spiega la differenza).

Il protezionismo invisibile assume anche forme più indirette. In un articolo apparso sulla rivista economica tedesca "Wirtschaftswoche" nel giugno del 1997 è stigmatizzato il fatto che una società straniera interessata ad acquisire una partecipazione in un'impresa di telecomunicazioni statunitense debba compilare almeno 60.000 pagine di moduli scritti in inglese. L'articolo, denunciando la malafede degli americani, spiega inoltre che negli Stati Uniti nessuna impresa straniera può accumulare più del 20% delle quote di partecipazione di una società di telecomunicazioni, perché la Federal Communications Commission (FCC) lo impedisce. Da un lato, dunque, gli americani moltiplicano gli ostacoli per frenare le importazioni e le acquisizioni straniere, dall'altro accusano Paesi rivali come la Germania di chiudere i propri mercati.

Le origini dell'offensiva americana risalgono all'inizio del XIX secolo, quando gli Stati Uniti erano un Paese emergente impegnato a ridurre il più possibile l'influenza europea in America Latina. Nel 1823, in un celebre discorso pronunciato al Congresso, il presidente Monroe auspicava che il continente americano fosse liberato dal giogo degli imperi coloniali. Questa presa di posizione, che poteva sembrare una proclamazione ideale contro il colonialismo, esprimeva in realtà l'idea della supremazia degli Stati Uniti nel continente americano. Dalla dottrina Monroe alla scomparsa definitiva degli imperi coloniali europei, gli Stati Uniti hanno ripetuto spesso discorsi analoghi per mascherare i loro veri obiettivi. Herbert Meyer, ex vicepresidente del Consiglio Strategico della CIA, nel ripercorrere le tappe che hanno portato gli Stati Uniti a diventare i gendarmi del mondo, mette a confronto i periodi che vanno dal 1917 al 1945 e dal 1970 al 1985.

Nel primo periodo gli Stati, ordinati secondo una gerarchia prestabilita, riflettevano l'ideale della Società delle Nazioni, che mirava alla pace mondiale smussando le tensioni. Dopo la catastrofe della Seconda Guerra Mondiale, gli Stati Uniti si sono imposti come nuova superpotenza e l'America è diventata la democrazia modello, garante del mondo libero contro ogni forma di totalitarismo. Il secondo periodo, molto diverso dal primo, è caratterizzato, secondo Meyer, dal predominio dell'economia nella vita delle nazioni. Il margine di manovra degli Stati si è ridotto progressivamente e la rivalità tra le nazioni ha lasciato il posto alla rivalità tra le reti d'impresa.

Meyer non vede all'orizzonte alcun Paese in grado di contrastare la superpotenza americana, che occupa una posizione dominante nella mondializzazione degli scambi. In realtà la progressione del Giappone dal 1960 al 1990 ha allarmato la CIA, che in un rapporto apparso nel luglio del '91 e denominato *Japan 2000* ha invitato il potere politico a prendere le contromisure necessarie per salvaguardare la potenza economica degli Stati Uniti, messa in discussione dal fatto che i giapponesi, essendo diventati i soli produttori di chip elettronici, potevano controllare le imprese americane e danneggiare l'industria bellica e la sicurezza nazionale. L'importanza del rapporto è stata ridimensionata dall'amministrazione americana per non irritare Tokyo, ma i produttori americani di chip elettronici sono stati invitati a unire le loro forze per garantire agli Stati

Uniti il controllo delle tecnologie critiche di difesa. La ragion di Stato ha finito così per prevalere e i produttori di microprocessori americani hanno messo da parte la logica del profitto immediato per difendere l'interesse strategico nazionale.

Con la globalizzazione degli scambi l'informazione è diventata una questione prioritaria e negli Stati Uniti il National Industrial Security Program (NISIP) considera la comunicazione delle informazioni all'estero alla stregua di un atto d'esportazione. Il suo obiettivo è adattare le regole di sicurezza del sistema produttivo americano ai vincoli imposti dalla competizione economica mondiale. Ad esempio, se una società con sede negli Stati Uniti ha più del 5% di capitali stranieri non può avere accesso alle informazioni riservate. Per quanto riguarda le procedure di sicurezza, l'amministrazione americana, adattandosi alla società dell'informazione, si è dotata di un manuale di riferimento comune con il mondo industriale.

Molto prima di Luttwak, già Georges Clemenceau era consapevole dell'importanza dell'economia da combattimento. Dopo la Prima Guerra Mondiale dichiarò che la Francia non doveva temere solo la potenza militare della Germania, ma anche il suo spirito di conquista commerciale. Un disegno di legge presentato il 25 gennaio del 1996 dal senatore Bill Cohen, futuro segretario alla Difesa, proponeva di applicare la legge americana al di fuori dei confini nazionali, se la vittima era americana e se il crimine danneggiava gli Stati Uniti. Un principio di extraterritorialità giuridica ribadito anche nella sezione 577 del disegno legge, in cui si proponeva che i reati commessi da agenti del servizio segreto americano non venissero puniti qualora fossero stati legalmente autorizzati. La sezione 577 non è stata accolta nella versione definitiva della legge, ma giustificava la perplessità sul carattere puramente difensivo della dottrina di sicurezza economica americana. Rivela infatti la parte sommersa della visione strategica esposta da Clinton nel suo secondo discorso d'investitura, in cui gli Stati Uniti erano presentati come la sola nazione indispensabile al mondo. Dalla dottrina Monroe a Clinton il cerchio si chiude: gli Stati Uniti intendono continuare a dirigere il concerto delle nazioni.

La Business Roundtable, un'associazione imprenditoriale che riunisce gli amministratori delegati delle 200 maggiori società americane, si è posta come obiettivo la modifica delle regole del commercio mondiale in funzione degli

interessi americani. La sua missione è influenzare il potere politico per ridurre gli appetiti commerciali delle potenze rivali. Ci sono voluti vent'anni perché la stampa francese prendesse coscienza dell'importanza di questa lobby nel processo decisionale americano.

Nelle università francesi per spiegare la forza economica degli Stati Uniti sono ampiamente divulgati gli stereotipi sulla libera impresa, il mito del "self made man", la legislazione antitrust e la separazione tra interessi pubblici e privati, ma squarciando il velo delle apparenze si scopre una realtà più complessa. L'Eldorado di Rockefeller e di Bill Gates è innanzitutto un'economia nazionale che deve confrontarsi con diversi tipi di rapporti di forza: blocchi economici, nazioni, imprese globalizzate, economie emergenti.

I documenti pubblicati dalla commissione antitrust dimostrano che gli Stati Uniti si servono di questo strumento per impedire alle grandi imprese straniere di monopolizzare il loro mercato interno. Nel 1995 il Dipartimento di Giustizia ha riscosso 40,4 milioni di dollari di sanzioni: una cifra record che potrebbe far pensare che gli Stati Uniti si confermino i campioni del liberalismo economico, se non fosse che la maggior parte delle sanzioni risultano a carico di società non americane. La commissione antitrust è stata inoltre particolarmente attiva per l'abolizione delle restrizioni alla concorrenza imposte agli esportatori americani, che ha permesso a questi ultimi di guadagnare in sei anni un miliardo di dollari. Esistono insomma due pesi e due misure: uno per la competizione interna tra le imprese americane e un altro per le imprese e le opinioni straniere.

Vicende come quella della fusione di Boeing con Mc Donnell Douglas, denunciata come un abuso di posizione dominante contrario alle regole europee sulla concorrenza, ci obbligano a riconsiderare il liberalismo all'americana. Una multinazionale privata, partner di imprese straniere, è diventata oggetto di una controversia per il potere tra blocchi economici rivali. In quell'occasione Clinton ha gettato la maschera ed è intervenuto a più riprese minacciando una guerra commerciale contro l'Europa se Bruxelles avesse perseverato nell'opporsi alla fusione.

La dottrina di sicurezza economica di Clinton è stata concepita per cambiare le regole del gioco a favore degli Stati Uniti, che erano consapevoli di non poter

contare esclusivamente sulla forza bellica per conservare la supremazia. Si trattava di un'operazione molto delicata, perché c'era pur sempre la necessità di mantenere buoni rapporti con gli alleati europei, sia in tema di scambi commerciali sia per quanto riguardava le questioni della sicurezza globale. Quello che contava era però riuscire a mantenere la supremazia, continuando a ricavare benefici dalla cooperazione con l'Europa e cercando di limitarne le mire commerciali. Come ha precisato Henry Kissinger, gli imperi non hanno alcun interesse a operare all'interno di un sistema internazionale, perché aspirano essi stessi a essere un sistema internazionale.

L'Accordo Multilaterale sugli Investimenti (AMI) costituisce una delle più evidenti ingiustizie del modello liberale. Concepito per facilitare gli investimenti sul mercato mondiale, pone a tutti gli effetti il problema della sovranità degli Stati rispetto alle multinazionali. Dopo aver beneficiato a lungo della protezione statale, le multinazionali desiderano ora il venir meno di qualunque forma di protezione. L'AMI mette i politici francesi con le spalle al muro: combattere le pretese egemoniche anglosassoni difendendo i principi di uno sviluppo in linea con la storia della Francia o cedere come Daladier alla Conferenza di Monaco del 1938.

Opporsi allo strapotere

Il più forte detta legge ai più deboli e gli Stati Uniti, soli al vertice della gerarchia delle nazioni, non sfuggono a questa costante millenaria. Clinton ha definito gli Stati Uniti l'unica nazione indispensabile al mondo, ma nessun popolo può pretendere di essere indispensabile agli altri. In Francia, Paese della Dichiarazione dei Diritti dell'Uomo e del Cittadino, non c'è stata una reazione adeguata a queste parole incaute. Anziché ricordare agli americani che c'è sempre un Davide sulla strada dei Golia, i francesi si sono inchinati al cospetto dei nuovi padroni del mondo. La Francia deve invece cominciare a opporsi all'egemonia degli Stati Uniti.

Ogni anno a Davos si riunisce il jet set dell'economia, che celebra la mondializzazione come un inno al progresso, all'umanesimo, all'avvento della democrazia. Per non lasciarci incantare può essere utile rammentare l'analisi

economica di Arthur Koestler sulla situazione di Roma nel I secolo a.C., pubblicata nel libro *Spartacus*. Le analogie con la situazione attuale sono impressionanti: delocalizzazione delle produzioni agricole verso zone periferiche per sfruttare la manodopera a basso costo, impoverimento della plebe e pressione destabilizzante delle masse di esclusi e di oziosi.

A Davos gli Stati Uniti sono presentati come il modello da seguire, senza tener conto delle contraddizioni che esistono al loro interno. Contraddizioni evidenti, rimosse come verità scomode: nella principale democrazia del mondo metà dei cittadini non va a votare; nella patria del consumismo una parte considerevole della popolazione è esclusa dalla società e perfino dalle statistiche sulla disoccupazione; nel Paese della libertà ci sono un milione e mezzo di detenuti. La rappresentazione che va in scena a Davos somiglia ai viaggi di Caterina II di Russia organizzati da Potëmkin, durante i quali, per non rattristare l'imperatrice mostrandole le condizioni di vita miserabili dei suoi sudditi, gli edifici più fatiscenti dei villaggi attraversati erano dissimulati dietro splendidi pannelli di legno dipinti. I moderni "villaggi Potëmkin" sono i resoconti politicamente corretti divulgati dai media. Solo squarciando il velo dell'ipocrisia si possono dunque trovare chiavi di lettura adeguate per analizzare la globalizzazione degli scambi.

La moltiplicazione dei Paesi industrializzati ha saturato i mercati nell'emisfero settentrionale e le imprese, in competizione tra loro, hanno sempre più difficoltà a differenziarsi per qualità dei prodotti, costi di fabbricazione e margini di profitto. Se al Nord la concorrenza è spietata e causa la rovina di aziende eccellenti, i Paesi del Sud soffrono per la mancanza di offerta. Da ciò deriva un apartheid economico che di fatto separa il mondo dei ricchi da un terzo mondo alla deriva.

Sacralizzando il modello americano, Davos rispecchia la naturale evoluzione delle società dei consumi e convalida il ruolo guida che la potenza egemone si è assegnata nei confronti del resto del pianeta. Negando questo assunto si rischia di essere tacciati di eresia, ma ci sono valide ragioni perché la Francia riveda il proprio atteggiamento nei confronti dell'alleato americano. Il ruolo internazionale della Francia (ad esempio in Africa) e le imprese nazionali (in settori strategici come l'aeronautica, l'industria spaziale, l'agroalimentare, le telecomunicazioni)

sono direttamente minacciati dall'egemonia americana. Il mondo non cessa di produrre ricchezze, ma la competizione aumenta e le aziende devono lottare per sopravvivere.

Gli americani, per non spaccare il mondo occidentale con i loro imperativi geoeconomici, si sforzano di creare nuove alleanze ideologiche, dissimulando la propria aggressività commerciale con i discorsi sulle minacce della mondializzazione, ma trovare pretesti per unire il mondo occidentale non è facile come al tempo della guerra fredda o della guerra del Golfo. Secondo alcune correnti di pensiero, di cui si fanno portavoce uomini dei servizi segreti americani e circoli vicini al Pentagono, il pericolo per l'Occidente è oggi rappresentato dal possibile ritorno alla barbarie a causa delle gang metropolitane e della pressione dei Paesi del Sud. Per sopravvivere gli europei devono unirsi agli americani e mettere a punto un sistema difensivo efficace.

In una serie di conferenze tenute in Francia all'inizio degli anni '90 sul caos post-moderno e sui conflitti futuri, Ralph Peters, consigliere del Capo di Stato maggiore dell'esercito americano, esponeva la sua teoria dell'Iper-Occidente, auspicando che i Paesi della NATO si unissero per respingere la minaccia rappresentata dal Sud del mondo. Nell'Iper-Occidente, sostiene Peters, il divario tra capaci e benestanti da un lato e incapaci e poveri dall'altro ha creato arcipelaghi di disagio in un mare di successo, mentre nel resto del mondo esistono pochi arcipelaghi fragili di successo in un mare di disagio.

Questo modo di pensare è agli antipodi rispetto ai valori positivi promossi dalle rivoluzioni industriali. Il mito del mondo pacificato dalla scienza e dal progresso è soltanto un ricordo. Peters prevede che le crisi a venire incideranno sempre più sulla vita quotidiana a causa della decadenza degli Stati sia nel Sud sia nel Nord del mondo. Lo testimonia in modo quasi caricaturale l'Africa, dove l'erosione degli imperi coloniali europei ha portato alla formazione di Stati teorici, dilaniati da guerre civili. L'implosione dell'ex Jugoslavia è a sua volta un'espressione di questo nuovo tipo di caos. In Occidente l'usura dello Stato è dovuta ad altre ragioni. Nuove tribù, che traggono la loro energia antistatale dalle rivendicazioni culturali e dalle economie parallele, si sentono oppresse nello spazio geografico dello Stato tradizionale. Le prospettive non sono affatto rosee.

L'aspetto più allarmante della teoria esposta da Peters riguarda la cosiddetta globalizzazione delle frustrazioni, l'altra faccia della globalizzazione economica. L'Iper-Occidente, circondato o infiltrato da popolazioni perdenti, si trova in una posizione analoga a quella dell'impero romano pressato dai barbari alle frontiere. La sua ricchezza genera infatti una crisi di rigetto nei Paesi in cui l'unica prospettiva di vita è fuggire all'estero o votarsi alla rabbia e alla violenza. Peters afferma che se c'è una forza, una sola, che l'Occidente sottovaluta è quella dell'odio di massa. In questa visione del mondo, Stati Uniti e Francia non sono più avversari-alleati ma per forza di cose uniti nella difesa della propria sicurezza.

Altri conferenzieri americani hanno proposto teorie simili a quella di Peters per sondare le reazioni francesi. In occasione di una riunione organizzata nel 1995 dalla Direzione degli Affari Strategici del Ministero della Difesa, Robert Steele ha affermato che nel XXI secolo i nemici saranno sia interni sia esterni: gang metropolitane, famiglie e clan del crimine organizzato transcontinentale, terroristi internazionali, bande e gruppi armati del terzo mondo. Saranno forze senza bandiera, mosse dalla volontà di impossessarsi delle ricchezze dei Paesi più sviluppati. Le tesi un po' provocatorie dei difensori dell'Iper-Occidente sul caos post-moderno e sul rischio di accerchiamento dell'Occidente hanno suscitato scarsa eco in Francia. Gli americani si sono presto resi conto che perseverando nel lanciare questo genere di allarmi avrebbero scalfito la propria immagine di faro della democrazia.

In compenso la ricerca di un nuovo asse di alleanza ideologico si è trasferita sul piano cinematografico. Nelle serie poliziesche americane gang, terroristi, trafficanti di droga e sbandati di ogni sorta sono costantemente additati come i nuovi nemici da combattere, successori dei comunisti e dei sovietici. In altre serie si creano legami tra Vecchio e Nuovo continente, come nel caso dell'adattamento televisivo del personaggio di Nikita, tratto da un film di Luc Besson. Nella rivisitazione americana Nikita si batte ancora contro le vestigia dell'impero sovietico ma affronta anche i pericoli emersi dopo la fine della guerra fredda.

Sensibilizzare il pubblico occidentale sulle minacce comuni è un metodo che ha già rivelato la sua efficacia al tempo della guerra fredda e che è stato abilmente sfruttato in tutt'altro contesto. Il messaggio veicolato dalle produzioni

d'oltreoceano è esplicito: senza patria né frontiere, i nuovi nemici dell'Occidente non esistono solo negli Stati Uniti. Gli episodi delle serie televisive, presentando a tinte fosche la realtà americana, invitano il telespettatore europeo a guardarsi intorno e a scoprire che la realtà in cui vive non è poi così diversa da quella rappresentata sullo schermo.

Gli americani, che con la fiction cinematografica influenzano gli strati più impressionabili della società francese, si rivolgono invece alle élite richiamandosi ai valori rassicuranti del politicamente corretto. Dal dopoguerra la Francia è abituata a lasciarsi guidare dagli Stati Uniti, il cui condizionamento è particolarmente evidente nell'educazione commerciale e finanziaria. La riforma avviata da scuole importanti come l'istituto parigino HEC è condizionata dall'americanizzazione crescente dei programmi. In Francia l'unico approccio è quello anglosassone e chi propone di adottare una griglia di lettura europea per le pratiche commerciali francesi viene considerato un idealista in ritardo sui tempi.

La cinematografia non è l'unico settore in cui anche la Francia è vittima dell'accerchiamento culturale americano, ma un certo spirito di sottomissione impedisce ai francesi di riconoscere il fenomeno e di analizzarlo in modo corretto. Solo così si può spiegare la mancanza di reazione agli attacchi della stampa anglosassone nel caso che ha visto protagonisti due grandi manager francesi come Didier Pineau Valenciennes e Pierre Suard. In quell'occasione, dopo una feroce campagna di stampa condotta oltreoceano per denunciare il livello di corruzione delle imprese transalpine, i rappresentanti del mondo imprenditoriale si sono affrettati a rassicurare gli americani. Un eccesso di autocritica sorprendente se si pensa al potere della criminalità organizzata negli Stati Uniti. La stampa americana, deplorando la corruzione europea, finge di ignorare che la mafia si è potuta integrare così bene nella vita economica statunitense anche perché i governi non l'hanno contrastata a dovere, soprattutto durante i cinquant'anni in cui Edgar Hoover ha diretto l'FBI. L'atteggiamento prono dei francesi, che glissano sulle pesanti contraddizioni dei loro detrattori, finisce per perfezionare l'accerchiamento culturale anglosassone.

La Francia ha dato prova di scarsa reattività anche quando ha permesso che lo studio di un problema complesso e soggetto a manipolazioni come la lotta alla

corruzione fosse affidato al Transparency International, un'Organizzazione Non Governativa (ONG) i cui membri fondatori sono in prevalenza anglosassoni. Il fatto che la Banca Mondiale e il Fondo Monetario Internazionale siano i garanti dell'ONG non basta ad assicurarne l'imparzialità. Ogni anno l'ONG pubblica un indice sul grado di corruzione dei diversi Paesi, elaborato in base alle risposte fornite da un campione internazionale di uomini d'affari e di esperti. L'indice tiene conto del livello di corruzione interno a un Paese, ma non della sua entità in termini assoluti. Nel 1997 gli Stati Uniti si sono piazzati al sedicesimo posto della gerarchia e la Nigeria all'ultimo, per quanto il volume d'affari della criminalità organizzata nigeriana non sia certo paragonabile a quello della mafia americana. Quest'obiezione è stata però ignorata dall'ONG, poco interessata alla corruzione mafiosa negli Stati Uniti.

I sostenitori dell'accerchiamento culturale americano sono per lo più persone con una mentalità ristretta, confinata alla sfera economica. Ignorando tutto delle civiltà, delle culture e delle nazioni di cui si occupano, contribuiscono al declino della politica e preparano un futuro in cui saranno intonati requiem per le nazioni defunte. Può essere interessante a tal proposito confrontare due posizioni molto distanti tra loro: quella di Samuel Huntington e quella di Z. Brzezinski.

Il primo, nel libro *Lo scontro delle civiltà e il nuovo ordine mondiale*, definisce falsa l'idea diffusa tra gli occidentali che la diversità del mondo contemporaneo potrà essere rapidamente superata a favore di una cultura mondiale anglofona e universalmente condivisa. Cultura ed economia sono ormai indissolubilmente legate e chi si occupa di quest'ultima non può ignorare il tessuto culturale sottostante. Per la prima volta nella storia, sostiene Huntington, la politica globale è allo stesso tempo condizionata da poli d'influenza e da molte civiltà diverse. Gli americani ne sono consapevoli e considerano la cultura un terreno di scontro con la Francia e con l'Europa. I Paesi tendono a raggrupparsi sempre più attorno a Stati-faro, creando blocchi di civiltà. Le pretese di universalità dell'Occidente aumentano le probabilità di un conflitto con le altre civiltà, in particolare l'Islam e la Cina. Per scongiurarlo, conclude Huntington, gli americani devono recuperare la loro identità occidentale e promuovere una politica globale che riconosca e tuteli le diversità culturali.

Z. Brzezinski è di tutt'altro avviso e nel libro intitolato *The Grand Chessboard* spiega che gli Stati Uniti – prima potenza che domina l'Eurasia seppur non ne faccia parte – alla lunga non avranno alcun interesse a preservare il pluralismo del continente, tanto che si formerà un nucleo mondiale di responsabilità politica realmente condivisa. Al momento, l'interesse principale degli americani è vegliare affinché in Eurasia nessuno Stato o blocco di Stati possa mettere in discussione il loro ruolo di arbitri.

Il rullo compressore culturale, economico e militare degli Stati Uniti non si ferma neppure davanti al rischio di una guerra tra civiltà. Le certezze divulgate dai media americani, che presentano lo scontro in atto come un'amabile competizione e non temono abbastanza le civiltà asiatiche e l'Islam, collidono con la dura realtà dello scontro economico mondiale, sempre più condizionata da fattori globali.

Attualmente la prospettiva più concreta è quella sostenuta da Huntington, ossia che si costituiscano imperi attorno a Stati riconosciuti come fari delle diverse civiltà, piuttosto che quella di veder trionfare su tutto il pianeta il cinico modello del consumismo anglosassone. La partita comunque è solo all'inizio: Cina e Islam non hanno ancora giocato tutte le loro carte e potenze regionali come India e Pakistan, potendo disporre del nucleare, costituiscono una minaccia reale per gli americani.

Dopo la fine della guerra fredda, con la scomparsa di un potenziale nemico alle frontiere, i francesi sono persuasi di vivere un periodo di pace duratura. Il concetto di rapporto di forza con un avversario si è svuotato di significato e la percezione della minaccia, a parte episodi come quello della guerra del Golfo, è minima. Cancellando la parola "lotta" dal vocabolario, i francesi hanno però commesso un errore grossolano. La mondializzazione degli scambi dissimula, infatti, dietro una facciata pacifica, un'autentica guerra tra blocchi, Paesi, regioni e imprese. I cittadini non hanno altra scelta che quella di innovare, intraprendere e produrre, se vogliono difendere il benessere della nazione in cui vivono dalle ambizioni di conquista straniera che si profilano all'orizzonte.

Il rifiuto francese di affrontare con realismo i problemi posti dalla guerra economica si può spiegare con ragioni di ordine storico. I francesi, per i quali la tutela degli interessi nazionali coincide con la difesa del proprio patrimonio,

preferiscono difendersi piuttosto che attaccare. Non avendo avuto bisogno di cercare altrove quello di cui già erano in possesso, il pericolo per loro è rappresentato esclusivamente da potenziali invasori, l'ultimo dei quali è stata l'URSS al tempo della guerra fredda. Dovendo fare i conti con le mutazioni brutali in atto nelle società industriali, i francesi hanno imparato a battersi per lo spazio vitale nel quotidiano, allo scopo di migliorare il loro tenore di vita, ma non sono ancora consapevoli della lotta che è necessario condurre a livello nazionale.

Nella relazione annuale del Forum Economico Mondiale di Davos e dell'International Institute for Management Development (IMD) pubblicata nel giugno del 1998, la Francia è retrocessa in quanto a competitività globale dal diciassettesimo al ventiduesimo posto del ranking mondiale. Queste due organizzazioni definiscono la competitività di un Paese come la capacità di generare, in proporzione, più ricchezze rispetto ai concorrenti. La Francia ha il quarto prodotto interno lordo del mondo, ma il tenore di vita dei suoi abitanti, secondo la relazione, è solo all'undicesimo posto. I Paesi industrializzati in cima alle analisi statistiche (Stati Uniti, Giappone e Germania) hanno saputo adattarsi meglio alla mondializzazione degli scambi grazie alle loro economie da combattimento. I problemi della Francia sono particolarmente evidenti in settori che ancora non sono stati riconosciuti decisivi per lo sviluppo economico, come ad esempio l'industria sanitaria.

L'industria farmaceutica è un settore decisivo per lo sviluppo della Francia, ma attualmente sta andando incontro a una disfatta strategica che la espone al pericolo di essere smantellata e assorbita dai grandi gruppi internazionali. Gli amministratori delegati delle imprese superstiti, come Sanofi e Rhône Poulenc, cercano di sensibilizzare le autorità sui metodi sleali impiegati dalla concorrenza per conquistare i consumatori francesi. I laboratori farmaceutici francesi, però, portano avanti una battaglia di retrovia e, anziché concentrarsi sulle strategie di mercato, pensano esclusivamente al proprio prodotto. La responsabilità non è solo di chi dirige le aziende, ma di tutto l'ambiente che ruota attorno alla sanità. Per troppo tempo ricercatori, medici e fabbricanti di farmaci si sono limitati a considerare l'industria sanitaria come un servizio pubblico, non esposto all'inasprimento della competizione commerciale che si riscontra in tanti altri

settori a causa della globalizzazione.

Il peso della sanità nel bilancio dello Stato è aumentato a dismisura rispetto a qualche decennio fa. L'allungamento della speranza di vita estende il campo strategico dell'industria sanitaria e ogni giorno appaiono nuovi prodotti per soddisfare le esigenze della terza età. L'aumento quantitativo e qualitativo della domanda rende la competizione sempre più aspra. Un ruolo decisivo è svolto dall'informazione, utilizzata dalle industrie farmaceutiche per guadagnare terreno sulla concorrenza e accaparrarsi i mercati più redditizi. Oltre alle pratiche classiche di spionaggio industriale per conoscere innovazioni e piani commerciali della concorrenza, si stanno creando nuove aree di scontro sulla massa di informazioni accessibili.

Nel 1997 i grandi laboratori stranieri, utilizzando in modo astuto le informazioni contenute nei brevetti, hanno lanciato un'offensiva contro i laboratori francesi di medie dimensioni. Modificando leggermente la formula dei prodotti sono stati immessi sul mercato farmaci generici sempre nuovi, spacciati per più efficaci di quelli vecchi. In questo caso la strategia indiretta consiste nel servirsi di riviste mediche specializzate per farsi pubblicità.

Altri attacchi che utilizzano le strategie dell'informazione sono ancora più insidiosi, come nel caso dei quindicimila micro-computer dotati di un software per la prescrizione automatica dei farmaci, regalati da Medco, filiale del gruppo farmaceutico americano Merck, a medici di base francesi. Questa generosa offerta, che secondo i donatori avrebbe dovuto contribuire a sensibilizzare i medici sull'uso delle tecnologie dell'informazione, era di fatto un modo subdolo per indirizzare all'acquisto di farmaci americani.

Vendere una medicina va bene, ma fidelizzare un consumatore è meglio. A questo scopo i grandi gruppi farmaceutici mondiali hanno deciso di investire nel settore della comunicazione. Recentemente un ministro della Salute francese si è lamentato di non essere stato informato del lancio di un canale a pagamento interamente dedicato ai problemi sanitari. Il canale, col pretesto di operare per il bene di tutti, influenzava i consumatori sulla scelta dei prodotti e dei servizi disponibili sul mercato. Queste iniziative hanno un grande futuro, ma per il momento i laboratori che investono nella comunicazione sono consapevoli che gli

abbonati ai canali criptati che si occupano di salute costituiscono un pubblico limitato. Anche poche migliaia di persone rappresentano tuttavia una cassa di risonanza importante e sono un campione utile per gli studi di mercato.

Nel 1996 è stato dato grande risalto mediatico all'inquinamento dell'aria di Parigi e, con un tempismo sospetto, è partita una campagna pubblicitaria sul lancio di un farmaco straniero efficace contro le malattie respiratorie. È difficile credere che i giornalisti abbiano scritto tanti articoli sull'aria inquinata solo per dar conto di un fatto d'attualità. L'amministrazione dovrebbe intervenire per reprimere queste pratiche commerciali che non rispettano le regole basilari dell'etica medica. Lo Stato, che sorveglia attentamente settori strategici come il nucleare, il petrolio o gli armamenti, dovrebbe dotarsi di un dispositivo di sorveglianza adeguato anche nel campo vasto e frammentario della sanità pubblica.

La crisi del sangue contaminato ha rivelato i rischi cui è esposta la collettività quando lo Stato rinuncia a esercitare la sua funzione di sorveglianza. La ricerca spasmodica del profitto ha inasprito la competizione internazionale fino a mettere a repentaglio la vita stessa dei pazienti. Un altro pericolo che i poteri pubblici non dovrebbero sottovalutare è la corruzione. Molti membri della Commissione delle Autorizzazioni all'Immissione in Commercio (AMM) sono finiti in carcere proprio con questa accusa.

Quando un funzionario incaricato di sorvegliare il mercato scopre che un nuovo farmaco è commercializzato a un prezzo molto più alto rispetto a un vecchio prodotto che ha le stesse qualità terapeutiche, l'unico provvedimento adottato consiste, nel migliore dei casi, nell'abbassare il prezzo del farmaco incriminato. Un provvedimento che appare addirittura audace, se si considerano i mancati introiti delle industrie farmaceutiche smascherate. Per evitare ritorsioni le persone che si occupano di investigare su tali questioni sono poco esposte a livello mediatico.

I laboratori farmaceutici creano lavoro e finanziano la vita politica francese. In cambio ricevono un trattamento di favore da parte dell'amministrazione, ad esempio quando si tratta di inserire un certo prodotto nell'elenco dei medicinali soggetti al rimborso della Previdenza Sociale. L'epurazione nelle commissioni AMM, avviata nel 1992, è solo il primo passo di una sfida delicata, nella quale è in gioco il futuro della sanità francese. Uno dei problemi da risolvere è l'infiltrazione

nell'amministrazione pubblica di soggetti legati alle case farmaceutiche. Sul tema l'ordine dei medici è rimasto troppo a lungo in silenzio, omettendo di denunciare infrazioni deontologiche gravi. Solo recentemente, data la crisi attraversata dalla sanità, si è cominciato a parlarne.

La realtà odierna è segnata da una competizione in cui il prodotto non è che un mezzo tra gli altri per destabilizzare i concorrenti. Sarebbe necessario raccogliere tutte le informazioni possibili per riconoscere i metodi usati dai rivali e predisporre contromisure adeguate, ma in Francia un simile livello di organizzazione è ancora un miraggio.

L'esempio dell'industria farmaceutica, evidenziando i limiti dell'economia da combattimento in un settore portante dell'industria francese, sottolinea la necessità di imparare a lottare da una posizione di inferiorità. La Francia deve saper riconoscere il tallone d'Achille dei suoi avversari per ridurli a più miti consigli. Nel gergo degli specialisti, questo metodo è una delle applicazioni civili della guerra dell'informazione. Resa celebre dalla guerra del Golfo, il raggio d'azione di questa nuova forma di belligeranza si estende alla sfera geoeconomica. Jacques Chirac vi si è ispirato quando ha ricordato all'Australia che non poteva allo stesso tempo vendere uranio alla Francia e promuovere una campagna di boicottaggio dei prodotti francesi per protestare contro gli esperimenti nucleari nell'atollo di Mururoa.

L'accesso sempre più facile alle informazioni e la possibilità di diffonderle rapidamente creano i presupposti per nuove pratiche offensive. La campagna di boicottaggio lanciata da Greenpeace nel maggio del 1995 contro la piattaforma petrolifera Brent Spar della Shell nel Mare del Nord è un perfetto esempio di guerra dell'informazione. L'offensiva è stata condotta in tre fasi.

La prima fase dell'attacco verteva intorno all'esposizione dei fatti. L'arma utilizzata da Greenpeace era elementare ma efficace: screditare le argomentazioni dell'avversario mettendo in dubbio la buona fede degli scienziati nominati dalle autorità. Una multinazionale del calibro di Shell poteva essere facilmente accusata di influenzare i giudizi degli esperti.

Nella seconda fase sono stati mobilitati gli organi d'informazione. L'assalto alla piattaforma condotto da alcuni militanti dell'organizzazione ecologista era

stato organizzato affinché la scena fosse ripresa e diffusa dai grandi network televisivi.

La terza fase dell'attacco è stata l'invito rivolto agli automobilisti di tutto il mondo a boicottare i distributori Shell. La campagna ha causato ingenti perdite alla società, che si è vista costretta a fare marcia indietro sotto la pressione dell'opinione pubblica mondiale.

L'operazione di Greenpeace dimostra l'efficacia dell'uso offensivo dell'informazione in tempo reale. Poco importa che gli esperti di Bureau Veritas abbiano dimostrato qualche mese più tardi che gli argomenti di Greenpeace erano inesatti: la Shell ormai era stata sconfitta. L'esempio di Greenpeace, Davide che batte Golia, è paragonabile alle azioni di guerriglia e può essere imitato in tutti i settori della vita economica. A differenza dello spionaggio industriale, che privilegia di solito i risultati a breve termine, la guerra dell'informazione si combatte sul medio e lungo termine e costa molto meno.

La guerra economica, comunque, si combatte su tutti i fronti, compreso quello degli aiuti umanitari, che sono un pretesto perfetto per condurre attacchi indiretti contro obiettivi economici. Nel 1996, presso i locali di Médecins du Monde (MDM), si è tenuta una riunione sulle ingerenze degli Stati e delle imprese nell'attività delle Organizzazioni Non Governative, dalla quale è emerso che a una ONG francese era stato impedito di agire in una zona dell'Africa ricca di minerali. Inoltre le ONG anglosassoni non perdono occasione di denunciare lo sfruttamento della manodopera birmana da parte della Total, tenendosi in costante contatto con la casa madre.

I membri di Médecins du Monde non dispongono delle tecnologie di cui si servono le ONG anglosassoni. Fedeli alla loro missione di dare sollievo alle miserie umane senza il condizionamento di Stati o istituzioni internazionali, non si prestano a diventare gli strumenti di strategie indirette per conquistare nuove quote di mercato. Il ruolo delle ONG di altri Paesi è molto diverso, come testimonia il caso della SIDA (Swedish Industrial Development), creata nel '65 e dal '95 riunita ad altri due organismi, la Swedish Agency for Research Cooperation with Developing Countries e la Swedish Agency for International Technical and Economic Cooperation. La SIDA concentra su di sé il 47% degli aiuti svedesi ai

Paesi in via di sviluppo, occupandosi in particolare di telecomunicazioni e del ripristino delle reti di trasporti. La sua forza commerciale la rende uno strumento formidabile nelle mani di una piccola nazione come la Svezia per una strategia di lotta economica.

Mentre gli Stati Uniti vendono il loro concetto di democrazia al resto del pianeta, preoccupandosi di tutelare esclusivamente i propri interessi, la Francia cerca di dare un contenuto all'idea di Europa sociale. Tuttavia, se parlare di Europa sociale può aver senso all'interno dell'Unione Europea, nulla vieta di rivolgersi ai Paesi emergenti in modo diverso. La Francia e l'Europa, ispirandosi ai principi del Trattato di Roma, devono promuovere una visione di sviluppo duraturo che rispetti la cultura e il modo di vivere dei popoli.

Se la logica dello sviluppo americano è incentrata sul profitto, l'Europa deve invece porre l'accento sui diritti dei consumatori. Una differenza che non può essere sottovalutata, se si pensa che l'opinione pubblica americana percepisce la solidarietà come un ostacolo allo sviluppo dell'impresa. Negli Stati Uniti un portatore di handicap di 65 anni che voglia sottoscrivere un'assicurazione rischia di pagare un sovrapprezzo a causa del suo stato fisico vulnerabile, mentre in Francia lo Stato si fa carico di pagare la differenza. L'assenza di una strategia comune tra i difensori della solidarietà sociale, unita al rifiuto di combattere una guerra dell'informazione su questo tema, fanno sì che attualmente prevalga il modello assicurativo anglosassone. La solidarietà sociale è osteggiata anche all'interno dell'Unione Europea, dove i grandi gruppi assicurativi, tentando di imitare il sistema americano, fanno pesare la loro influenza riducendo la questione alla logica del profitto.

Lo stile di vita dei popoli è il frutto della loro storia e della loro cultura, perciò la difesa della loro identità è un diritto inalienabile. Le pretese planetarie degli Stati Uniti e le nuove minacce della mondializzazione degli scambi vanno affrontate con l'intelligenza, unica arma a disposizione di chi è meno potente e meno ricco rispetto all'avversario.

La strategia dell'astuzia

Esiste ancora un margine di manovra per contrastare l'egemonia planetaria degli Stati Uniti, ma solo a condizione di usare l'arma che ha permesso a Davide di battere Golia, vale a dire l'astuzia. Fino ad ora il più furbo è stato invece Golia, ossia gli americani. In passato gli imperi sottomettevano i popoli solo grazie alla forza militare, mentre gli Stati Uniti hanno dovuto affinare i loro metodi di conquista, anche perché gli avversari geoeconomici sono allo stesso tempo alleati geopolitici. Gli americani utilizzano come tecnica d'attacco soprattutto la forza d'influenza, dimostrandosi nei fatti buoni discepoli del maestro cinese Sun Tzu (V sec. a.C.), autore di un celebre trattato sull'arte della guerra in cui insegna a vincere senza combattere. Uno strumento politico ed economico essenziale per garantire la prosperità dell'impero americano è il controllo delle riserve petrolifere ed è per questo che Washington ha mobilitato diplomatici del Dipartimento di Stato, agenzie d'intelligence e alcuni soggetti privati per tessere una fitta rete di relazioni in Medio Oriente.

Nella società dell'informazione la forza d'influenza non è solo materiale e umana, ma anche immateriale. La Casa Bianca impone agli altri Paesi le proprie regole per garantirsi il controllo dello sviluppo di Internet, che è allo stesso tempo il mezzo e il fine di una nuova guerra. Internet consente infatti di esercitare un'influenza culturale planetaria e gli Stati Uniti sono pienamente consapevoli della sua importanza come strumento di dominazione. Grazie a Internet gli americani perfezionano i loro metodi di accerchiamento culturale, imponendo ai navigatori regole di consumo standardizzate e l'uso dell'inglese, che è diventata ormai la lingua universale.

Le economie di vecchio stampo, che troppo presto si sono aperte al mercato globale, sono ormai circondate. Per secoli gli uomini d'affari di Rotterdam e di Amsterdam hanno usato il fiammingo per frenare l'aggressività delle imprese straniere sul mercato interno, servendosi invece dell'inglese per commercializzare i prodotti sul mercato mondiale. Il ricorso sistematico a Internet per le comunicazioni aziendali, imponendo l'inglese come lingua franca, annulla l'efficacia di questo stratagemma.

La forza d'influenza è un'arma antica, ma il suo profilo strategico si delineato al tempo dell'Inghilterra vittoriana. I viaggiatori inglesi nell'Africa orientale non erano interessati solo alla topografia e all'etnografia, ma si preoccupavano anche di sondare il terreno delle future conquiste britanniche, comunicando le loro osservazioni al Foreign Office e all'Intelligence Service. Allo stesso modo gli archeologi inglesi del film *Il paziente inglese* si muovono tra le rovine del deserto egiziano per preparare le mappe destinate a fermare l'avanzata degli Afrika Korps durante la Seconda Guerra Mondiale.

Un altro Paese che ha saputo sfruttare la forza d'influenza in modo efficace è la Germania. All'inizio del Novecento i grandi gruppi industriali francesi, comprese le industrie della difesa, erano assicurati con compagnie tedesche. Nessuno si preoccupava dell'importanza strategica delle informazioni fornite per stipulare i contratti, che invece si sono rivelate preziose per lo Stato maggiore tedesco quando la Germania ha invaso la Francia nel 1914. Lo stesso fenomeno si è ripetuto nel giugno del 1940, quando la Luftwasse ha utilizzato le informazioni ottenute dalle compagnie d'assicurazione tedesche per programmare i bombardamenti di alcune industrie francesi. Questo passaggio di informazioni è ancora praticato e si è rivelato utile, ad esempio, durante i bombardamenti chirurgici della guerra del Golfo. Sottovalutata dalla Francia, la forza d'influenza è uno strumento sempre più complesso e diffuso.

Il passaggio dei regimi socialisti all'economia di mercato è stato un'opportunità per gli americani di allargare il proprio orizzonte commerciale. Col venir meno della minaccia sovietica, gli Stati Uniti hanno perciò ricalibrato la loro forza d'influenza, lanciandosi alla conquista delle economie emergenti. Il ricorso a strategie indirette è obbligatorio per avere accesso ai nuovi mercati e mentre la Francia privilegia ancora il rapporto diretto tra gli Stati, l'America ragiona in termini di centri di potere.

Una buona occasione per penetrare nel sistema di riforma di un Paese è offerta dall'aggiornamento della sua cartografia. "Mappa" vuol dire anche "catasto" e gli strateghi anglosassoni sono consapevoli che dal catasto è possibile valutare il potenziale economico della zona. La strategia prevede che, dopo essersi aggiudicati l'appalto per la mappatura, si raggiunga l'obiettivo finale in tre mosse. Innanzitutto

si devono offrire al governo locale le attrezzature logistiche necessarie per la realizzazione di una mappa in scala 1/50.000. Per non destare sospetti l'organizzazione incaricata di realizzarla deve essere civile e avvalersi di consulenti privati. In tal modo si crea un clima di fiducia reciproca e si può passare alla seconda fase, che consiste nel sottoporre alle autorità locali dei progetti mirati, accumulando informazioni preziose sulle prospettive di sviluppo del Paese. La terza fase, infine, prevede che i contratti siano girati a intermediari dello Stato, acquistando tecnologie straniere ed estendendo l'offerta ai Paesi alleati. Affinché l'operazione non sia percepita come una minaccia all'indipendenza economica del Paese, gli operatori privati devono rassicurare il governo locale mantenendo un profilo strettamente tecnico. Inoltre è necessario accettare qualche compromesso per non risvegliare le brame dei Paesi concorrenti.

In un'operazione come quella descritta la forza d'influenza degli operatori privati subentra a quella degli ufficiali al servizio dello Stato, che non devono interferire con la loro azione. Per portare a termine un'operazione d'influenza di questo tipo, in cui sono in gioco ingenti finanziamenti che richiedono lunghe procedure amministrative, sono necessarie una grande pazienza e una costante presenza sul campo.

I francesi hanno invece una concezione elitaria dell'influenza, non adeguata alla realtà delle economie emergenti. La minaccia all'indipendenza dei Paesi emergenti potrebbe rappresentare un ottimo elemento di negoziazione per la Francia, che deve cominciare ad attuare una politica di proiezione della propria potenza sul campo, anziché limitarsi a enunciare dei principi. Gli americani, pur senza trascurare le relazioni diplomatiche tradizionali, allacciano contatti anche con esponenti di rango inferiore della catena di comando. L'esperienza dimostra infatti che la ratifica di un programma economico non dipende solo dalla firma delle alte cariche dello Stato, ma piuttosto da quella di oscuri funzionari che si possono rifiutare di apporla sull'ultima parte di un dossier. Il compito di un agente d'influenza è fare in modo che nella rubrica di tali individui ci siano i nomi di esperti sapientemente selezionati.

Le ricostruzioni negli scenari di guerra, considerati quote di mercato da conquistare, sono il nuovo fronte della competizione economica mondiale e gli

americani, consapevoli della necessità di altre forme di posizionamento nei Paesi a rischio, esercitano la loro influenza anche col pretesto umanitario. I contingenti militari statunitensi sono accompagnati nei teatri di guerra da ufficiali che si occupano di questioni civili come il ripristino delle infrastrutture fondamentali. In questo modo vengono raccolte sul campo informazioni preziose per i cantieri a venire, destinati a ricostruire edifici pubblici e privati, strade, canali e aeroporti. Il potere politico americano aiuta le imprese a muoversi in contesti difficili, raccogliendo informazioni e fornendo un supporto che stimola gli investimenti.

In Francia l'assenza di direttive strategiche ha paralizzato l'amministrazione, che si è dimostrata incapace di gestire le informazioni raccolte nelle zone da ricostruire. A causa dell'assenza di un'economia da combattimento adeguata, i guadagni derivati dai contratti sottoscritti dalle imprese francesi non compensano le spese sostenute nelle operazioni militari. Gli anglosassoni hanno invece compreso che la posta in palio nelle operazioni di *peacekeeping* è alta, perciò, quando intervengono in un'operazione di pace sotto l'egida ONU, non improvvisano, come la Francia, ma si muovono in modo coordinato, disseminando il territorio di volontari per essere informati su quanto accade nel Paese e sui progetti di ricostruzione alleati. In Bosnia, ad esempio, il Consiglio Economico Nazionale, il Dipartimento di Stato e il Dipartimento del Commercio hanno concertato con il Pentagono le operazioni di *peacekeeping* per spianare la strada alle imprese americane.

Il successo di un'operazione d'influenza non dipende solo dal numero di contratti firmati dalle imprese, ma anche dalla creazione di legami duraturi con le future classi dirigenti dei Paesi in crisi. A questo scopo gli Stati Uniti selezionano giovani locali per farli studiare nelle università americane, che diventano così il terreno di una politica d'influenza culturale a medio e lungo termine. Grazie a Internet le nuove classi dirigenti formate negli Stati Uniti possono restare in contatto con il mondo accademico ed economico americano. Il Minitel, servizio telematico francese di videotex, non ha una forza di penetrazione paragonabile a quella di Internet.

Priva di una strategia globale, la Francia deve limitarsi inevitabilmente a compiere operazioni isolate, subendo anche in queste la concorrenza degli

americani. Inoltre, limitando la forza d'influenza alle azioni clandestine dei servizi segreti, dimostra di non aver pienamente compreso la natura e le finalità di questo strumento. Come testimoniano le operazioni americane, l'influenza non si riduce all'azione dei servizi speciali, ma per essere davvero efficace deve comprendere le iniziative commerciali private sostenute dallo Stato. Il peso eccessivo accordato all'azione diplomatica nella politica estera della Francia ostacola la riflessione sulla forza d'influenza, che è un mezzo indispensabile per muoversi in mercati complessi come quelli della Cina, dell'Indocina o dell'India.

Nel libro *La tradition française de l'action invisible* il generale de Marolles sostiene che l'azione invisibile è imprescindibile e dunque è necessario che i governi abbiano una cultura che permetta loro di servirsene in modo oculato. Aggiunge poi che i responsabili tecnici devono avere il senso della politica senza essere dei politici. Questi ultimi, infatti, non sempre si rendono conto delle possibilità e dei limiti dell'azione invisibile che, se male impiegata, può risultare controproducente per lo Stato. L'azione invisibile, espressione della cultura del Service Action (SA) della Direzione Generale della Sicurezza Estera (DGSE), sta radicalmente cambiando e oggi il suo ambito comprende anche la geoeconomia. Le economie da combattimento sviluppano forze d'influenza profondamente radicate nella sfera delle imprese e l'accerchiamento di un mercato non è più orchestrato da spie ma da responsabili economici. Cambiando lo scenario, cambiano necessariamente anche gli attori e attualmente gli operatori sul campo sono in maggioranza civili (ingegneri, commercianti, banchieri, consulenti, avvocati). Gli agenti d'influenza, mimetizzati in strutture puramente economiche, non sono più dunque ufficiali del servizio segreto, ma esperti privati che passano inosservati.

La mancanza di forza d'influenza da parte della Francia si è rivelata nel tentativo fallito di vendere i caccia Rafale agli Emirati. Si è trattato di una disfatta commerciale che deve far riflettere il potere politico francese, perché evidentemente con questo tipo d'interlocutori l'approccio diplomatico non è più sufficiente. Nell'industria degli armamenti, come in tanti altri settori, la Francia si trova oggi nella posizione di Davide contro Golia e dunque l'astuzia deve essere la sua vera forza. Le imprese francesi non sanno farsi valere come quelle tedesche, che quando immettono sul mercato un prodotto hanno come unico obiettivo quello

di battere la concorrenza per dominare il mercato.

Il caso della Germania

Può essere molto utile analizzare l'esempio della Germania che, a differenza della Francia, dispone di un'economia da combattimento. La creatività scientifica, il genio organizzativo e la disciplina del popolo tedesco non bastano a spiegare come sia stato possibile che un Paese uscito distrutto dalla Seconda Guerra Mondiale e spezzato in due dalla cortina di ferro abbia superato la Francia nella gerarchia dei Paesi industrializzati. Le vere ragioni sono profonde e hanno a che fare con la storia del popolo tedesco, che ha forgiato nel tempo una classe dirigente dotata di uno spiccato senso del rapporto di forze, frutto della lotta secolare alla ricerca dello spazio vitale. Dall'antichità al Medioevo fino al III Reich, la nozione di spazio vitale è iscritta nel destino di questo popolo, che considera la conquista un diritto oltre che una necessità.

Per capire come il dibattito sull'opportunità strategica della conquista territoriale o commerciale sia stato al centro della riflessione politica del II Reich, può essere utile leggere il libro di Christian Harbulot, *La machine de guerre économique*. Nel 1914 in Germania ci s'interrogava sul modo di gestire un'ipotetica vittoria militare dal punto di vista geoeconomico. Il risultato di questa riflessione è contenuto in un libro di Herzog pubblicato nel 1915 e dedicato al piano di guerra commerciale della Germania. Quest'opera può essere considerata un autentico manuale di guerra economica. Per la prima volta un autore tedesco parla apertamente dell'economia da combattimento, dichiarando che ogni commercio è una guerra e il mondo un campo di battaglia. Secondo Herzog, gli strumenti di un'azione economica efficace contro i nemici del Reich sono di due tipi: da un lato i fattori che permettono di condizionare o controllare le esportazioni, dall'altro quelli che contribuiscono a vincere la resistenza passiva dei nemici sconfitti.

In caso di vittoria la Germania avrebbe suscitato l'odio mondiale e perciò doveva essere pronta ad adottare una serie di misure di ritorsione contro i Paesi sconfitti, come il blocco delle esportazioni, l'interruzione dei rifornimenti di

materie prime, l'isolamento degli scienziati e la contraffazione dei prodotti di punta. Per giustificare i suoi timori, Herzog cita una rivista scientifica inglese che auspicava una guerra economica contro la Germania fondata sulla scienza. Gli inglesi, che non hanno mai dimenticato il saccheggio delle loro invenzioni subito in epoca vittoriana, consideravano il controllo della scienza la chiave di volta della guerra economica. Senza rimettere in discussione l'economia di mercato, Herzog propone che sia lo Stato a gestire alcune imprese strategiche, in modo da conservare i segreti di fabbricazione, che a causa dell'avidità dei capitani d'industria disposti a delocalizzare le proprie officine avrebbero rischiato di finire in mano alla concorrenza.

L'opera di Herzog ha destato vasta eco negli Stati Uniti, suscitando lo sdegno del futuro presidente Herbert Hoover, che nella prefazione all'edizione americana si scaglia contro la malafede tedesca dispiegata per ottenere la supremazia commerciale. In un mondo ancora poco mondializzato, il pensiero di Herzog esprimeva già una certa modernità. Si possono ad esempio trovare analogie con la presa di posizione del Pentagono all'inizio degli anni '80 riguardo alla necessità di salvaguardare l'indipendenza tecnologica degli Stati Uniti. Herzog è però presente anche in altre idee forti della concezione americana, come l'importanza attribuita all'intelligence, che nel 1996 ha spinto Clinton a destinare mille agenti della CIA all'Agenzia per la Sicurezza Nazionale (NSA), aumentando la capacità di analisi dei dati economici intercettati sulle reti di telecomunicazione e su Internet.

Il piano di guerra commerciale messo a punto dalla Germania nel 1915 prevedeva un'efficace circolazione delle informazioni a tutti i livelli dell'azione. I rappresentanti diplomatici dovevano individuare i progetti nemici e i tedeschi residenti all'estero erano chiamati a mobilitarsi per informare le industrie del Reich sui perfezionamenti tecnici degli altri Paesi. Herzog non trascura alcun anello nella catena delle informazioni, che era necessario far giungere in patria con la collaborazione delle federazioni professionali e delle Camere di Commercio e dell'Industria.

In Francia il libro di Herzog fu tradotto solo nel 1919 e le sue idee, passata la minaccia, non hanno acceso alcun dibattito. I tedeschi hanno invece saputo

conservare, riflettendo su quest'opera, una conoscenza approfondita delle strategie d'influenza geoeconomica. In anni più recenti, la Germania ha saputo utilizzare un'economia da combattimento in Mitteleuropa soprattutto grazie all'attività dei suoi servizi d'intelligence. All'inizio degli anni '80 il Servizio di Intelligence Federale tedesco (BND) ha intuito la possibile implosione del sistema sovietico, a causa dell'impossibilità da parte del Cremlino di finanziare contemporaneamente la corsa agli armamenti e lo sviluppo economico dei Paesi socialisti. La diagnosi è stata prontamente comunicata ai centri di potere economici e gli imprenditori tedeschi, già sensibilizzati sul problema da Willy Brandt, si sono mossi per individuare in anticipo le imprese socialiste che potevano tornare utili in un'economia di mercato.

Per raccogliere notizie attendibili la Germania ha centralizzato il sistema d'informazione presente sul territorio, sfruttando l'attività degli agenti di commercio operanti nei Paesi dell'Est. In Cecoslovacchia ha inoltre finanziato riviste da diffondere gratuitamente, contenenti schede di presentazione di piccole e medie imprese tedesche. La Germania non aveva nulla da temere dai legami creati dalle sue imprese in Mitteleuropa, che non comportavano alcun rischio di sottrazione di segreti industriali, rendendo invece possibile il censimento minuzioso del potenziale industriale della Repubblica Democratica Tedesca. La Germania ha così potuto costruire reti d'influenza nell'Europa dell'Est prima della caduta del Muro di Berlino, mentre la Francia non ha saputo fare altrettanto. Caduto il Muro, le imprese tedesche avevano un quadro preciso della situazione e si sono mosse come le truppe del Reich nel 1870, nel 1914 e nel 1940.

A dieci anni dalla caduta del Muro, con la Germania saldamente installata nell'Europa Centrale, la Francia deve riconoscere di aver dilapidato un capitale di simpatia di cui godeva nei Paesi dell'Est. La politica della terza via, promossa dal generale de Gaulle negli anni '60, l'aveva resa un possibile ponte tra Est e Ovest. La Germania a quel tempo era ancora guardata con sospetto, dopo le distruzioni della Seconda Guerra Mondiale. Le nuove democrazie orientali sarebbero state disposte a tendere la mano anche ad altri Paesi, ma l'approccio francese è stato sbagliato. La Francia ha agito solo a livello diplomatico, trascorrendo più tempo a conversare con il poeta ceco Vaclav Havel, nuovo presidente cecoslovacco, che a cercare di

creare legami economici saldi con le future società dei consumi.

La Francia è stata battuta dalle economie da combattimento di Germania e Stati Uniti, che hanno tessuto la loro ragnatela nell'ombra, puntando a controllare i punti nevralgici del tessuto educativo, finanziario e industriale dei Paesi dell'Est. Gli americani in particolare hanno investito molto sulla formazione delle future classi dirigenti di questi Paesi, concedendo borse di studio ai giovani più promettenti per farli studiare nelle loro università. Un altro punto di forza della loro economia da combattimento sono state le privatizzazioni (tema prediletto dei consulenti anglosassoni in missione nell'Europa dell'Est), che hanno spianato la strada alle imprese americane. Gli esperti francesi hanno spesso offerto consulenze disinteressate, senza una chiara visione strategica. A volte hanno agito anche solo per portare aiuto, come quando hanno dotato la Bulgaria di un nuovo sistema di contabilità nazionale senza neppure domandarsi quali benefici geoeconomici ne avrebbe potuto ricavare la Francia.

La mancanza di strategia della Francia ha avuto ripercussioni anche a livello d'intelligence. Dopo la fine del Patto di Varsavia, la necessità di rinnovare i vecchi quadri dei servizi socialisti ha costretto le democrazie dell'Est ad appoggiarsi ai centri d'intelligence occidentali per la formazione delle future direzioni di controspionaggio. Alla Direzione di Sorveglianza del Territorio (DST) non è sfuggita questa straordinaria opportunità, che poteva dare accesso a preziose informazioni su questioni sensibili come l'evoluzione della geopolitica in Eurasia, il terrorismo e le economie parallele del crimine organizzato. I francesi non ne hanno però saputo approfittare e si sono lasciati scavalcare dall'FBI e dall'intelligence tedesca.

La forza dell'economia da combattimento tedesca, tuttavia, è ancor più evidente nell'approccio strategico all'Asia. La "Lettera dall'Asia", scritta da specialisti di storia dell'intelligence come Rémi Kauffer e da esponenti del mondo accademico, ha descritto il modo di operare dei tedeschi in questa regione del mondo. A differenza del blocco orientale, dove il totalitarismo dei regimi al potere rendeva indispensabile il ricorso agli apparati d'intelligence, i mercati dell'Asia sono, almeno in linea di principio, più aperti e dunque più facili da studiare con mezzi legali. Quando ha compreso che l'Asia sarebbe diventata uno dei cardini

dell'economia mondiale, la Germania si è preparata a usare tutta la forza della sua economia da combattimento.

Le prime misure adottate risalgono alla fine del 1993: da un lato il potere politico ha rinforzato il coordinamento tra iniziative pubbliche e private, per informare meglio le imprese e favorire le società di medie dimensioni alla ricerca di nuove quote di mercato; dall'altro il potere economico ha fondato il Comitato Asia/Pacifico, allo scopo di avviare una riflessione strategica che avrebbe permesso agli imprenditori di agire in modo concertato. Il Comitato era sostenuto dalla rete delle camere di commercio (Deutscher Industrie- und Handelstag), da quella delle associazioni economiche e industriali (Bundesverband des Deutschen Industrie) e infine da una terza rete formata da società specializzate nel commercio con l'Asia (Ostasiatischer Verein). Nell'economia da combattimento l'unione fa la forza e per questo i tedeschi si battono apertamente per la "impresa Germania".

Attorno al Comitato Asia/Pacifico gravita una rete di fondazioni private e di istituzioni tecniche esperte in questioni asiatiche che collaborano affinché l'influenza tedesca fruttasse le migliori opportunità d'affari. I loro operatori soggiornano a lungo all'estero e costituiscono le sonde dell'economia da combattimento tedesca. La Germania, a differenza della Francia, si rende conto che per esercitare l'influenza è necessario che i suoi uomini non siano spie occasionali, ma presenze perfettamente inserite nella vita locale. La missione degli agenti d'influenza è fornire agli operatori economici i contatti per essere ammessi negli ambienti vicini al potere economico, politico e culturale di un Paese e non è un caso se funzionari anziani dei servizi privati tedeschi finiscono la loro carriera alla direzione d'importanti fondazioni private.

La forza d'influenza, che si esercita rintracciando deboli segnali in un oceano di informazioni che diventano interessanti solo se collegate ad altre, è paragonabile a una grande rete da pesca che cattura ogni tipo di preda. L'intelligence economica, che raccoglie le informazioni riservate pagandole a caro prezzo, somiglia piuttosto a un arpione scagliato su un obiettivo preciso. Per mettere a punto una strategia efficace come quella della Germania in Asia sono necessari sia la rete che l'arpione. Il Bundesnachrichtendienst (BND), l'agenzia

d'intelligence della Repubblica Federale Tedesca, è presente in tutti i principali centri dell'Asia (New Delhi, Pechino, Giacarta, Tokyo, Manila, Seoul e Taiwan) e non è un caso che il suo numero due, Rainer Kesselring, abbia trascorso molti anni in Asia.

La forza d'influenza della Germania dipende dalla gestione delle risorse umane presenti sul campo. La Francia al contrario non sembra interessarsi alla questione, anche quando Paesi come il Vietnam manifestano il proprio interesse per un tipo di approccio non anglosassone ai rapporti di forza economici. Il ministero della Ricerca di Hanoi ha finanziato la traduzione di uno studio di Christian Harbulot intitolato *Techniques offensives et guerre économique* (Tecniche offensive e guerra economica), ma l'interesse delle autorità vietnamite non ha avuto alcuna eco in Francia. Il rifiuto di costruire una forza d'influenza costa molto caro alla Francia, che pure continua ad avere la quarta economia esportatrice del mondo.

Jean Videau, dirigente di Korea Strategic Data, una delle rare società franco-coreane d'intelligence economica, nel 1995 ha pubblicato un articolo su "Le Monde" in cui confrontava l'efficacia tedesca e quella francese nell'approccio al mercato sudcoreano. In Germania le imprese hanno un solo interlocutore, la Camera di Commercio, mentre in Francia ne hanno sei: PEE, Camera di Commercio franco-coreana, DATAR, CEDUST, APRODI e il consigliere culturale di cooperazione scientifica presso l'ambasciata. I vantaggi per la Germania sono evidenti, dai costi inferiori per il personale alla semplificazione delle procedure, e le consentono di avere un volume d'affari tre volte superiore rispetto a quello della Francia. La Germania inoltre può esercitare una forza d'influenza maggiore perché è più presente sul campo. La Camera di Commercio tedesca in Corea ha mantenuto lo stesso direttore per 15 anni, mentre la Camera franco-coreana ha cambiato otto presidenti in otto anni. I rappresentanti francesi all'estero tendono a collaborare poco tra loro e sono considerati dai locali gente di passaggio.

Le associazioni denominate "clubs-pays", create dal governo Rocard per favorire lo scambio di informazioni tra amministrazione e imprese, non sono riuscite a rendere più aggressivo l'approccio ai mercati della Francia, che fino all'inizio degli anni '90 si è sempre basato esclusivamente sull'offerta, senza

un'adeguata valutazione della domanda locale. Il "club Corea" ha richiamato l'attenzione dell'amministrazione francese sulla duplice necessità di modificare la catena di comando classica, troppo verticale e tesa solo alla conservazione dei poteri personali, e di investire sull'ingegneria dell'informazione, ma il potere politico non ha preso alcuna iniziativa concreta per risolvere questi problemi.

La Francia dovrebbe imparare dall'economia da combattimento tedesca, in modo tale che le sue imprese siano messe nella condizione di innovare e prendere iniziative coordinate per superare la concorrenza. A tal fine è necessario ripartire dal rinnovamento della cultura d'intelligence.

Il disprezzo dell'intelligence

A differenza della Francia, gli Stati Uniti e la Germania considerano l'intelligence fondamentale nell'elaborazione della loro strategia economica. Nella storia francese il problema della cattiva gestione dell'informazione si è ripresentato periodicamente, senza che il potere politico abbia saputo trarne una lezione definitiva. La Francia, che è stata grande quando ha saputo coordinare le proprie azioni grazie a una strategia chiara, offre oggi il triste spettacolo di un regno dell'irresponsabilità in cui i mezzi non sono ordinati ai fini. Nel corso del XX secolo la progressiva globalizzazione dell'economia e l'avvento dell'era dell'informazione hanno cambiato le vecchie logiche. Come sostiene Edouard Balladur nel libro intitolato *Caractère de la France*, le griglie di lettura e i principi organizzativi adottati dalla Francia devono adeguarsi, altrimenti il Paese va incontro a un lento ma inesorabile declino.

La questione di fondo è strategica: occorre avviare un piano di riforme secondo un disegno preciso, per combattere una guerra economica in cui l'azione delle singole imprese sia ben orchestrata. A livello politico, militare ed economico bisogna disporre delle chiavi per dominare la complessità crescente del campo strategico (si veda a riguardo l'analisi di G. Chaliand, *Anthologie mondiale de la stratégie*). Dopo la fine del Patto di Varsavia è cominciata l'era della competizione economica mondiale, segnata dallo scatenamento delle forze nel contesto del

libero mercato. Queste forze si esercitano in un quadro di ambizioni nazionali ritrovate. Lo dimostrano gli Stati Uniti, che hanno trasferito sul terreno della guerra economica i metodi della Difesa, utilizzando inoltre l'informazione come uno strumento di dominio. Questa è la chiave di tutta la strategia globale e anche la Francia deve creare le condizioni per compiere i mutamenti necessari. Solo studiando le caratteristiche dell'età dell'informazione e chiarendo il concetto di intelligence economica sarà possibile mettere a punto una strategia collettiva in grado di difendere gli interessi nazionali.

In tempi di guerra economica è importante definire il concetto di strategia. Il termine deriva dal greco *στρατηγία*, che designa la carica di stratego e, come fa notare J. M. Mathey nel libro intitolato *Comprendre la stratégie*, ha la stessa radice di stratagemma (astuzia di guerra). Per Machiavelli la strategia è il risultato della combinazione di tre fattori: la forza, il diritto e l'astuzia. Nell'Ottocento ha assunto il significato specifico di condotta nel tempo e nello spazio della politica di una nazione. Nel Novecento sono stati infine individuati tre livelli strategici: strategia totale (progetti politici), generale (scopi da raggiungere) e operativa (obiettivi e tempi). Secondo l'ammiraglio Labouërie, che è stato il primo a individuare i principi ripresi dal generale Fiévet, il ragionamento dello stratega ruota attorno a tre cardini: volere, che implica la concentrazione degli sforzi; potere, per disporre della libertà d'azione necessaria; e sapere, ossia la ricerca della migliore economia delle forze.

Nella società dell'informazione l'aspetto del sapere ha acquisito un'importanza senza precedenti. Le informazioni sono il movente principale delle azioni umane e, dato che oggi circolano sempre più velocemente, il tempismo è diventato un fattore determinante. Per stabilire una strategia, secondo l'adagio del generale Bradley, l'intelligence deve dire cosa fare, la logistica quello che si può fare e il capo quello che vuole fare. Gli israeliani ne sono consapevoli, al punto che i loro capi militari si sono tutti formati nell'intelligence. In Francia invece, come spiega P. Paillolle nell'analisi intitolata *Notre espion chez Hitler*, l'acquisizione di informazioni è sottovalutata e, tradizionalmente, la volontà del capo pesa più di ogni altra cosa.

Per affrontare le grandi sfide del presente e saper prevedere quelle future è

importante conoscere la storia dell'intelligence, spesso segnata dal discredito di cui è stata oggetto presso le élite francesi. Napoleone, che si serviva dell'intelligence a livello politico, militare ed economico, disprezzava gli uomini che ne facevano parte. Messo al corrente della richiesta avanzata dal capo dei servizi speciali Schulmeister, che desiderava la Legione d'onore per il contributo dato alla vittoria di Austerlitz, l'imperatore rispose: "Mai! Che gli si dia dell'oro!".

Nel libro *Histoire des services secrets français* Douglas Porch ha analizzato le ragioni della più grande catastrofe militare della storia francese, quando nel maggio del 1940 l'esercito si dissolse di fronte all'avanzata tedesca. La disfatta poteva e doveva essere evitata, perché la Francia era al corrente dei piani tedeschi. Dal 1932 i servizi speciali del colonnello Rivet e del capitano Paillone avevano reclutato una talpa presso lo Stato maggiore generale tedesco (l'OKW) e per otto anni erano stati informati sulle decisioni della Wehrmacht e di Hitler.

Nel 1940 però, nonostante il lavoro d'intelligence, la direzione operativa stabilita a priori non fu modificata e nulla cambiò nel dispositivo di difesa. Porch cita la testimonianza del generale Beaufre, il quale ha dichiarato che nel maggio dello stesso anno la gestione delle informazioni, atto fondamentale che consiste nel mettere in condizione chi deve decidere di farlo al meglio, dipendeva da un solo ufficiale nel Quartier Generale Supremo di Montry. Le varie agenzie d'intelligence erano inoltre sommerse di riservisti in gran parte inutili, incaricati all'ultimo di monitorare la posta e le comunicazioni telefoniche. Queste disfunzioni sono il risultato militare della scarsa considerazione accordata all'intelligence nel processo decisionale. Secondo Porch, l'errore di Gamelin sarebbe stato quello di predisporre un piano offensivo all'interno di una strategia difensiva, ignorando le reali intenzioni del nemico. Il generale, ossessionato dall'idea di dare battaglia in Belgio, non avrebbe tenuto conto delle informazioni provenienti da quel Paese, né di quelle di Paillone e dell'addetto francese a Berna, che avvertivano dell'imminente offensiva tedesca nelle Ardenne.

La guerra d'Indocina (1946-1954) conferma il disprezzo dell'intelligence. Nel 1944 i servizi speciali erano venuti a conoscenza del desiderio di Ho Chi Minh di lasciar partire i francesi senza spargimento di sangue e risarcendo i coloni, ma l'offerta non è mai arrivata a Parigi (come narrato nel libro di J.M. de Beaucorps,

Soldat de Jade). Dieci anni più tardi lo Stato maggiore del generale Navarre non prestò ascolto all'intelligence, contraria all'operazione di Dien Bien Phu. Il capo del Deuxième Bureau fu prontamente rimosso e la Francia è andata incontro a una disfatta militare.

La storia del disprezzo dell'intelligence in Francia continua con il generale de Gaulle, ostile al Servizio di Documentazione Estera e di Controspionaggio (SDECE) nonostante le preziose informazioni che gli aveva fornito durante il negoziato internazionale promosso dagli Stati Uniti a Cannes nel 1964 per discutere del sistema aureo. Nel libro *Services secrets* di Philippe Bernert sono riferite battute di de Gaulle che testimoniano la sua freddezza verso i metodi adottati dal SDECE. Il generale metteva in discussione la funzione stessa dell'intelligence, contraria alla sua etica e di ostacolo ai suoi progetti. Porch arriva perfino a imputare il fallimento dello sbarco degli Alleati a Dakar alla scarsa attenzione prestata da de Gaulle al tema della sicurezza, testimoniata dal fatto che il servizio britannico di controspionaggio (MI5) ha intercettato conversazioni in cui il generale parlava dell'operazione su linee poco sicure. Venticinque secoli fa, nel trattato sull'arte della guerra, Sun Tzu ha spiegato che tra quanti fanno parte dell'entourage del comandante in capo nessuno gli è più vicino dell'agente segreto. De Gaulle evidentemente non apparteneva alla schiera dei suoi lettori, perché non ha mai amato l'intelligence e i suoi servitori.

Georges Pompidou condivideva la cattiva opinione del generale sull'intelligence. A Grossin, che gli spiegava come la funzione dello SDECE non consistesse nello spionaggio politico e mondano delle personalità francesi, Pompidou ebbe a replicare, stupito: "Ma allora a cosa serve?". In seguito, eletto presidente della Repubblica, nominò Alexandre de Marenches alla direzione dello SDECE, precisando che il suo compito non sarebbe stato quello di informarlo, ma di impedire a una banda di pericolosi paranoici di nuocere.

Quanto a François Mitterand, artista della tattica e delle manovre politiche, nel libro *Un amiral au secret* Lacoste sostiene che temeva soprattutto la forza di un'intelligence riunita e perciò la sua strategia era quella di dividere per regnare, ostacolando le comunicazioni perché capirsi troppo può compromettere il raggiungimento di un'intesa finale. Va inoltre considerato che la vicenda

dell'affondamento della Rainbow Warrior, nave ammiraglia della flotta di Greenpeace, e il fatto che sia stata rivelata l'identità degli agenti segreti che l'hanno provocata, non ha certo giovato alla popolarità della DGSE in patria e all'estero.

Il disprezzo dell'intelligence da parte delle élite francesi pregiudica l'avvenire della nazione, danneggiandola nella battaglia per il controllo strategico delle nuove tecnologie dell'informazione. La Francia ha accumulato un grave ritardo tecnologico, mentre Paesi come gli Stati Uniti o Israele considerano prioritario, nel contesto della mondializzazione, detenere una posizione dominante nella fabbricazione dei nuovi strumenti dell'informazione. Chi controlla il contenitore può infatti controllare il contenuto, anche perché la complessità dei sistemi informatici consente di tendere qualunque tipo di trappola, catturando informazioni da fonti ignare. Il progetto faraonico denominato Teledesic, finanziato da Bill Gates, prevede la messa in orbita di centinaia di satelliti nell'ottica di una strategia planetaria finalizzata al dominio dei canali d'informazione e intelligence.

Dopo la guerra del Golfo anche in Francia si è preso atto che per combattere la guerra dell'informazione era necessario avviare una riforma profonda e a questo scopo è stata creata la Direction du Renseignement Militaire (DRM). Il cambiamento è però frenato da una mentalità retrograda che impedisce di allargare il raggio d'azione dell'intelligence. La sua efficacia dipende dalla coordinazione e condivisione delle informazioni, la cui provenienza è varia e non limitata alle fonti ufficiali.

La Francia, prendendo spunto dalle operazioni in Bosnia o nel Rwanda, deve definire una dottrina e organizzare delle strutture e delle procedure adeguate. Rinnovare l'approccio è indispensabile per arrivare a un rinnovamento nell'organizzazione dello Stato maggiore dell'esercito, a partire dal "cinquième bureau"(Affari Civili e Militari) creato nel 1998 per affrontare le questioni civili-militari. L'ACM precede la costituzione di una sorta di battaglione civile, un'unità operativa chiamata a facilitare l'interazione tra le forze in campo e l'ambiente civile in cui si muovono. Secondo il colonnello Cochin, citato nella rivista "Valeurs actuelles" del marzo/aprile '98, il suo scopo è permettere alle forze d'intervento di raccogliere informazioni di ogni genere (politico, militare, economico).

L'esperienza in Bosnia ha dimostrato che la cultura militare e la professionalità dei francesi impegnati sul campo sono all'altezza delle missioni ACM/CIMIC. Il personale di queste missioni, nuovo strumento di guerra economica, non è composto da militari ma da professionisti dell'edilizia, della finanza, della medicina e della comunicazione. Questa è la direzione da seguire, ma perché il lavoro d'intelligence contribuisca a prendere le migliori decisioni strategiche è necessario che la catena intelligence-decisione-azione non s'incepti a metà. La valutazione critica delle informazioni è dunque fondamentale ed è altrettanto necessario comprendere che nella società dell'informazione le fonti sono sempre più accessibili e numerose. È importante, dunque, richiamare l'attenzione delle élite francesi sull'importanza della cultura dell'intelligence.

L'esperienza di Intelco, molto positiva, si è posta proprio questo obiettivo. Nato nell'aprile del 1993 dall'incontro tra Christian Harbulot e Jean Pichot-Duclos, Intelco è un laboratorio di idee sul ruolo dell'informazione nei rapporti di forza geoeconomici che si sono instaurati dopo la fine della guerra fredda. Intelco è una costola del Consiglio di Difesa Internazionale (DCI), che le ha concesso piena autonomia per avviare la riflessione sull'intelligence economica in Francia. I membri di Intelco sono attualmente sei, più uno o due nominati dal DCI, e si muovono in tre direzioni: riflessione, sensibilizzazione del mondo economico a partire dalle università, con cicli di conferenze patrocinati dall'Istituto di alti studi per la difesa, e infine intervento diretto a favore di istituzioni o imprese. Intelco ha contribuito ad ampliare il dibattito nazionale sulle nuove frontiere dell'intelligence economica, come la guerra dell'informazione o le strategie d'influenza culturale.

Il messaggio di Intelco, supportato da esempi irrefutabili, non ha tardato a incontrare l'opposizione di quanti rifiutano il concetto stesso di guerra economica, sostenendo che la guerra uccide mentre il liberalismo crea ricchezza. Il rifiuto della realtà porta a considerare liberale il sistema Clinton, che è una mescolanza di protezionismo, interventismo della diplomazia e dei servizi speciali per favorire le imprese americane, abuso di posizione dominante nel controllo dei flussi elettronici (gli Stati Uniti controllano il 90% dell'industria dei software) e saccheggio spudorato di informazioni private per mezzo di software come Windows 95 o di computer-trappola distribuiti gratuitamente alle banche e ai

servizi d'intelligence amici e alleati (nel libro *L'Oeil de Washington* Fabrizio Calvi e Thierry Pfister riferiscono che, a metà degli anni '80, l'NSA ha utilizzato un software sviluppato da un'impresa americana per impossessarsi delle informazioni memorizzate nei computer dei clienti stranieri dotati di Promis). Inoltre, rifiutando l'idea di guerra economica si fa un favore alle economie criminali, che stanno aumentando in modo vertiginoso il loro volume d'affari.

L'esperienza di Intelco è finalizzata a far crescere la consapevolezza dei problemi reali in chi è chiamato a risolverli, andando oltre le ideologie e gli interessi di parte. Gli ostacoli più insidiosi che Intelco deve superare sono il frutto dell'inerzia culturale francese. L'intelligence economica è considerata con una certa diffidenza dagli ingegneri e dagli specialisti della sicurezza: i primi si sentono estranei a una strategia indiretta che impone di compiere azioni invisibili e trasversali; i secondi tardano a modificare il loro approccio tradizionale nel nuovo contesto in cui l'informazione è accessibile a tutti. Intelco deve inoltre fare i conti con l'antimilitarismo di chi non vuole ammettere che la Difesa può essere utile alle aziende, ignorando l'apporto dato dal Pentagono alla difesa degli interessi economici degli Stati Uniti. Contrariamente a quanto sostengono alcuni ideologi, l'unione tra chi possiede i capitali e chi difende l'interesse nazionale non è affatto automatica. Nonostante i suoi molti nemici, Intelco continua a sviluppare il concetto d'intelligence economica, che prima o poi, in un mondo sempre più segnato dalla complessità della mondializzazione, dovrà essere integrato con quello di intelligence globale.

Grazie all'esperienza di Intelco esiste oggi una letteratura in francese sull'uso dell'informazione e dell'intelligence nello sviluppo delle imprese o dello Stato. Il deficit culturale rispetto agli Stati Uniti si è ridotto, nonostante l'amministrazione, l'università e il mondo imprenditoriale si siano a lungo disinteressati alla questione. Il contributo francese al dibattito è significativo perché mette in discussione l'approccio anglosassone, monoculturale e condizionato dalle multinazionali, lasciando spazio allo studio comparato delle principali economie di mercato. Secondo gli Stati Uniti le imprese dovevano essere lasciate libere di battere la concorrenza avanzando offerte migliori. Una tesi che non ha retto all'evidenza dei fatti, tant'è vero che per salvare l'industria

automobilistica dalla concorrenza straniera si sono mobilitate tutte le forze dell'economia americana (imprese, sindacati, autorità federale). L'ultraliberismo si è improvvisamente trasformato in un liberalismo patriottico. La propaganda politicamente corretta delle grandi istituzioni internazionali sotto l'influenza anglosassone non ha impedito a Clinton di considerare una priorità la difesa degli interessi economici americani.

Il secondo obiettivo raggiunto da Intelco è stata la creazione, in collaborazione con la scuola di commercio ESLSCA, della Scuola di Guerra Economica (EGE), così chiamata perché il concetto di guerra economica è più facile da comprendere rispetto a quello di intelligence economica. Le imprese sotto attacco della concorrenza sanno cos'è una guerra economica, ma è raro che si rendano conto dell'utilità dell'informazione per il loro sviluppo.

L'EGE si fonda sui seguenti principi: spirito combattivo, visione globale dell'informazione, lavoro di squadra, assunzione del rischio, capacità di agire d'astuzia. Cinque principi ai quali corrispondono altrettanti mali della società francese: combattività solo per fare carriera, informazione poco condivisa, scarsa consapevolezza nel mondo imprenditoriale della necessità di unire le forze, nessuna disponibilità a rischiare e a usare l'astuzia. La mondializzazione degli scambi impone alle economie da combattimento di adottare tutti gli accorgimenti necessari per proteggere le imprese, mettendole al riparo dalle tecniche di accerchiamento del mercato usate dalla concorrenza. Non basta promuovere i propri prodotti, occorre anche saper valutare i fattori di destabilizzazione che i concorrenti o altre forze ostili possono mettere in campo.

L'EGE cerca soluzioni a questi problemi, ma finora è solo una goccia nell'oceano. Se le élite francesi continueranno a ignorare l'importanza della cultura d'intelligence, rischiano di lasciare il mondo nelle mani di un unico padrone. Clinton ha creato un dispositivo statale di sicurezza economica che consente agli Stati Uniti di aumentare le esportazioni, creando o preservando centinaia di migliaia di posti di lavoro. La completa integrazione della funzione dell'intelligence al vertice di questo dispositivo non è certo l'unica ragione dell'espansione americana, resa possibile da una congiuntura economica favorevole a livello mondiale, ma è senz'altro un aspetto decisivo. Il commissario europeo Édith

Cresson ha dichiarato che gli Stati devono avere una politica d'intelligence per non essere costretti a subire quella degli altri. In Francia la classe dirigente è stata finora incapace di adottare una politica di sicurezza economica all'americana.

Scelte politiche miopi

Chi governa deve saper prevenire le situazioni e, se necessario, prendere decisioni impopolari, in particolare quando è in gioco la sicurezza globale del Paese. L'amministrazione Reagan ha portato avanti la sua guerra stellare senza curarsi dell'opinione pubblica e in questo modo ha provocato la rovina dell'Unione Sovietica, dando slancio alla ricerca spaziale americana. Allo stesso modo, de Gaulle ha dotato la Francia della dissuasione nucleare senza curarsi d'altro che dell'interesse nazionale. I dirigenti francesi, dopo anni di scelte miopi in tutti i campi (politica portuale, demografia, DOM-TOM, francofonia), sono ora chiamati a elaborare una strategia duratura.

La politica portuale è un esempio della scarsa lungimiranza delle autorità francesi. Nel 2005 in Europa le reti di circolazione delle merci saranno sature ed è perciò indispensabile investire in nuove infrastrutture, cercando soluzioni alternative. In Francia si era pensato di sviluppare il canale Reno-Rodano e di ampliare il porto di Saint-Nazaire, ma i progetti sono stati bloccati a causa dell'influenza di alcuni gruppi di potere, in particolare quello dei Verdi. Il canale Reno-Rodano avrebbe permesso di alleggerire il trasporto su strada (una chiatte di 4.000 tonnellate equivale a 150 camion), mentre l'ampliamento del porto di Saint-Nazaire, oltre a favorire i commerci con l'Europa e in prospettiva con l'America del Sud, avrebbe reso la Francia competitiva nel traffico dei container da 8.000 a 10.000 tonnellate, attualmente in mano a olandesi, danesi, americani e giapponesi. La rinuncia francese ha impedito di cogliere l'opportunità storica di modificare i flussi del commercio europeo, deviati da secoli a vantaggio dell'Europa settentrionale e in particolare dell'Olanda. Ancora una volta gli olandesi sono stati abili ad approfittare delle incertezze della concorrenza, trattando i francesi come vassalli da blandire con l'offerta di impieghi nelle loro società.

Gli olandesi, autentici maestri in strategia commerciale anticipatrice, hanno preso decisioni vincenti, a partire dall'accordo siglato nel 1990 con Sea Land, filiale di CSX Corporation, che autorizzava il servizio, in 80 porti di Paesi ricchi, di un centinaio di navi portacontainer tedesche, americane, danesi e olandesi. Allo stesso tempo, Sea Land otteneva a Mosca il ripristino di 13.000 km di transiberiana. Inoltre i gruppi di potere attivi a Bruxelles hanno fatto in modo che l'Unione Europea s'impegnasse a finanziare i lavori per consentire ai camion, provenienti in gran parte dal nord Europa, di attraversare la Svizzera su piattaforme ferroviarie. La Francia, di fronte al dinamismo dei suoi concorrenti, è invece rimasta bloccata, lasciandosi influenzare da lobby ecologiste con sede ad Amsterdam.

In Francia manca inoltre una seria politica demografica. I costi nell'immediato sono alti e i risultati si raggiungono solo a lungo termine, ma trascurare il problema può essere rovinoso, perché non c'è nulla di più decisivo per l'avvenire di una nazione e della sua economia. Come ha spiegato il demografo Jacques Dupâquier, nel 1998, secondo i dati, alla popolazione francese mancavano 1,6 milioni di giovani che sarebbero dovuti nascere tra il '75 e il '90. Quando, nel 2006, le generazioni del *baby-boom* cominceranno ad andare in pensione a un ritmo di 800.000 persone all'anno, le generazioni del *baby-crax* dovranno reggere un peso enorme sulle loro spalle.

Per avere una visione globale della questione bisogna considerare, oltre agli aspetti quantitativi, anche quelli qualitativi, che vanno dalla necessità di adottare una politica per la famiglia, elemento naturale e fondamentale della società, come è scritto nella Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo, al pericolo di un'immigrazione non controllata che minaccia la coesione sociale. Inoltre la disoccupazione crescente è un forte disincentivo alle nascite. Le politiche per favorire la natalità, ispirate al Codice della Famiglia di Alfred Sauvy approvato nel 1939, sono state riprese da de Gaulle e hanno reso possibile il *baby-boom* del dopoguerra. Le ideologie libertarie del '68, minando le fondamenta dell'istituzione familiare, sono all'origine del calo della natalità che da allora appare inarrestabile.

Charles de Gaulle ha detto che se il popolo francese smette di moltiplicarsi la Francia è destinata a spegnersi lentamente come una grande fiaccola, ma ha poi aggiunto che nulla è perduto finché si desidera che ciò non avvenga. La cecità

demografica è una conseguenza, non marginale, della cecità strategica. Purtroppo l'attuale classe dirigente francese non è nelle condizioni di imparare nulla dagli errori commessi in passato, perché ignora i fondamenti del ragionamento strategico (sapere, potere, volere), il primato cronologico della funzione dell'intelligence nel processo decisionale e la necessità assoluta di anticipare le situazioni senza pensare al tornaconto immediato.

La mancanza di strategia si avverte anche a livello geoeconomico. La Francia ha il terzo dominio marittimo mondiale (10,2 milioni di km² di zona economica esclusiva), dopo gli Stati Uniti (16) e la Gran Bretagna (10,5) e dispone di un'importante rete di basi geografiche, politiche, economiche e culturali. Si tratta dell'eredità coloniale dei DOM-TOM, i cui costi di mantenimento sono elevati, ma potrebbero trasformarsi in benefici qualora fossero adottate politiche diverse. In ogni caso garantiranno al Paese la possibilità di far valere i propri diritti quando la tecnologia consentirà di attingere le ricchezze dei fondali marini.

La potenza francese, erosa dai movimenti sovversivi in Nuova Caledonia, dalle campagne antinucleari specificatamente antifrancesi, dall'immigrazione selvaggia in Guyana (base dei programmi spaziali), deve in realtà guardarsi soprattutto dall'assenza di strategia delle sue politiche. Nelle Antille le élite locali percepiscono ancora la politica francese come una tutela su un dipartimento d'oltremare. Sarebbe invece indispensabile considerare lo sviluppo di questi territori all'interno del loro contesto geografico, perché solo così possono essere inseriti nella mondializzazione degli scambi. La legge sulla decentralizzazione non ha in alcun modo compensato le carenze amministrative del governo centrale; inoltre, mentre Germania e Gran Bretagna sono molto intraprendenti nel campo delle convenzioni fiscali, la Francia ne ha adottata una solo con Trinidad. Un altro errore grossolano è che l'Unione dei Gruppi d'Acquisto Pubblici (UGAP) non tenga in particolare considerazione le imprese della Martinica per i lavori sul posto.

Nei territori d'oltremare la passività delle autorità francesi costringe i responsabili locali a dipendere costantemente da Parigi. Ad eccezione di alcuni settori, come il commercio di banane, lo sviluppo di questi territori non è considerato dal punto di vista della competizione economica regionale o mondiale. Le lacune dell'amministrazione in Martinica e in Guadalupa sono rivelate anche

dalle politiche occupazionali, portate avanti senza una strategia precisa e senza un'adeguata coordinazione tra l'istituzione responsabile della formazione (il Consiglio regionale) e quella che gestisce l'avvio all'impiego (il Consiglio generale).

Quello che manca insomma è una visione d'insieme, che riconosca e sappia valorizzare le peculiarità dei territori d'oltremare. In questa prospettiva la Francia non può aspettarsi molto dall'Europa, perché a Bruxelles i dipartimenti d'oltremare sono considerati più che altro una palla al piede: regioni ultraperiferiche, con una superficie limitata e climi difficili. L'unico modo di uscire dallo stallo è cambiare atteggiamento e porsi come fine la conquista del mercato caraibico, finora in mano ai soli americani. Per farlo ci sarebbe bisogno di avviare una riflessione strategica molto sottile, ma purtroppo in Francia e oltremare si è ancora lontani da una simile presa di coscienza.

Un'altra priorità della Francia dovrà essere quella di ridare alla francofonia una dimensione globale. Al mondo ci sono 105 milioni di persone che parlano francese e la cifra sale a 260 milioni se si considerano i parlanti occasionali. Per sfruttare questo enorme bacino è necessario che le informazioni utili siano vagliate in modo sistematico da un dispositivo adeguato, come avviene in Gran Bretagna e in Italia, e per raggiungere questo scopo è indispensabile una revisione completa del profilo dei rappresentati francesi all'estero.

La lingua, espressione di una differenza culturale che deve essere difesa, è inoltre una risorsa preziosa nel contesto della guerra economica. Come ha spiegato Chirac in un'intervista uscita su "Valeurs Actuelles" (8-14 settembre 1997), il francese può spalancare le porte dei mercati più dinamici del pianeta. Occorre dunque restituirgli il rango di lingua economica internazionale e rendere l'area francofona, che rappresenta il 17% del commercio mondiale, una vera comunità d'affari. La francofonia non può essere ridotta a una questione di sciovinismo linguistico, ma le va data una dimensione geoeconomica. Oltre alla lingua comprende infatti gli stili di vita e le culture dei territori francofoni, che sono fonti di ricchezza immateriale per la Francia, in grado di contrastare le tentazioni egemoniche anglosassoni. La francofonia potrebbe consentire di esercitare una formidabile influenza culturale, se solo le élite francesi, accantonate le ideologie, si dimostrassero più audaci.

La Francia attuale è l'ombra di ciò che è stata, ma può tuttavia risollevarsi come è già accaduto nel recente passato, quando è tornato al potere de Gaulle. Nel 1958 il Paese non ha tardato a riacquistare il prestigio perduto sulla scena internazionale e grazie a de Gaulle ha rifiutato l'egemonia americana sull'Europa, avviando un radicale ripensamento dei problemi del terzo mondo. Alla sua morte il cordoglio è stato unanime e anche i rappresentanti dei Paesi socialisti hanno manifestato il loro rispetto e provato una sincera emozione. L'eredità di de Gaulle è intatta, ma non è stata ancora messa a frutto. L'Africa, l'America del Sud e l'Asia si aspettano ancora qualcosa dalla Francia, che ha la possibilità di creare salde alleanze economiche e culturali. Ci riuscirà se saprà attuare un'efficace politica d'intelligence, esercitando la sua influenza su piani diversi e giocando tutte le carte di cui dispone, compresa la francofonia.

Essenziale sarà opporre al *social learning* americano, autentico cavallo di Troia di un neo-imperialismo particolarmente sottile, un *independence learning* destinato ai Paesi emergenti che desiderano partecipare alla mondializzazione senza farsi plagiare dal modello dominante. La nuova politica d'influenza francese deve essere preparata ad affrontare problemi immensi in Paesi che rischiano di vedere compromessa la propria identità nazionale sotto il rullo compressore di prodotti culturali standardizzati, ma le insidie non devono scoraggiare la gioventù francese. La mondializzazione ha un lato oscuro che rischia di travolgere chi non la saprà dominare, ma il genio francese sa innalzare alla riflessione problemi in apparenza insolubili. La Francia, che incanta il mondo con la sua cultura, è chiamata ora a fare in modo che anche i suoi prodotti vengano apprezzati sul mercato. Per riuscirci deve avere una strategia globale orchestrata dal potere politico sulla base delle informazioni raccolte sul campo.

Nell'epoca attuale il potere tradizionalmente esercitato dai politici si sta trasferendo all'economia. Il processo non è però irreversibile e prima che sia troppo tardi i politici possono ancora recuperare il posto di comando. In caso contrario il mondo andrà incontro a una nuova forma di tirannia, già annunciata dal pensiero unico che si sta affermando. I mezzi per evitare questo scenario esistono, ma occorre essere coscienti del pericolo.

Una nuova guerra

Per non continuare a combattere una guerra del passato la Francia deve adattarsi alle sfide della globalizzazione, dotandosi degli strumenti e dell'organizzazione necessari. Il complesso fenomeno della mondializzazione può essere valutato in modo positivo tenendo conto delle sue implicazioni scientifiche e culturali, ma non si deve dimenticare che sullo sfondo agiscono potenze decise a prevalere sulle altre e che nessun Paese industrializzato è al riparo dal pericolo di una disfatta geoeconomica, come dimostra il caso recente dell'Asia.

La politica estera della Francia degli ultimi anni è stata caratterizzata dall'emotività e dalla generosità delle decisioni prese, come dimostrano le operazioni in Bosnia e in Albania o il riconoscimento del genocidio armeno, che tuttavia non le hanno portato alcun vantaggio in termini di quote di mercato conquistate. La guerra economica non è un concetto astratto, ma la realtà concreta e quotidiana con cui si confrontano le imprese nazionali, e per poterla combattere è decisivo riuscire a ottenere il controllo dell'informazione, che rappresenta una delle sfide principali del XXI secolo. Nel nuovo scenario multipolare che si è creato dopo la caduta del Muro di Berlino, gli Stati Uniti non hanno esitato a considerare prioritaria la salvaguardia degli interessi nazionali, mentre in Francia la mentalità non si è ancora adattata alle nuove sfide e l'economia ne risente.

Nel corso dei secoli la Francia non ha mai smesso di donare al mondo grandi filosofi, storici, artisti, economisti e imprenditori. Una gloria passata ma anche recente, perché il dinamismo e la creatività francesi non si sono mai estinti. In questi anni però molti talenti hanno deciso di emigrare all'estero, sia per le lacune della Francia sia per la lungimiranza di Paesi che hanno saputo attrarli con offerte vantaggiose. Il futuro è nelle mani di chi saprà dominare la conoscenza, perciò occorre fare tutto il possibile per arginare la fuga dei cervelli. Robert Reich, segretario del Lavoro nell'amministrazione Clinton, è stato il promotore di una politica che ha attratto negli Stati Uniti i migliori ingegni. Il risultato è che attualmente ben 20.000 francesi lavorano nella Silicon Valley californiana. La fuga dei cervelli mina le basi dell'economia francese e occorre compiere scelte

coraggiose a livello politico per invertirne il flusso.

La Francia ha ottime carte a sua disposizione per attrarre gli studiosi, potendo contare su tecnologie di alto livello, frutto di un'eccellente cultura scientifica e di una vasta rete di università, grandi scuole e organismi nazionali come il CNRS, il CEA, l'INSERM, l'INRA e l'Istituto Pasteur. I suoi ricercatori e ingegneri sono conosciuti e stimati in tutto il mondo, come dimostra il fatto che negli ultimi anni per tre volte il Nobel per la fisica è andato a un francese: de Gennes nel 1991, Charpak nel 1992 e Cohen-Tanugi nel 1997. La Francia è all'avanguardia in settori come l'astrofisica, l'astronomia, la genetica, la medicina, la biochimica, la chimica e l'agronomia.

L'inesausta ricerca ha permesso di creare prodotti nuovi e redditizi, troppe volte copiati dalla concorrenza, e anche sul piano industriale sono stati conseguiti risultati di assoluta eccellenza, come il programma Ariane, i Mirage, i Falcon, i TGV, l'Airbus, l'elettricità nucleare. Le aziende francesi fanno scoperte di livello mondiale e per questo subiscono attacchi in piena regola, frontali o obliqui, da parte della concorrenza (ad esempio i tentativi di sabotaggio del programma Ariane). Per difendere i propri settori d'eccellenza, la Francia deve entrare nell'ordine di idee che la performance tecnologica ormai non è più sufficiente se non è inserita in un dispositivo strategico che tenga conto dei rapporti di forza, dell'ambiente giuridico e finanziario, della redditività della ricerca, della sicurezza dell'informazione e della preparazione degli ingegneri a un approccio trasversale e globale. Serve una piccola rivoluzione nel mondo scientifico e tecnologico, ed è in questa direzione che si muove Intelco.

La Francia non può più limitarsi a difendere il proprio patrimonio, ma deve organizzare un dispositivo di sicurezza globale che permetta allo Stato e alle imprese di ricevere e fornire tutte le informazioni utili per conquistare nuovi mercati e tutelare i propri beni immateriali. Le scuole e le università francesi sono molto indietro da questo punto di vista: il pensiero strategico e la trasversalità e globalità dell'informazione sono ancora argomenti fuori programma. La crescita degli Stati Uniti dimostra quanto può essere invece vantaggioso investire in una formazione che sappia gettare le fondamenta per una cultura collettiva e offensiva dell'informazione. In Francia una soluzione potrebbe essere l'istituzione di un

consiglio nazionale di sicurezza economica, ma finora prevalgono i corporativismi e la linea di chi preferisce uno Stato debole.

Per venire a capo dei paradossi dell'era dell'informazione è necessario saper combinare le strutture gerarchiche verticali e la logica della rete globale e orizzontale. Inoltre è indispensabile incanalare il flusso dell'informazione verso un unico centro, decentralizzando però gli accessi a essa (una contraddizione difficile da risolvere, come spiega F. Beau nel libro *Renseignement et Société de l'Information*). Infine, attuando una politica di controllo dell'informazione accessibile, va difeso il patrimonio immateriale delle imprese dagli attacchi sempre più frequenti della cyber-criminalità. L'occhio del "Grande fratello" arriva ormai dappertutto e l'esigenza di proteggere le informazioni da parte delle aziende deve fare i conti con tecniche di crittografia sempre più sofisticate, capaci di mettere in difficoltà perfino il Dipartimento di Giustizia americano.

Il fattore umano è decisivo per stabilire il piano d'intelligence, organizzare la ricerca, coordinare l'operazione, assicurare la diffusione delle notizie in tempo quasi reale e adattare il piano a eventuali nuovi scenari. L'intelligence economica non è, come taluni ritengono, una "questione di software". L'approccio tecnicistico che si sta imponendo va contrastato promuovendo una nuova cultura d'intelligence, a partire dalla formazione del personale delle aziende e dal rinnovamento dei programmi di studio nei licei e nelle università. Solo così le élite, presenti e future, potranno essere pienamente coscienti dell'importanza che ha il controllo dell'informazione nello sviluppo delle imprese.

Il concetto d'intelligence economica dev'essere un punto fermo nella nuova realtà segnata dalla mondializzazione e dalla guerra economica, ma numerosi ostacoli intralciano ancora la sua lunga marcia. Ciò che manca è soprattutto la necessaria coordinazione a livello istituzionale tra le parti in causa (amministrazioni, imprese, settore educativo). Il rapporto Martre, pubblicato nel 1994, ha sottolineato l'importanza del passaggio di informazioni tra le amministrazioni e i soggetti economici. Le amministrazioni sono troppo autoreferenziali e, ricevendo in modo compartimentato le informazioni che provengono da fonti diverse, non si preoccupano di trasmetterle in modo direttamente assimilabile agli uomini impegnati sul campo, che ne avrebbero un

bisogno vitale.

Il rapporto Martre purtroppo non si è tradotto in misure strutturali, ma se non altro ha suscitato un notevole interesse alla sua apparizione. Sono in molti ormai a chiedere un nuovo approccio collettivo ai problemi della mondializzazione, a dispetto della resistenza di alcuni funzionari all'interno del Commissariato Generale del Piano (CGP) cui dispiace il concetto stesso d'intelligence.

Gli obiettivi fissati dal rapporto erano quattro: diffondere le pratiche d'intelligence nelle imprese; ottimizzare i flussi d'informazione tra il settore pubblico e quello privato; creare banche dati in funzione delle necessità; mobilitare il mondo dell'istruzione e della formazione. Per quanto riguarda il primo obiettivo, il bilancio è moderatamente positivo. Mentre il potere politico non sembra manifestare un interesse particolare verso l'intelligence economica, nel mondo delle piccole e medie imprese si sta facendo largo la consapevolezza della sua importanza. I grandi gruppi industriali, storicamente inclini a cercare informazioni segrete, sono più in difficoltà nell'adeguarsi a un approccio collettivo all'informazione accessibile.

Il secondo obiettivo, ossia la necessità di ottimizzare i flussi d'informazione tra pubblico e privato, a distanza di quattro anni non è stato raggiunto e i progressi sono minimi, sia a livello statale che regionale. L'amministrazione dovrebbe impegnarsi più seriamente nella creazione di reti d'informazione, definendo procedure comuni che facilitino la cooperazione con le imprese e coi soggetti privati. Alcune iniziative avrebbero meritato miglior sorte, come il programma di monitoraggio dei mercati emergenti di Corea del Sud, Brasile e Malesia, lanciato dalla Direzione delle Relazioni Economiche Estere, nel quale erano state coinvolte alcune regioni-pilota. Un progetto interessante, finito nelle sabbie mobili da quando Christian Sautter, che ne era stato l'orchestratore, è stato nominato segretario di Stato al bilancio da Jospin. La mancanza di continuità nell'approccio statale all'intelligence economica è purtroppo una costante.

Il Comitato per la Competitività e la Sicurezza Economica (CCSE), creato nell'aprile del 1995 per volere del primo ministro Balladur, avrebbe dovuto essere una cellula consultiva installata al vertice dello Stato per favorire la coordinazione tra i soggetti economici. Per quanto l'idea di base fosse eccellente, i membri del

CCSE non erano le persone più qualificate per attuare una reale politica di sicurezza economica. I grandi gruppi assicurativi e settori economici di spicco, come quello agroalimentare, non erano rappresentati, così come le piccole e medie imprese, confinate in provincia.

Il fallimento è stato inoltre logistico. La sede del CCSE è stata posta presso il Segretariato Generale della Difesa Nazionale, che lo sosteneva. La presidenza è stata affidata a Ballardur, che non ha voluto delegare la funzione a nessuno dei suoi subordinati. Quando però, nel 1995, Alain Juppé è succeduto a Ballardur, il nuovo Primo Ministro ha affidato la presidenza ad Arthuis, segno evidente che il CCSE non rientrava più tra le priorità del governo. Il passaggio di Arthuis al ministero delle Finanze ha ridato un po' di smalto al CCSE, ma l'idea originaria era nata morta e il trasferimento della sua sede a Bercy ne è stato il colpo di grazia simbolico. L'ultima riunione del CCSE risale all'inizio del 1997, mentre la cellula d'intelligence economica della SGMN è stata soppressa nell'estate del 1998. La speranza è che un giorno l'esigenza di coordinare la strategia e le azioni di guerra economica al vertice dello Stato possa incontrare miglior sorte.

Molto resta da fare perché in Francia si affermi la cultura dell'intelligence economica collettiva. L'idea stessa d'intelligence è osteggiata e gli affari pubblici e privati sono condotti senza alcuna strategia. La storia francese dimostra tuttavia che una simile cecità non è una fatalità irrimediabile, ma solo una conseguenza dell'impreparazione delle élite. Da Luigi XI, soprannominato "il ragno universale", a Napoleone non mancano gli esempi di sovrani illuminati che hanno saputo mettere i fattori alla base delle loro decisioni nel giusto ordine: sapere, potere, volere.

In Francia, pur tra mille difficoltà, l'insegnamento dell'intelligence economica comincia a svilupparsi. I capitani d'industria sono sempre più sensibili al problema e non a caso Airbus Industries, Alcatel, Ariane Espace, Dassault, Elf, Total e altre grandi imprese strappano alla concorrenza ambiti contratti a livello internazionale. Anche le piccole e medie imprese, come Soitec, Chauvin o Bongard, fanno progressi all'estero. Le amministrazioni regionali cominciano a dotarsi di osservatori e cellule speciali per aiutare le imprese a penetrare nei mercati emergenti, ma la strada è ancora lunga perché, in un Paese centralizzato come la Francia, una svolta culturale richiede tempo quando l'impulso non viene dal

vertice. La riforma dell'intelligence militare ha comunque finito per imporsi e il CCSE, per quanto sterile si sia rivelata la sua azione, ha dimostrato che il bisogno dell'intelligence economica è stato percepito anche dalle alte sfere.

Quel che occorre adesso è introdurre nel dibattito il concetto di sicurezza globale, in cui la Difesa abbia un ruolo di primo piano. È quanto hanno fatto gli americani, a partire dall'amministrazione Reagan, attuando una strategia globale di economia da combattimento. Il dispositivo di sicurezza americano è perfettamente oliato in ogni suo ingranaggio e punta sempre di più sull'alta tecnologia, l'economia e l'analisi delle minacce esterne. La CIA si occupa delle risorse umane, dell'influenza e dell'eliminazione della concorrenza, mentre l'Agenzia per la Sicurezza Nazionale (NSA) intercetta e trasmette segnali in ogni angolo del pianeta, potendo contare su una rete spaziale e mondiale di stazioni d'osservazione e d'ascolto.

Per quanto riguarda i mercati emergenti, gli Stati Uniti attuano la cosiddetta politica di *social learning*, che consiste nell'installare una rete d'influenza presso le élite locali attraverso la formazione, il finanziamento e la conduzione dei programmi di sviluppo. La Francia deve prendere spunto dagli Stati Uniti, dove la sicurezza economica nazionale è tutelata con ogni mezzo, e fare in modo che la Difesa, con le sue capacità d'intelligence, di azione, di logistica e di organizzazione, sia coinvolta nell'elaborazione di una strategia globale.

La cultura del rischio

Mettere in discussione l'egemonia americana equivale a compiere un salto nel vuoto, ma è un rischio che la Francia deve correre almeno per due valide ragioni. Innanzitutto per l'ardore dei tanti giovani francesi di buona volontà, riluttanti a farsi imporre stili di vita omologati e pronti a impegnarsi sul difficile terreno della guerra economica. In secondo luogo per l'esempio di altri Paesi, come l'India e la Cina, che conservano intatto il senso della propria storia e non si fanno condizionare dagli esperti del Fondo Monetario Internazionale.

Alain Peyrefitte nel libro *Le Mal français* ha individuato le malattie croniche

che affliggono il corpo della nazione francese attraverso il prisma dei gloriosi anni '30. Il quadro della situazione contemporanea è dipinto a tinte fosche: ostruzionismi, corporativismi, rifiuto dei cambiamenti e arroganza delle amministrazioni. François de Closets nel libro *Toujours plus* ha stilato un lungo elenco di privilegi, denunciando in particolare il numero troppo alto di dipendenti statali (4,7 milioni), che con i loro stipendi assorbono quasi la metà del bilancio dello Stato. La protezione eccessiva di questa categoria è un lusso inaudito e determina un irrigidimento che impedisce al Paese di adattarsi alla nuova realtà della mondializzazione. Infine Edouard Balladur nel libro *Caractère de la France* individua nell'incapacità di organizzare un'evoluzione graduale, senza traumatici sconvolgimenti, il male storico che affligge la Francia, chiamata a compiere nei prossimi vent'anni un percorso di riforme sostanziali per evitare il declino.

La Francia non si è ancora dotata di una dottrina e degli strumenti necessari per creare un'economia da combattimento che le permetta di difendere i propri interessi nell'età dell'informazione e della mondializzazione. I lumi di Cartesio, che l'hanno guidata per tre secoli, non riescono a rischiarare le complesse reti dell'economia globalizzata, così come il modello giacobino, centralizzatore e dittatoriale, è poco adatto a fronteggiare le nuove sfide e appare ugualmente in crisi. In Francia è perciò urgente una profonda riforma dello Stato e occorre anche che le vecchie classi dirigenti, troppo imbevute di ideologie, siano sostituite da menti più aperte, capaci di riconoscere quali sono i veri problemi da risolvere.

Per adattarsi alle nuove sfide della mondializzazione la Francia deve innanzitutto superare il modello cartesiano, che per trecento anni non è mai stato messo in discussione dalle sue élite. Nella seconda parte del *Discorso*, Cartesio formula le quattro regole del metodo (evidenza, analisi, sintesi, enumerazione e revisione) sulle quali si fonda il progresso scientifico. Queste regole non sono più sufficienti a garantire il controllo di una realtà sempre più complessa e globalizzata.

Un approccio analitico che prenda in considerazione solo parametri certi e misurabili è ormai obsoleto, come dimostra l'esempio dell'acquisizione della rete di distributori Minol da parte della compagnia petrolifera Elf. Attraverso questa operazione il gruppo francese, desideroso di espandersi nell'ex Germania dell'Est,

credeva di acquisire una posizione dominante in un mercato in via di privatizzazione. In realtà ha fatto un cattivo affare, perché la rete di distributori era da rifare e su Minol incombeva la spada di Damocle delle rivendicazioni dei proprietari di terreni espropriati dal socialismo.

In questo come in altri casi, le brutte sorprese nei Paesi dell'Est si sarebbero potute evitare con operazioni d'intelligence preventiva, che avrebbero fornito ottimi argomenti di negoziazione. L'approccio francese è ancora troppo mirato e settoriale, poco consapevole dell'importanza dell'azione trasversale, interdisciplinare, collettiva e topologica, che è invece la preoccupazione principale dei Paesi asiatici. L'esempio di Minol dimostra quanto il Metodo sia superato. I cambiamenti sono stati così rapidi che in breve tempo da obsoleto è diventato addirittura controproducente. Si dovrebbe smettere di insegnarlo nelle scuole con fanatismo giacobino. In una fase cruciale per l'avvenire della Francia, i responsabili politici devono poter disporre degli strumenti concettuali e metodologici adeguati, altrimenti si troveranno a combattere disarmati in un mondo governato da logiche che non sono in grado di padroneggiare.

La rigidità del modello giacobino accentua le lacune del sistema cartesiano e la crisi di adattamento alla mondializzazione è una conseguenza diretta di questi retaggi culturali. Il modello giacobino, che esaspera il centralismo parigino e i metodi amministrativi coercitivi, è la causa della crisi gestionale nel settore ipertrofico dell'economia statale, della crisi nella formazione delle élite politico-amministrative e infine della crisi del potere politico. Alla base di questa triplice crisi c'è la Scuola nazionale di amministrazione (ENA), d'ispirazione giacobina, che andrebbe riformata per porre fine a una situazione nefasta che paralizza il Paese.

In Francia, inoltre, i politici sono screditati, come dimostrano le alte percentuali di astensione dal voto, e la crisi dello Stato giacobino è sotto gli occhi di tutti. Nel settore delle strategie geoeconomiche la Francia dovrebbe prendere esempio dalla Svezia, una piccola nazione che ha compreso da tempo quanto sia importante disporre di reti efficienti per lo scambio di informazioni. Il generale Pichot-Duclos, invitato a Stoccolma per parlare della concezione francese dell'intelligence economica, ha potuto constatare la straordinaria condivisione delle informazioni tra tutte le parti in causa. Prima della conferenza si è infatti svolta

una riunione cui erano presenti rappresentanti della diplomazia, della polizia, dell'ufficio brevetti, della banca, dell'industria, dell'università e, ovviamente, della Difesa.

In Francia lo Stato ha il dovere di creare piattaforme per lo scambio di informazioni utili tra le amministrazioni e i soggetti economici impegnati sul campo. Le amministrazioni dispongono di un'enorme quantità di informazioni macro-economiche, spesso inutilizzate, mentre i soggetti impegnati sul campo possono fornire preziose notizie locali, grazie alle quali sia possibile cogliere tempestivamente eventuali opportunità d'affari.

La decentralizzazione dei flussi d'informazione mette in discussione il modello di società tradizionale. Durante il forum di Davos del 1998, Klaus Schwab ha dichiarato che le imprese e i governi incapaci di integrare la società della rete nella loro strategia sono destinati a rimanere ai margini della nuova società globale. S'impongono dunque cambiamenti radicali, innanzitutto a livello politico, che consentano alla Francia di sfruttare la rivoluzione multimediale e le proprie risorse umanistiche in funzione di un modello di sviluppo decentralizzato.

Per riappropriarsi del mercato interno è indispensabile un'analisi globale dei rapporti di forza economici che a causa della mondializzazione hanno ripercussioni anche a livello locale. Innovazione e nazionalità delle imprese, temi cari a Jospin, sono risposte inadeguate rispetto a una realtà economica in cui le strategie di accerchiamento del mercato sono all'ordine del giorno. L'innovazione non è fine a se stessa, ma viene usata dalle imprese per acquistare nuove quote di mercato, come nel caso della telemedicina in Libano, dove gli americani sono stati molto abili nel posizionare la propria industria sanitaria. Anche il tema della nazionalità delle imprese appare superato, perché la guerra economica non è una guerra di trincea ma di movimento. Le potenze più competitive non si limitano a difendere il proprio patrimonio ma attuano strategie di conquista in ogni parte del mondo.

Gli strateghi francesi dovrebbero riflettere a fondo sull'approccio indiretto e globale degli Stati Uniti alle economie emergenti. Accerchiare un mercato per occuparvi una posizione dominante in modo duraturo è più redditizio che concentrarsi sulla produzione, l'innovazione e la nazionalità delle imprese, come fa

la Francia. Gli Stati Uniti, senza trascurare gli aspetti tradizionali dell'attività economica, portano avanti strategie geoeconomiche offensive che combinano gli interessi privati con la difesa di quelli collettivi.

Fino a qualche tempo fa l'idea di promuovere in Francia un'economia da combattimento alla portata di tutti sarebbe parsa azzardata, ma la disoccupazione crescente e gli scompensi creati da una concorrenza mondiale sempre più spietata hanno creato le condizioni per un cambio di mentalità. In un'Europa ancora poco unita, la necessità di una mobilitazione al servizio degli interessi nazionali suscita larghi consensi. I soggetti economici impegnati sul campo sono pronti a unire le forze, a condizione che lo Stato stabilisca un progetto chiaro ed eserciti un ruolo di animatore e coordinatore.

Un fulgido esempio di patriottismo economico è rappresentato dal tentativo di assorbimento della Thyssen da parte di Krupp-Hoescht (KH) attraverso un'OPA ostile lanciata il 19 marzo del 1997. Thyssen si è difesa mediaticamente, sottolineando che l'attacco di KH, sostenuto dalle due più importanti banche tedesche, era condotto secondo logiche anglosassoni di capitalismo selvaggio, mentre sarebbe stato opportuno mantenere la tradizionale stabilità del rapporto banche-impresе, senza rischiare di mettere in pericolo l'avvenire di migliaia di lavoratori tedeschi. In nome dell'interesse comune e sotto la pressione della *vox populi*, l'OPA ostile si è così trasformata in un compromesso costruttivo tra le parti. La Francia non è la Germania e non deve imitare ciecamente le pratiche tedesche, ma piuttosto cercare di adattare alla propria realtà, facendo appello al patriottismo economico emergente.

Nonostante la reazione negativa dell'opinione pubblica alla vendita dell'attività multimediale di Thomson a un gruppo sudcoreano dimostri che ai francesi non è indifferente l'avvenire geoeconomico del Paese, in Francia l'individualismo è una componente ancora molto forte. L'economia da combattimento è invece il risultato di uno sforzo di collaborazione collettiva finalizzato a mobilitare le reti esistenti e a crearne di nuove. L'assunzione del rischio da parte di politici e imprenditori deve essere collettiva e pienamente inserita nel contesto di un'economia da combattimento, perché solo così la Francia potrà vincere la partita sulle scacchiere invisibili del mercato mondiale.

Nelle riunioni, nei protocolli e negli interventi concertati ciò che viene detto è spesso meno importante delle strategie indirette, opportunamente taciute, per destabilizzare l'alleato del momento. Nella riunione svoltasi a Monaco nel 1997 dell'Ufficio Europeo dei Brevetti, gli anglosassoni hanno lanciato un'offensiva per sopprimere l'obbligo di traduzione in lingue diverse dall'inglese. Lo scopo dichiarato era il risparmio economico, ma quello taciuto era l'eliminazione della lingua francese. Gli anglosassoni hanno perseguito questa politica fin dal lontano 1812, anno in cui la prima costituzione degli Stati Uniti ha imposto l'inglese in Louisiana, dove il francese era la lingua più parlata.

Nella guerra dell'informazione tutto è permesso, perciò il potere politico deve avere una visione strategica delle scacchiere invisibili in cui il non detto conta più delle dichiarazioni ufficiali. Quando sono in gioco gli interessi nazionali, le rivalità tra ministeri devono essere messe da parte e tutte le informazioni vanno condivise. Si deve inoltre diffondere l'uso degli attacchi indiretti alla concorrenza, ad esempio contrastando il *forcing* degli Stati Uniti per imporre i prodotti agricoli transgenici con la critica via Internet alle abitudini alimentari americane, tra le più malsane al mondo. Si potrebbe inoltre creare un organismo che abbia come missione quella di intervenire sulle reti mondiali, Internet compresa, per condurre azioni d'influenza e di contro-informazione, beneficiando di tutte le informazioni elaborate dai servizi d'intelligence.

Per muoversi sulle scacchiere invisibili è fondamentale insegnare le regole del gioco alle future élite, preparandole ad avere una visione realista dei rapporti di forza. Nei licei francesi questo tema è invece ignorato e il contenuto dei programmi di studio oscilla tra una morale ultraliberale negli affari e una lettura marxista dei fenomeni sociali. Un simile ritardo di civiltà fa dubitare che in Francia si potrà passare in breve tempo dall'attuale cultura difensiva e sclerotizzata a quella cultura del rischio indispensabile per affrontare le diverse sfide sulle scacchiere invisibili. Si può tuttavia sperare che la strategia finirà col prevalere sulla politica emotiva portata avanti per decenni dalle classi dirigenti francesi.

Conclusioni

Da un mondo diviso in due blocchi ideologici si è passati a un mondo multipolare dominato da tre blocchi in corso di formazione: Stati Uniti, Europa e Asia. Il rischio di scontri militari tra i nuovi blocchi è minimo, ma la guerra economica imperversa. L'impero americano per dominare non vuole battersi su due fronti, perciò indebolisce l'Europa, e con essa la Francia, per meglio combattere l'Asia.

La Francia ha ancora in mano il proprio destino e può rifiutare il ruolo di partner docile. I governi che si sono succeduti dopo la morte di de Gaulle hanno concentrato i propri sforzi sull'Europa, che però non è la soluzione miracolosa al vuoto strategico che dura dal secondo dopoguerra. I rapporti di forza che perdurano con la Germania e la Gran Bretagna sfavoriscono di fatto la Francia. I segnali negativi sono molti, dalle difficoltà della borsa di Parigi allo stop al programma nucleare tedesco, che ha indebolito l'industria nucleare francese. L'asse franco-tedesco è solido, ma la prima potenza europea non si fa condizionare quando sono in gioco gli interessi nazionali. Inoltre la fusione tra British Aerospace e la società aerospaziale tedesca Daimler-Benz Aerospace, annunciata nell'ottobre del 1998, suona come un campanello d'allarme.

La Francia desidera tornare a essere protagonista sulla scena internazionale, come dimostra la reazione popolare alla vittoria del Mondiale di calcio, ma mentre i trionfi sportivi hanno vita breve, l'avvenire di una nazione dipende da una strategia a lungo termine. Per metterla a punto è necessario fare il bilancio dei fallimenti passati. Nel 1815, nel 1871 e nel 1940 la Francia ha subito sconfitte militari che hanno costretto tre diversi regimi a scendere a patti con il nemico. Traumi che hanno lasciato tracce profonde nelle élite francesi, distorcendone la visione strategica. Oggi i giovani che s'impegnano nella vita attiva sono consapevoli che la competizione economica mondiale non è destinata a dissolversi in un ciclico ritorno alla crescita. Le belle frasi sull'innovazione, le lodi dell'euro, gli appelli all'amicizia e alla cooperazione tra i popoli non devono far dimenticare che alcuni Paesi tutelano la propria sicurezza economica usando tecniche di accerchiamento dei mercati e imponendo la propria cultura e il proprio stile di vita alle popolazioni sottomesse.

I progetti sull'Europa sociale sono presentati come un'alternativa al modello di società d'oltreoceano, ma hanno poche possibilità di trovare eco fuori dall'Europa, perché l'Asia, i Paesi dell'emisfero meridionale e la Russia non hanno i mezzi per seguire la Francia su questo terreno. Occorre dunque trovare altre strade per non essere schiacciati dal rullo compressore della mondializzazione degli scambi manovrato dagli americani.

Il patriottismo economico della Corea del Sud durante la crisi finanziaria del 1997 fornisce ottimi spunti di riflessione. I cittadini coreani, rispondendo all'appello del governo, hanno consegnato oro per un valore di 5 miliardi di franchi, hanno aumentato le ore di lavoro e acquistato prodotti nazionali per sostenere l'economia. La situazione francese non è certo paragonabile a quella della Corea del Sud, ma la Francia può ugualmente trarre da quest'esempio una lezione utile. Lo sviluppo di un Paese, frutto del lavoro e della creatività dei suoi cittadini, è anche il risultato di una lotta economica che spesso si svolge sottotraccia ed è dunque più difficile da combattere. Per sostenerla la Francia deve dotarsi di una strategia funzionale a un'economia da combattimento. Solo così potrà cominciare a trattare gli alleati come potenziali avversari, muovendo le proprie pedine sulle scacchiere invisibili della mondializzazione.