



David Baverez

Les multinationales et l'art de la guerre

Le financier, spécialiste de la Chine, invite les entreprises européennes à « se réveiller » face à la rivalité systémique entre Washington et Pékin

Des trois ruptures appelées à façonner la prochaine décennie (intelligence artificielle, changement climatique et géopolitique), c'est sans doute le retour de la troisième qui va le plus surprendre, à la fois par la magnitude et l'immédiateté de son impact. Durant le cycle trentenaire de « mondialisation heureuse » né en 1989, les multinationales européennes avaient pris pour habitude d'ignorer la politique. Tout gouvernement au comportement déviant, tel que celui de Liz Truss, au Royaume-Uni en octobre 2022, ne résistait que quelques semaines à la pression des marchés. Mais la géopolitique n'est pas la politique!

Depuis deux événements majeurs survenus en 2022, la guerre en Ukraine, et le 20^e congrès du Parti communiste chinois, la géopolitique s'invite avec fracas dans un nouveau cycle d'« économie de guerre » où les fondements s'inversent: la confiance cède à la méfiance; l'arbitraire se joue de l'Etat de droit; l'inflation structurelle revient; le rapport de force est remplacé par la relation de dépendance.

Autant de nouvelles règles du jeu qui mettent en lumière le relatif désavantage compétitif de l'Europe. La Chine opte pour le « néo-marxisme-léninisme » du capitalisme d'Etat; les Etats-Unis renforcent leur hégémonie technologique par le favoritisme réglementaire des « sept magnifi-

ques » (Alphabet, Amazon, Meta, Apple, Microsoft, Nvidia et Tesla), dont la capitalisation boursière cumulée talonne désormais le produit national brut de l'Union européenne; Bruxelles reste enfermé dans une gouvernance surannée de 27 droits de veto, permettant à la présidence tournante hongroise de narguer, à Moscou et à Pékin, les autres Etats membres. Par ailleurs, l'Europe reste prisonnière de choix désastreux, dans les panneaux solaires comme dans la voiture électrique, dont la taxation insuffisante à l'importation favorise avec cynisme la protection populiste du pouvoir d'achat du consommateur aux dépens de la survie de ses propres industries. Face à cette chronique d'un déclin annoncé, les multinationales européennes ne trouveront leur salut que dans la refonte de leur rapport à la géopolitique.



LA GÉOPOLITIQUE S'INVITE AVEC FRACAS DANS UN NOUVEAU CYCLE D'« ÉCONOMIE DE GUERRE »

D'une part, elles doivent exiger la mise en place de la réforme en profondeur proposée par le sauveur de l'euro, Mario Draghi, évincé des débats lors de la récente campagne européenne, et qui devrait s'articuler autour de trois axes. D'abord, imposer une gouvernance à la majorité qualifiée pour mener une politique industrielle face à Pékin, par opposition à la politique de concurrence qui pénalise les entreprises européennes dans cette guerre. Ensuite, Bruxelles doit ajuster de manière plus significative l'accès au marché européen de tout produit chinois bénéficiant indûment d'une subvention étatique, et systématiser la taxation de leur empreinte carbone. Enfin, il s'agit de forcer la consolidation paneuropéenne dans les quatre industries-clés en économie de guerre: défense, énergie, finance, télécoms.

Changement de paradigme

D'autre part, chaque multinationale doit nommer à son comité de direction un « directeur du risque géopolitique », dont la tâche sera de comprendre l'impact de l'émergence de la « Chinamérique » sur le futur du groupe. En effet, l'accord tacite entre les deux géants, qui échangent encore chaque année 700 milliards de dollars (635 milliards d'euros) de biens et services, accorde aux Etats-Unis l'hégémonie des technologies du XXI^e siècle contre la montée en gamme de la Chine dans les technologies du XX^e siècle, historiquement dominées par l'Europe. Comment se jouer au mieux de cette « Chinamérique »? C'est la question qui guidera les décisions à prendre: anticipation de l'obsolescence de certains actifs, réinvestissement en capacités de production, rééquilibrage des chaînes d'approvisionnement, reconstitution de stocks stratégiques, indexation des coûts sur la remontée structurelle de l'inflation, accès privilégié aux sources de financement.

Par opposition à la souveraineté vainement évoquée par les responsables politiques, la géopolitique débouchera sur la configuration d'un nouveau régime d'in-

terdépendance, dont l'Europe, premier client mondial des échanges internationaux, devrait théoriquement être le moteur. Aux multinationales européennes de profiter des occasions qui peuvent naître, de façon contre-intuitive, de l'émergence de la « Chinamérique ». D'une part, en réexportant avec profit vers le reste du monde les produits vendus à perte par le système surcapitaire du néo-marxisme-léninisme chinois. D'autre part, en inventant un bon usage de la haute technologie américaine au service du bien-être dans un monde durable, du sain équilibre entre vie réelle et vie connectée, et, enfin, de la liberté de penser et d'agir – aux antipodes du « wokisme » américain et de l'abandon de la jeunesse chinoise, revendiquant le droit à la paresse.

Soyons réalistes, le changement de paradigme requis est immense: en votant avec leurs chéquiers pour Pékin et Washington plutôt que pour Berlin, les multinationales allemandes nous rappellent les dangers de l'incapacité de Berlin, tout comme de Bruxelles, à rentrer enfin en économie de guerre et à acter la nouvelle rivalité systémique, tant avec la Chine qu'avec les Etats-Unis.

La survie des entreprises européennes passe par le remplacement du référentiel ESG (environnement, social, gouvernance), dont l'intention était louable, mais qui a été totalement dénaturé, par un triptyque énergie-sécurité-guerre. Il faut remettre la question de l'énergie au cœur de la stratégie environnementale; rétablir la sécurité des chaînes d'approvisionnement dans un univers chaotique; intégrer la gestion de la guerre pour affronter un monde non plus d'abondance, mais de pénurie. ■

David Baverez, investisseur installé à Hongkong depuis 2011, est l'auteur de « Bienvenue en économie de guerre! » (Novice, 204 p., 19,90 €)

