

Pourquoi la Chine fait de la France un bouc émissaire



Par Valérie Niquet

Directeur du centre Asie de l'Institut français des relations internationales (Ifri), spécialiste de stratégie et sinologue, Valérie Niquet détaille les raisons pour lesquelles Pékin a durci le ton à l'égard de la France et des intérêts français, à propos des JO et du Tibet.

Pourquoi la France ? Pékin a été la cible, dès le passage de la flamme, de mouvements d'opinions, de manifestations organisées par de multiples ONG, provoquées par la stratégie de répression choisie au Tibet, la rigidité des réponses apportées par les autorités chinoises, qui a pu apparaître comme un refus de communiquer.

Ces manifestations ont eu lieu partout, en Grèce, en Grande-Bretagne, aux États-Unis, avant que les autres pays traversés, craignant tout débordement et l'ire de Pékin, ne décident de limiter le parcours de la flamme à la portion congrue.

Ces épisodes témoignent surtout du décalage irréductible qui s'est développé entre le monde, et pas uniquement le monde occidental, qui depuis la fin de la guerre froide a profondément évolué et dont les opinions publiques ne sont plus

prêtes à accepter un discours de propagande sans prise avec la réalité, et une Chine qui veut aujourd'hui imposer son modèle et rejette le principe de normes universelles. Derrière l'olympisme, les enjeux sont donc bien politiques, et même stratégiques.

Dans cette lutte, la Chine a besoin d'alliés complaisants et c'est en amoureux déçu de voir la France abandonner son rôle convenu « d'ami de la Chine » que Pékin traite aujourd'hui Paris, beaucoup moins bien que Berlin, Londres ou Washington.

Suivant les bons préceptes de l'art de la guerre à la chinoise, la France est donc à la fois un objectif à prendre, ou à contrôler, mais également un maillon faible.

D'autant plus déçu qu'après les inquiétudes qui avaient accompagné l'élection de Nicolas Sarkozy, la RPC s'était vite rassurée à la suite d'un voyage en Chine reprenant tous les thèmes imposés de ses prédécesseurs. Mais la France sera bientôt pour six mois à la tête de l'Europe, et son « mauvais exemple » pourrait s'étendre.

Dans ces circonstances, faire monter la pression est aussi pour la Chine un moyen de « prévenir » Paris contre toute tentation de fermeté.

Suivant les bons préceptes de l'art de la guerre à la chinoise, la France est donc à la fois un

objectif à prendre, ou à contrôler, mais également un maillon faible. Les changements de cap de la présidence font espérer à la Chine des revirements tout aussi rapides dans l'autre direction si les pressions s'accroissent. Enfin, le terme de « condition » prononcé avant d'être démenti imposait une punition sévère. Les autorités chinoises, qui s'autoproclament garantes de l'honneur national, ne peuvent tolérer ce vocabulaire.

Face à ce mouvement de colère très ciblé, destiné aussi à démontrer qu'en Chine comme dans les démocraties occidentales « la rue est libre », alors qu'Internet et les messageries par lesquelles transitent les appels à manifester et au boycott sont très contrôlés, le choix de réactions mesurées est la meilleure des politiques.

Paris paradoxalement est protégé par sa position encore très limitée sur le marché. Sans doute, certains contrats en cours de négociation pourraient souffrir, mais il est difficile de faire la part des choses en la matière entre la colère réelle et la volonté de tirer partie d'une difficulté pour exercer une pression supplémentaire dans la négociation. La Chine ne boycottera pas les produits de haute technologie qu'elle convoite, même si l'argument de l'honneur national peut servir à obtenir des conditions plus avantageuses. Dans la population, dont les sentiments réels sont impossibles à analyser en l'absence de réelles enquêtes d'opinion, une distinction doit

être établie entre les manifestants qui brandissent des drapeaux rouges à l'entrée de Carrefour, alors que les clients eux semblent tout aussi satisfaits des prestations offertes « au Bonheur des familles » (*Jialefu* en chinois).

Après les affaires

Danone-Wahaha et Schneider, la dimension du nationalisme économique, latente dans ces affaires, ne peut être totalement exclue. Dans ces circonstances, la prudence dans l'affichage d'un soutien trop appuyé aux thèses de Pékin, reprenant trop fidèlement les thématiques récurrentes du discours officiel, est d'autant plus de mise dans certaines industries, telle que celle du très grand luxe, que si la clientèle chinoise est encore très limitée, et trop soucieuse de paraître pour se priver de l'aura de ces marques souvent achetées à l'étranger par la frange la plus riche de la population, les parts de marché sont en revanche bien plus importantes dans des pays, États-Unis ou Japon, et même Union européenne ou Taïwan où un soutien très affiché à la République populaire de Chine ne constitue pas obligatoirement un argument de vente très positif.

Nous sommes donc là au cœur du défi auquel la Chine doit faire face à la veille des Jeux : accepter l'idée que négocier et dialoguer ne signifie pas céder, démontrer enfin l'efficacité du régime, au-delà de succès économiques dont le potentiel déstabilisateur doit être pris en compte, ne pas chercher au moindre doute exprimé à renvoyer les plus anciens amis de la Chine dans leurs cordes. C'est à cette aune que l'on pourra dans le futur mesurer la sincérité des déclarations d'amitié et des appels à un véritable partenariat.