

← Communiquance →

Concepts opératoires de la Stratégie

← Communiquance →

Sun Tzu [Sun Zi] (-500 avec JC)

L'Art de la Guerre

- L'art suprême de la guerre, c'est soumettre l'ennemi sans combat
- Prendre tout intact est l'objectif ultime
- Jamais une guerre prolongée ne profite à aucun pays
- Viser le « coup de grâce » infligé à un ennemi déjà rendu vulnérable par toutes sortes d'actions « psychologiques et morales »

Sun Tzu (-500 avec JC)

L'Art de la Guerre

- Primat absolu à la stratégie
- Différenciation stratégie et tactique
- Renseignement et opération de déstabilisation
- Importance de l'effet de surprise
- Poursuite des travaux d'approche par voie détournée
- Relation claire entre le général et le prince

Sun Tzu (-500 avec JC)

L'Art de la Guerre

- « Remporter cent victoires en cent batailles n'est pas le comble du savoir faire » (108)
- « Ce qui est de la plus haute importance dans la guerre, c'est de s'attaquer à la stratégie de l'ennemi »
- « Si vous êtes à la fois ignorant de l'ennemi et de vous même, vous êtes sûr de vous trouver en péril à chaque bataille » (116)
- « Un chef d'armée qualifié demande la victoire à la situation et non à ses subordonnés » (126)
- « Celui qui sait remporter la victoire en modifiant sa tactique selon la situation de l'ennemi mérite de passer pour divin »

Carl von Clausewitz

(1780-1831)



← Communiquance →

Carl von Clausewitz

(1780-1831)

De la Guerre (1832)

- La guerre est la continuation de la politique par d'autres moyens.
- Solidarité profonde entre la politique et la stratégie.
- Caractère indispensable du « but de guerre ».
- Rejet des théories et des dogmes en matière d'art de la guerre (approche empirique).
- Philosophie de l'effort, du sacrifice, du courage.
- Réflexions sur les batailles gagnées par Napoléon.
- Notoriété venue tardivement (par von Moltke en 1870/1871).
- Relative opposition [*philosophique*] avec Jomini.

Carl von Clausewitz

(1780-1831)

De la Guerre (1832)

- Inéluctabilité des conflits
- Concept de « Guerre totale »
- Principes généraux
 - Désignation précise d'objectifs
 - Renseignement/Désinformation/Moral
 - Surprise
 - Concentration
 - Recours à des ruses diverses (revers, tenaille, etc.)

Antoine Henri Jomini (1779-1869)



Antoine Henri Jomini (1779-1869)

Précis de l'Art de la Guerre (1855)

- Recherche des « principes » (stratégiques) quasi immuables (invariants) et différenciation de la tactique (qui doit changer tous les 10 ans, dicit Napoléon). Approche partiellement positiviste et strictement a-nationale (Suisse, France, Russie)
- Philosophie proche de Descartes et Montesquieu (recherche d'un monde « tranquille » plutôt que « parfait »)
- Admiré par Sainte-Beuve, Chateaubriand, Quinet, Michelet puis Cocteau, Breton, Delteil, Barjavel, Aron...
- Milite pour un « droit de la guerre » allant jusqu'à exclure celle-ci dans certains cas
- Est « effrayé » par la violence : fascination/crainte pour Napoléon. La guerre « est un drame terrible et passionné »

Antoine Henri Jomini (1779-1869)

Précis de l'Art de la Guerre (1855)

- Stricte séparation avec le pouvoir politique
- Large reconnaissance internationale, en particulier aux USA (dès la Guerre de Sécession, avec un ordre du général Sherman à ses officiers en 1862 de lire Jomini).
- Audience moderne très forte et vivace. La doctrine *Airland Battle* (Général Starry, 1980) repose sur « trois piliers fondamentaux : Napoléon interprété par Jomini, la révolution industrielle et la technologie moderne »
- Défiance pour les armées de masse et la conscription
- Actions interarmées et multinationales en phase avec le 21^e siècle

Antoine Henri Jomini (1779-1869)

Précis de l'Art de la Guerre

- **Conception d'une « politique de défense » avant la lettre**
 - La politique de la guerre (avec sa philosophie et sa « partie morale »)
 - La stratégie
 - La grande tactique des batailles et des combats
 - La logistique
 - L'art de l'ingénieur pour l'attaque et la défense des places
 - La tactique de détail
- **Principe de base** : Attaquer l'ennemi avec la masse des forces sur le point décisif

Antoine Henri Jomini (1779-1869)

Les 13 principes

- I. Prenez l'initiative des mouvements.
- II. Attaquez le point le plus faible, - la tête d'une colonne, le centre d'une force divisée, l'extrémité d'une ligne.
- III. Si vous avez l'armée la plus forte, attaquez les deux extrémités de la ligne ennemie.
- IV. Concentrez-vous pour l'action.
- V. Dispersez l'ennemi par de fausses attaques.
- VI. Connaissez la position de l'ennemi.
- VII. Ayez vos troupes bien en main.
- VIII. Des trois alternatives, défensive, offensive, ou une combinaison des deux, choisissez soit la deuxième, soit la troisième.
- IX. Combinez solidité et mobilité dans votre attaque.
- X. En terrain difficile, couvrez votre front avec de petits détachements.
- XI. Utilisez le carré en terrain découvert.
- XII. Poursuivez avec énergie.
- XIII. Edifiez un moral élevé.

Autres références actuelles

- Raymond Aron
- Jacques Ellul
- Paul Virilio
- Jean Baudrillard
- Gilles Lipovetski
- ...

Qiao Liang et Wang Xiangsu (2003)

La guerre hors limites

- Principe de « combinaison hors domaines de références » [régulation externe, émergence ?]
- Principe d'omnidirectionnalité [intra-actions régulées ?]
- Principe de coordination multidimensionnelle [autorégulation]
- Principe de synchronie [systémique ?]
- Principe d'objectifs limités
- Principe de moyens illimités
- *Mais aussi :*
 - ✓ Inflation financière ou dévaluations sauvages
 - ✓ Manipulation de l'opinion - désinformation - émotivité
 - ✓ Déclenchement de crises financières, morales, politiques (doute intérieur)
 - ✓ « Esthétisme de la guerre... »
 - ✓ Réponse asymétrique, globale, coordonnée [Machiavel ?]



Laurent Murawiec au Pentagone

Laurent MURAWIEC (2003)

La Guerre au XXIe siècle

- Importance des facteurs technologiques (exemples de Crécy en 1346 et d'Azincourt en 1415)
- Défiance de la technomanie
- Réalité virtuelle et simulation
- RMA (*Révolution dans les Affaires Militaires*) et ses causes
- Nouveau rapport à la temporalité
- Notion de stratégies asymétriques
- Vision systémique
- Application de la « *théorie du marché* » de Friedrich von Hayek au marché militaire

Laurent MURAWIEC (2003)

Information, communication et stratégie

1. L'information est un marché de plus en plus mondialisé.
2. La concurrence sur ce nouveau marché s'est diversifiée et internationalisée.
3. Une nouvelle cartographie du monde des médias est en gestation, avec de nouvelles divisions du travail entre médias de proximité, médias d'information, médias électroniques et médias-papier.
4. Les États voient leur influence sur la partie informationnelle de la cybersphère s'effondrer ; des groupes ou organisations sont aujourd'hui en mesure de se servir des nouveaux médias pour les fins qui leur sont propres.
5. Le mode de fonctionnement libertarien du Net empêche et empêchera les États d'y intervenir sur un mode autre que le mode d'intervention des acteurs normaux du Net, sauf à y investir d'énormes moyens.
6. De même que la planète financière vit au rythme du "twenty-four hour-trading" qui n'a jamais de battement, la vie informationnelle de la cybersphère se poursuit dans l'intervalle 24 heures sur 24. Les délais d'ignorance s'amenuisent.

Laurent MURAWIEC (2003)

Information, communication et stratégie

7. Les États-Unis, comme nation plus que comme État, ont acquis de formidables positions à la fois dans le monde informationnel télévisuel. La même constatation vaut pour l'Internet et les différents domaines de la cybersphère.

8. Toute nation - comme la France - désireuse d'être présente et active dans la cybersphère, doit partir du point de vue militaire et commercial traditionnel qu'on ne choisit ni son terrain ni son marché : le terrain et le marché qui existent sont ceux où la prospérité et la puissance se jouent et se joueront.

9. Pour être présent et actif, un pays a besoin d'une large communauté d'internautes et d'intervenants ; plus un pays sera adapté à la nouvelle donne informationnelle, plus il possédera de capacités d'intervention ;

10. La nature de l'univers cyberspatial est telle qu'une intervention centralisée y est futile : pour intervenir dans un milieu, il faut respecter sa nature et ses lois.

Quelques stratégies de la communication

Marcel Bleustein Blanchet
David Ogilvy
Philippe Michel
Jean-Michel Dru
Thierry Saussez
Jacques Pilhan
Jacques Séguéla
Ex-Cofremca
Ex-Démoscopie
Sociovision [Etude pour le
CNFPT en 2003/2004]
...

Finalités, sens
Objectifs
Vision
Engagements, espoirs, rêves
Projection
Dépassement
Motivation
Equipe
Intelligence répartie, collective
Responsabilité

← Communiquance →