

Source : article inédit.

85. Le 11 septembre, 4 ans après...

Les attentats terroristes du 11 septembre 2001 ont été un événement charnière dans l'histoire, puisqu'ils ont été le déclencheur alibi de la fureur impérialiste américaine (Védrine 2003). Au vu de leur importance, font-ils partie des tabous publicitaires ? Sont-ils au contraire récupérés par la publicité ? Et si oui, comment ?



n° 1. Publicité du Crédit Suisse (mars 2000) où les Twins représentaient le « Top of the World ».

Les attentats du 11 septembre ont très vite influé sur le champ médiatico-culturel : industrie cinématographique, séries télévisuelles et communication publicitaire ont dû momentanément éviter de représenter le sud de Manhattan (voir publication 41) ... Un spot explosif pour le chocolat Crunch (Nestlé), démontrant ainsi sa nature croustillante, a été retiré. Un spot pour les yaourts Fjord (Danone), dont l'action se déroulait dans un taxi new-yorkais, a été déprogrammé. Les campagnes Philipp Morris, qui représentaient assez systématiquement les Twins, ont amorcé un virage à 180°. Bref, les tours du WTC ne pouvaient plus servir d'emblème à la réussite boursière et financière (Crédit Suisse, n° 1). Symboles du capitalisme, elles sont devenues les jumelles sacrifiées sur l'hôtel du terrorisme.

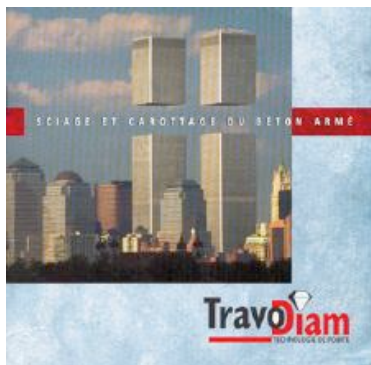
Quelques campagnes ont donc été contraintes de revoir leur copie. On a aussi parlé d'un retour aux sources, d'une communication à échelle plus humaine. Mais, dans son ensemble, la communication publicitaire n'a été que peu influencée par les événements du 11 septembre.

Preuve en est une récente publicité pour la Boeing Business Jets (n° 2) qui juxtapose (certes de manière assez éloignée) les tours Petronas de Kuala Lumpur (Malaisie) à un Boeing. Faut-il y voir le signe d'un capitalisme émergent (celui d'Asie) ? Il semble en tout cas lointain le temps où l'Occident toisait le monde du haut de ses gratte-ciels...

Cette publicité risque certes d'évoquer certains événements funestes. Il semble néanmoins qu'en 2005, le souvenir des Twins commence à s'estomper, signe peut-être que l'on aurait tourné la page, que la situation serait en passe de se normaliser.

Mais la question demeure de savoir si, durant cette période sensible, le 11 septembre a pu être récupéré par la publicité et si oui, comment.

Le hasard de l'agenda



n° 3. Annonce TravoDiam envoyée à sa clientèle la veille des attentats du 11 septembre.

Pour introduire cette question, nous partirons d'un télescopage d'agenda. En 2001, la société de bétonnage et de construction métallique TravoDiam, d'envergure internationale, souhaitait lancer une campagne institutionnelle (n° 3) pour mieux implanter ses activités sur ses marchés respectifs. Pour ce faire, une réflexion marketing a été menée dans la première moitié de l'année 2001. Le projet de communication retenu a été réalisé dans le courant de l'été et envoyé à l'ensemble de la clientèle la veille des attentats (nous remercions Pascal Lavanchy, fournisseur généreux de cette publicité).

Le texte sectionne les Twins par le slogan « Sciage et carottage du béton armé », où le mot « armé » prend place sur le fond rouge de la ligne horizontale. Or, les événements tragiques du 11 septembre ont rendu la lecture de cette annonce sensiblement différente de ce qui avait été initialement prévu. Ce qui était banal avant le 11 septembre ne l'étant plus après, l'entreprise a dû très rapidement informer ses clients du lien pleinement fortuit entre l'annonce et l'actualité. Ce télescopage aura quand même converti une simple campagne en un formidable coup de pub.

Le 11 septembre 2001 est-il un tabou publicitaire ?

On aurait pu penser que ce cas déconcertant d'une annonce rattrapée par l'actualité serait la seule trace des attentats du 11 septembre dans la communication publicitaire. Et pourtant, le 11 septembre a été récupéré par la publicité, de manière homéopathique il est vrai.

Le Musée de l'Élysée (n° 4) a consacré une exposition de photographies intitulée

« new york après New York »...

Si l'image accroche par le sujet dramatique, le slogan joue quant à lui sur la perte des deux gratte-ciels par New York en supprimant les deux capitales au nom de la ville.

Une annonce Discovery Channel (n° 5) titre pour sa part son visuel : « Terrorism has changed the way we view the world ». Par une image d'une absolue banalité avant le 11 septembre – un avion à proximité des deux tours –, le visuel convoque de funestes souvenirs.



n° 2. Publicité Boeing Business Jets (mars 2005) juxtaposant les tours Petronas de Kuala Lumpur (Malaisie) à un Boeing.

Autre cas. L'ex-compagnie aérienne Swissair a connu un télescopage similaire. Elle diffusait une campagne publicitaire titrée « The world's most refreshing airline » au moment du crash du vol 111 dans les eaux glaciales d'Halifax, le mercredi 2 septembre 1998.





n° 4. Affiche de l'exposition photographique consacrée aux attentats du 11 septembre par le Musée de l'Élysée (Lausanne, Suisse)



n° 5. Publicité Discovery Channel annonçant un documentaire consacré à « l'âge de la terreur ».

L'annonce, qui promeut un documentaire consacré à « l'âge de la terreur », reste cependant très référentielle, légitimant là encore le recours à ce type de visuel.

Le 11 septembre instrumentalisé



n° 6. Publicité MTV militant contre la faim dans le monde.

Une annonce de la chaîne *MTV* (Brésil) (n° 6) vise à lutter contre la faim dans le monde, avec un slogan appliqué à un visuel des *Twins* en feu : « The world united against terrorism. Should do the same against hunger ». En faisant allusion à l'unité qui a pu se manifester face au terrorisme, cette campagne milite, non sans une pointe de cynisme, pour une similaire unité face à la faim dans le monde.

Au final – et même si l'on ne doute pas que d'autres exemples puissent se rencontrer –, on constate que les attentats du 11 septembre, en dépit de leur importance géo-politique, sont restés très discrets dans la publicité. Lorsqu'ils ont été récupérés, c'est soit de manière référentielle (annoncer une exposition consacrée à cet événement ; annoncer une émission sur ce thème), soit pour une cause humanitaire (s'unir contre la faim dans le monde).

L'absence de motivation entre certains messages choquants et les produits qu'ils sont sensés promouvoir, caractéristique du *porno chic* (publication 25) et du *shockvertising* (publication 49), ne s'observe donc pas dans le cas de la récupération du terrorisme. Le 11 septembre reste largement un tabou publicitaire.

De l'unité face au terrorisme à la question des priorités...

Reste que l'annonce de la chaîne *MTV* diffère sensiblement des autres dans la mesure où elle communique un message plus riche. Certes, le message principal est un appel à la mobilisation collective face à la faim dans le monde. Mais nombre d'implications, délibérées ou non, se greffent sur ce message principal.

La pointe de cynisme perçue dans le slogan peut se retrouver dans la construction du visuel. Les *Twins* en feu, légendées « 2'823 dead », symbolisent le terrorisme. Elles sont placées dans le visuel en position légèrement décentrée sur la gauche. Les lignes de force assurées par le pont désaxent le regard du lecteur et excentrent un peu plus les *Twins*.

L'enfant, placé en marge de l'image, incarne par métonymie les enfants victimes du quart-monde, et plus largement, toutes les populations victimes de la faim : « 864 million undernourished people in the world ».

Le rapport entre le nombre de victimes du 11 septembre 2001 et le nombre annuel de victimes de la faim dans le monde est éloquent. Vu sous cet angle, le nombre de victimes des attentats paraît bien dérisoire. La disproportion entre les deux nombres explique alors que l'enfant-symbole soit placé au premier plan, reléguant les *Twins* à l'arrière-plan. Ce jeu entre premier et arrière-plan et entre position centrale et position périphérique interpelle. Pourquoi allouer autant d'attention au 11 septembre (position centrale), et marginaliser la faim dans le monde (périphérie), alors que cette dernière devrait être placée au premier plan ? Pourquoi le terrorisme préoccupe-t-il plus que la faim dans le monde ? Pourquoi les gouvernements ne manifestent-ils pas un semblable empressement pour s'unir contre la faim dans le monde ? En pointant l'unité autour du terrorisme, l'annonce *MTV* dénonce en quelque sorte la disproportion de l'attention portée au terrorisme en rapport à celle accordée aux victimes de la faim.

On le voit, de ces questionnements ressortent deux aspects connexes auxquels fait implicitement allusion l'annonce : la question de la globalisation (point 1) et celle de l'éventuelle interdépendance entre le terrorisme et la pauvreté (point 2).

1. La globalisation comme trait commun

Contrairement au terrorisme traditionnel, le terrorisme contemporain n'est plus motivé par une logique précise, mais par des valeurs polarisées et diffuses (Orient vs Occident, islamisme vs christianisme...), durcies par des cellules terroristes relativement indépendantes. Ces motivations sont à la fois d'ordre politique (Madrid : « punir les espagnols d'avoir pris part à la guerre en Irak »), d'ordre économique (Irak : « punir les occidentaux de venir piller les ressources énergétiques du monde arabe »), d'ordre social (Casablanca : « punir un gouvernement autoritaire, incapable de redresser l'économie du pays »), d'ordre religieux (New York : « blesser l'infidèle »)... sans s'exclure mutuellement : le « borbier irakien » est le résultat de la congruence de ces différentes motivations. Économiques, mais aussi religieuses (chiites contre sunnites) ou encore politiques (à qui le pouvoir ?).

S'oppose ainsi aux idéologies indépendantistes ou politiques du terrorisme traditionnel la disparité des motivations du terrorisme contemporain : contrairement aux terrorismes que l'on connaissait jusqu'ici (Brigades Rouges, FLN, ETA, IRA, OLP, FIS), le terrorisme contemporain s'est globalisé, d'où la nécessité d'y répondre de manière concertée à l'échelle mondiale.

Or, de la même manière, la pauvreté dans le monde, conséquence entre autres de la globalisation, ne pourra être enrayerée que par une consultation commune et une démarche concertée à l'échelle mondiale. C'est du moins le message que veut faire passer l'annonce *MTV* (n° 6).

Un cas exemplaire de corrélation entre globalisation et faim dans le monde

Pour ceux qui en douteraient encore, une petite annonce Caritas (n° 7) épingle avec finesse l'interdépendance entre le

Pour ceux qui en douteraient encore, une petite annonce Caritas (n° 7) épinglée avec finesse l'interdépendance entre le colonialisme économique des pays occidentaux et la faim dans le monde : « Si Jean Hateki était une vache, il gagnerait le double » :

Chaque vache européenne reçoit environ 2 dollars de subvention par jour, alors que 1,2 milliard de personnes comme Jean Hateki gagnent 1 dollar, voire moins par jour. Caritas s'engage pour un monde plus juste. www.caritas.ch, Compte 60-7000-4.



Si les choses ne sont évidemment pas aussi simples, dans les faits, ce que laisse entendre cette publicité, c'est qu'une vache européenne vaut deux êtres humains.

n° 7. La faim dans le monde est pour une large part orchestrée par le protectionnisme occidental.

2. Corrélation entre terrorisme et pauvreté

L'annonce MTV (n° 6), en juxtaposant les mots « terrorisme » et « faim », risque de fomenteur une corrélation abusive entre terrorisme et frustration des couches sociales défavorisées. Si des liens existent parfois – les attentats au Maroc ont trouvé leurs exécutants dans les bidonvilles de Casablanca, mais les commanditaires étaient pour leur part issus de couches aisées et étrangères –, la réalité est beaucoup plus complexe.

La misère ne mène pas en soi au terrorisme. Mais elle peut être instrumentalisée par des idéologues pour convertir des couches défavorisées en exécutants potentiels. Selon les besoins des projets terroristes, les exécutants proviendront d'ailleurs de couches sociales différentes : les attentats de New York réclamaient des compétences que n'exigeaient pas les attentats de Casablanca. Le terrorisme contemporain est donc clairement trans-social.

La lutte contre la faim dans le monde comme réponse au terrorisme

La juxtaposition des mots « terrorisme » et « faim » dans l'annonce MTV semble en revanche rappeler que différentes réponses pourraient être apportées à la question du terrorisme et que la voie de la répression ne serait peut-être pas la plus appropriée.

Dans le contexte très complexe des réseaux terroristes, on ne peut pas critiquer en bloc les dispositions sécuritaires prises par certains gouvernements, sous le prétexte qu'elles vont à l'encontre de la démocratie. Ces dispositions doivent être appréciées dans le contexte actuel, avec tout ce qu'il a de nouveau et de différent. Les règles démocratiques elles-mêmes doivent être repensées pour s'adapter à ce nouveau contexte. Mais la réponse musclée (« terroriser les terroristes ») qui a dominé jusqu'ici, plombée qui plus est par des motivations économiques, n'a donné que peu de résultats. Elle n'est pas le fruit d'une réflexion engagée de manière concertée, mais d'une réaction épidermique, policière et intéressée, qui a conduit à de sévères dérives sécuritaires, parmi lesquelles la chasse aux faciès...

Face au terrorisme contemporain, une voie salutaire semble être dans un premier temps, presque paradoxalement, la prise de conscience, l'acceptation et l'intégration du risque terroriste. Il faut réapprendre à saupoudrer le quotidien d'un peu de fatalisme. Les États et citoyens occidentaux doivent accepter le risque terroriste à moyen terme, et réfléchir, en canalisant leurs émotions, à la manière la plus constructive de réagir. Réduire la faim dans le monde pourrait alors se présenter comme une réponse parmi d'autres...

Le paradoxe des attentats

Pourtant, en plus de servir de rhétorique électorale au gouvernement Bush (voir encadré), les attentats terroristes gratifient paradoxalement les intérêts des pays occidentaux. D'une part, ils ont servi d'alibi aux États-Unis pour assouvir leur soif impérialiste, en Afghanistan comme en Irak. Ces derniers s'assurent ainsi le contrôle des principales réserves pétrolières (le Moyen Orient détient plus de 65% des réserves mondiales).

Réserves pétrolières

Pétrole (en Gb)	2001
Asie Pacifique	43,78
Europe occidentale	17,14
Europe orientale	58,55
Moyen Orient	685,59
Afrique	76,68
Amériques	149,81
Total	1 031,55

D'autres part, leurs effets pénalisent les pays émergents. Les touristes qui n'osent plus partir en Egypte ou au Maroc, iront volontiers en France ou en Italie... L'augmentation du prix du pétrole, principalement due à la spéculation (mais aussi à l'augmentation de la demande chinoise), permet aux Occidentaux (disons, à une minorité d'Occidentaux) d'enregistrer des bénéfiques records. L'industrie de l'armement se porte à merveille. Les bénéfiques tirés du pétrole et de l'armement couvrent à eux seuls largement les efforts financiers investis dans ces guerres. De ce point de vue, il est certain que de lutter contre la faim dans le monde est moins rentable...

Gilles Lugin

À lire...

Hubert Védrine, *Face à l'hyper-puissance. Textes et discours 1995-2003*, Paris, Fayard, 2003.

Une récupération mesquine, ou comment le monde se mord la queue...

Les attentats du 11 septembre, ressentis comme un drame à l'échelle mondiale, ont servi d'alibi pour envahir l'Afghanistan puis l'Irak, ce qui fait dire à Hubert Védrine qu'ils ont été le déclencheur de la fureur impérialiste américaine (Hubert Védrine, *Face à l'hyper-puissance. Textes et discours 1995-2003*, Paris, Fayard, 2003). L'annonce MTV (n° 6) peut alors être comprise comme une dénonciation autant de la faim dans le monde que des priorités de certains gouvernements, animés par une soif de pouvoir et mus par la recherche de profits économiques.

De ce point de vue, on doit probablement au gouvernement Bush la forme la plus mesquine de récupération des attentats du 11 septembre. Son fonctionnement peut être résumé en deux phases: construire un bouc émissaire, puis le diaboliser. Pour

ce faire, Oussama Ben Laden et son réseau Al Quaïda ont été présentés comme incarnant la menace terroriste. De cette façon, il a été possible de mettre un visage sur l'ennemi, de montrer du doigt un coupable sur lequel projeter toutes les peurs et frustrations. Cette personnification du mal a rendu possible quatre principales manipulations, qui peuvent être décortiquées comme suit :

- La mise en place de cet ennemi a permis de justifier certaines dérives sécuritaires : prison illégale de Guantanamo, arrestations arbitraires, séquestration sans procès, sans condamnation, sans jugement équitable... Les sévices et tortures perpétrés à la prison d'Abu Grahb ne sont que le fruit de cette politique.



n° 8. Publicité pour le magazine brésilien *Veja* dont les mots « peace » et « war » esquissent le portrait de Bush.

- La construction médiatico-politique de cet être maléfique a permis aux États-Unis de se présenter comme le défenseur des valeurs démocratiques, recourant à cet argument pour justifier des « guerres préventives », contre l'avis des Nations Unies. Derrière ces campagnes se cache en réalité la politique économique-impérialiste de l'hyperpuissance américaine. Cette dichotomie paix-guerre est très élogiquement symbolisée dans le calligramme d'une publicité pour le magazine brésilien *Veja* (n° 8), au slogan sans ambiguïté : « Get both sides ».

- Par polarisation, le gouvernement Bush a durci des amalgames du type « musulman = terroriste » et a distillé des pensées simplistes du type « La guerre, c'est la paix », qui incarne d'une certaine manière le principe de la « guerre préventive ».

- Par cette voie, le gouvernement Bush a aussi cherché à renforcer la cohésion intérieure grâce à la menace sécuritaire. On connaît depuis longtemps cette ficelle politique qui consiste à reporter l'attention sur un conflit extérieur, présenté comme une menace pour l'état, afin de faire diversion pour dissimuler les dissensions internes : dans une période de déclin économique, Bismarck avait introduit une semblable politique d'expansion pour établir une cohésion politique entre différents groupes d'intérêt du Reich. La lutte terroriste est ainsi apparue comme un moyen très efficace de rassembler le peuple derrière son chef.

Au final, cette rhétorique cherchait à s'assurer l'emprise d'un peuple en faisant croire à la menace d'ennemis invisibles, aspirant secrètement à l'anéantissement des États-Unis.

Comprendre les mutations du terrorisme et dénoncer sa récupération par certains gouvernements, ce n'est ni adhérer, ni cautionner l'horreur et l'absurdité du terrorisme. En revanche, c'est rappeler d'abord que la majorité silencieuse islamique n'adhère pas à ces dérives violentes. Rappeler ensuite que les occidentaux ont une part de responsabilité dans la situation actuelle et en profitent (abusent) par moments. Rappeler enfin que la voie de la répression est un agent efficace pour assurer des intérêts pétro-militaires, mais reste un instrument peu concluant de lutte contre le terrorisme, surtout lorsqu'il n'est pas conjugué à d'autres moyens.

Et ce n'est pas le moindre des paradoxes de constater que le terrorisme alimente la soif impérialiste occidentale, qui elle-même nourrit le ressentiment des kamikazes potentiels...

Gilles Lugin

Commentaires de...

L'auteur estimant que certains commentaires et certaines réactions méritaient d'être connues par le public, nous retranscrivons ici fidèlement leurs propos.

Les kamikazes japonais et les SS, eux aussi, sont "apparus" un jour, avec leur nihilisme, qui nous posaient également le problème d'une acceptation joyeuse de la mort, délivrée et reçue. Encore les premiers s'attaquaient-ils, non sans héroïsme, au cours d'une guerre, à des navires de guerre, qui faisaient feu sur eux - et non à des civils parfaitement innocents. C'est pourquoi je n'aime pas qu'on utilise le nom de "kamikaze" pour des gens qui ne doivent leur mort qu'à leur propre folie meurtrière. Fallait-il "tenter de les comprendre", eux aussi ?

Moi, j'appartiens à une lignée qui les a combattus, les armes à la main, sans être inhibée par des empathies suspectes. Mais ils n'étaient pas Suisses...

Les attentats de Bali, de Madrid et de Londres, etc. ne sont pas des "constructions" américaines. Ceux qui les ont commis nous ont déclaré la guerre, à nous en Europe.

Enfin, des dizaines de milliers d'Algériens - y compris des femmes et des enfants - ont été massacrés au cours de véritables sacrifices humains par les monstres qui se réclament de la même idéologie - dans l'indifférence des belles âmes pacifistes, si prompts à dénoncer Guantanamo.

Brice Couturier

Je m'étonne, avec toute l'admiration de la jalousie, devant la richesse de ta documentation; et j'admire tes exemples. J'apprécie aussi beaucoup une prise de position politique -- disons citoyenne -- devant la publicité. Attitude que je trouve de plus en plus nette dans tes articles. Et je m'en réjouis.

Cependant, méfiance. Voyons un passage comme :

/Les touristes qui n'osent plus partir en Egypte ou au Maroc, iront volontiers en France ou en Italie... L'augmentation du prix du pétrole, principalement due à la spéculation (mais aussi à l'augmentation de la demande chinoise), permet aux Occidentaux (disons, à une minorité d'Occidentaux) d'enregistrer des bénéfiques records. L'industrie de l'armement se porte à merveille. Les bénéfiques tirés du pétrole et de l'armement couvrent à eux seuls largement les efforts financiers investis dans ces guerres. De ce point de vue, il est certain que de lutter contre la faim dans le monde est moins rentable.../J'ai l'impression de lire /Le Monde diplomatique/.

Mais attention, même si je le lis systématiquement, même si les auteurs correspondent bien à ma sensibilité, la lecture de ce magazine m'énerve tout aussi systématiquement : par l'accumulation d'affirmations non prouvées. Et lisant ton étude (j'avais écrit, lapsus intéressant : /cet article/, je dois lire que je ne savais plus très bien ce que je lisais : une étude argumentée, ou une série d'affirmations qui n'ont pour elles que l'évidence d'un discours mille fois répété ? Même si, comme je te l'ai dit, ces idées sont les miennes. La règle, quand on pense, est de se méfier surtout quand on est d'accord. C'est ce que j'enseigne dans mes cours de méthodologie, autant que je pratique.

Hervé Vernet

J'acquiesce au commentaire de M. Vernet sur le point de certaines "affirmations qui n'ont pour elles que l'évidence d'un discours mille fois répété". Quand je lis "Les attentats terroristes [...] ont servi d'alibi aux Etats-Unis pour assouvir leur soif impérialiste, en Afghanistan comme en Irak", je ne peux m'empêcher de repenser à l'analyse très éclairante, richement documentée et "transdisciplinaire" d'Emmanuel Todd dans son ouvrage intitulé *Après l'Empire, Essai sur la décomposition du système américain* et publié en 2002. Une postface de 2004 pour l'édition Folio constate que quelques prédictions contenues dans cet ouvrage se sont réalisées.

Son étude démontre de façon très convaincante qu'il est faux de parler d'empire américain, puisque le vrai pouvoir étant avant tout d'ordre économique, et cette puissance-là les Etats-Unis ne l'ont plus étant donné l'immense déficit commercial qui les touche depuis quelques années déjà. Or, et je cite ici Emmanuel Todd, "les importations de pétrole ne représentent qu'une fraction non négligeable mais secondaire [de ce déficit] : 80 milliards de dollars sur 450 pour l'année 2000." D'autre part, "les attaques à répétition contre l'Irak s'inscrivent certainement dans le cadre d'une stratégie pétrolière. L'énergie qu'il s'agit de contrôler, cependant, n'est pas celle des Etats-Unis, c'est celle du monde, et plus spécifiquement, celle des deux pôles industriellement productifs et excédentaires de la triade, l'Europe et le Japon. Ici, l'action américaine peut effectivement apparaître comme impériale. Elle n'est pas forcément rassurante. [...] La vérité est que, par le contrôle des ressources énergétiques nécessaires à l'Europe et au Japon, les Etats-Unis pensent garder la possibilité d'exercer sur eux des pressions significatives."

Pour arguer ceci, Todd s'appuie sur des chiffres probants, tirés des sites du gouvernement américain. Il est saisissant de prendre connaissance de ceci : "La moitié des importations américaines de pétrole vient du Nouveau Monde, militairement sûr pour les Etats-Unis : Mexique, Canada et Venezuela principalement. Si l'on ajoute les quantités en provenance de ces pays à la production américaine elle-même, on atteint 70% de la consommation des Etats-Unis venant de la sphère occidentale rapprochée définie par la doctrine de Monroe. Par comparaison avec l'Europe et le Japon, qui dépendent réellement du Moyen-Orient, la sécurité pétrolière des Etats-Unis est considérable. Les pays du golfe Persique en particulier ne fournissent que 18% de la consommation américaine." Le discours simpliste des raisons de l'attaque américaine en Irak est donc démonté, par la prise en compte d'éléments bien plus vastes et complexes, tenant de la réalité économique, démographique, politique...

"La fixation sur le pétrole du monde musulman évoque donc beaucoup plus une peur de l'expulsion qu'une capacité à élargir l'empire. Elle révèle l'anxiété des Etats-Unis plutôt que leur puissance : d'abord la peur d'une dépendance économique désormais générale, dont le déficit énergétique n'est qu'un symbole, ensuite, par voie de conséquence, la peur de perdre le contrôle des deux protectorats productifs de la triade, l'Europe et le Japon." En résumé, il n'y a pas - ou plus - d'empire américain et, pour conclure avec Emmanuel Todd, "George W. Bush et les néo-conservateurs passeront dans l'histoire comme les grands fossoyeurs de l'empire américain."

Pour plus de détails sur les arguments et les données utilisées, voir :

Emmanuel Todd, *Après l'empire, Essai sur la décomposition du système américain*, Paris, Gallimard (folio actuel), 2002, spécialement chap. 6, pp. 175-204.

Caroline Besse

