

## EDITORIAL

PAR PASCAL AUBERT

## L'aventure continue

**F** loués, manipulés, dépossédés, mais responsables, les petits actionnaires d'Eurotunnel ont répondu massivement à l'appel au secours que leur lançait depuis des semaines la direction de l'entreprise menacée de liquidation. Une belle preuve d'attachement et de fidélité, de générosité et d'abnégation pour des épargnants qui auraient eu de bonnes raisons de se désintéresser d'une opération qui entérine leur spoliation. Hier, propriétaires d'une entreprise percluse de dettes et condamnée à plus ou moins brève échéance, demain, réduits à faire de la figuration avec un peu plus de 10 % du capital. Le pouvoir étant passé entre-temps entre les mains des créanciers. Pour les actionnaires historiques qui avaient déjà répondu présent il y a vingt ans lors du lancement du projet, c'était le prix à payer pour que cette aventure à laquelle ils croient depuis le départ ne connaisse pas une fin lamentable à la barre d'un tribunal de commerce. Car, malgré les vicissitudes, les déceptions, les déboires financiers, la comédie managériale, ils continuent à y croire passionnément. Probablement parce que, quand on a choisi de participer à un projet qui a fait rêver les hommes pendant des siècles, le gain financier n'est pas l'unique motivation. L'argent ? Il y a bien longtemps que les actionnaires du premier jour — il en reste — ont fait une croix dessus. Il faudrait un miracle ou plusieurs vies — ce qui revient au même — pour que le cours de l'action Eurotunnel revienne au niveau de ce qu'ils ont déboursé en répondant à l'appel à financer la construction du tunnel sous la Manche. Ce qui les anime aujourd'hui n'a rien à voir avec un quelconque esprit de lucre car, en mettant les choses au mieux, la part qui leur reviendrait des bénéfices futurs ne compensera pas avant très longtemps les pertes subies. En revanche, en apportant leurs titres à l'offre publique d'échange, ils manifestent leur désir que leurs sacrifices ne soient pas inutiles et que cette aventure qui leur tient à cœur se poursuive.

paubert@latribune.fr



DU LUNDI AU VENDREDI À 7 H 35  
LA CHRONIQUE DE  
FRANÇOIS-XAVIER PIETRI  
SUR RADIO CLASSIQUE

## La Tribune

Edité par : La Tribune SAS  
51, rue Vivienne - 75005 Paris Cedex 02  
Standard : 01 44 82 16 16  
Adresse Internet : <http://www.latribune.fr>  
Président, Directeur de la publication :  
Alain Metternich.

Directeur de la rédaction : François-Xavier Pietri. Directeur adjoint : Pascal Aubert. Rédaction en chef centrale : Philippe Mabille (Economie, Informatique) ; Martine Orange (Entreprises) ; Olivier Provost (La Tribune.fr) ; Bruno Segré (Marchés & Finance). Rédacteurs en chef : Jean-Louis Alcaide (PME-Régions) ; Anne Debray (Édition) ; Patrick de Jaques (La Tribune.fr) ; Estelle Lamy (Rendez-vous perso) ; Dominique Mariette (Marchés & Finance) ; Franck Pauly (Vos finances) ; Jérôme Stern (Hors-Séries, Mensuels) ; Daniel Vigneron (Economie, International) ; Adjoint : Akram Boudali (Economie, International) ; Éric Benhamou (Forum) ; Pascale Besses-Bouard (Valeurs) ; Jean-Pierre Bourcier (Art de vivre) ; Béatrice d'Erville (Entreprises) ; Jean-Christophe Féraud (Entreprises) ; Delphine Girard (Economie France) ; Pascal

Hénisse (Tribunes) ; Yan de Kerougen (Rendez-vous perso) ; Christophe Bazire, Jean-Pierre Geoffroy, Patricia Jézéquel, Nicolas Oudin (Édition) ; Jean-Baptiste Jacquin (Entreprises) ; Christophe Tricaud (Les Places) ; Nicole Triouleyre (La Tribune.fr).  
Directeur général-éditeur : François Dieulesaint. Directeur de la diffusion et de la promotion : Benoît Waucamp (01 40 13 18 47). Directrice de la communication : Sandra Tricot (01 44 88 47 90). Directeur du développement et du marketing : Fabrice Février. Directeur multimédia : Pascal Laroche.  
Publicité : DI Régie (01 44 88 42 60). Président : Jean-Jacques Schardner. Directeur général opérationnel : Hervé Noiret. Directrice publicité commerciale : Nathalie Catholand. Directeur publicité financière : Pierre Giscard. Directeur publicité internationale : Alice Suric. Directeur publicité régionale : Charles d'Augustin.

Impression : CIP, 72-74, rue Ambroise-Croizat, 92200 Saint-Denis ; Méditerranée-Offset-Press, Vaulx ; Rhône-Offset-Press, Igny ; Impression Médiaflex, Toulouse ; Loretta, Saint-Herblain.

Service abonnement  
Numéro vert : 0 800 15 23 33 (appel gratuit)  
Fax abonnement : 01 44 82 17 92  
Abonnement 1 an (France mét.) : 395 € TTC

USA: USPS #07751  
Periodical postage paid at Champlain, NY, and additional mailing offices.  
For details call INS at 1 (800) 428-2005  
Distribué par les NMPP, Commission paritaire : 0505/CS607 ISSN 0989-1922  
Modification de service : (uniquement pour édition de vente NMPP)  
Téléphone vert : 0 800 47 10 09



Reproduction intégrale ou partielle interdite sans l'autorisation de l'éditeur - Art. L.1134-4 du Code de la propriété intellectuelle.  
La Tribune est une publication du DL Group. Principal associé : Ulfar (UVMH). Président-directeur général : Alain Metternich. Directeur général : Jean-Jacques Schardner. Directeur général adjoint : Nicolas Diebolt. Directeur délégué : Bernard Villeneuve.

## LA CHRONIQUE DE GÉOPOLITIQUE DOROTHÉE SCHMID, IFRI

## La Turquie entre ouverture et patriotisme économique

**L'**économie turque entre progressivement, depuis plus de vingt ans, dans le jeu de la mondialisation.

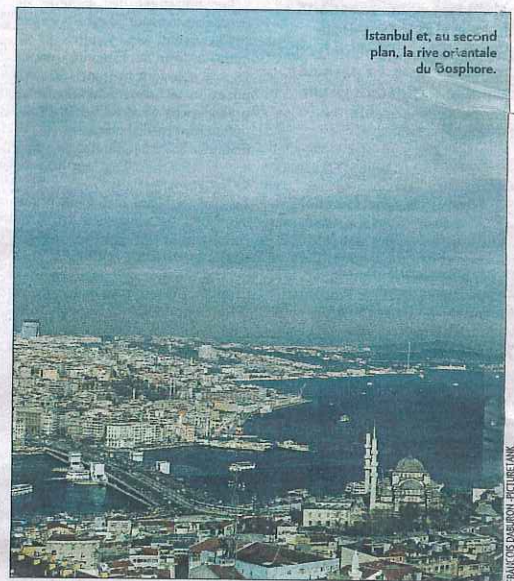
La révolution libérale entamée dans les années 80 sous la conduite de Turgut Özal a progressivement transformé une économie étatiste et protectionniste en économie libérale largement ouverte sur le système capitaliste mondial. L'économie turque s'intègre aujourd'hui dans l'espace économique européen tout en recherchant de nouveaux champs d'expansion sur ses autres frontières. Les frictions politiques répétées entre la France et la Turquie en 2006 ont pourtant donné lieu à des menaces à peine voilées de représailles économiques, réveillant le spectre d'un patriotisme économique turc « de combat ».

L'effet psychologique de cette rhétorique punitive est assez fort. Sur le plan factuel, il est encore difficile d'évaluer les conséquences économiques de ces tensions bilatérales, entre pertes et gains de contrats ou boycott de certains produits français par les consommateurs turcs. Au niveau agrégé, le cru 2006 reste excellent pour les relations économiques franco-turques. Les échanges commerciaux bilatéraux ont augmenté de près de 15 % ; près de 300 entreprises françaises sont implantées en Turquie, ce qui fait de la France le premier investisseur étranger dans le pays en nombre de transactions sur les vingt dernières années.

“ LA RUSSIE, LE MOYEN-ORIENT, L'ASIE OFFRENT DE NOUVELLES POTENTIALITÉS À LA TURQUIE. LE CHANGEMENT DE PERSPECTIVE EST RÉEL ET ACCOMPAGNE SES DÉCONVENUES EUROPÉENNES. ”

L'investissement direct étranger (IDE) est d'ailleurs devenu une priorité absolue du gouvernement turc, avec un double enjeu : il s'agit d'abord de renforcer les liens avec l'Union européenne pour appuyer la candidature turque et plus largement de faire entrer définitivement le pays dans la mondialisation et d'anticiper d'éventuels chocs économiques futurs.

L'économie comme une arme. Dans ces conditions, le maniement de la rhétorique des représailles économiques pose question, car il peut être interprété comme un repli : jusqu'où peut-on parler de consensus sur l'ouverture en Turquie ? L'Union douanière est fortement contraignante pour les Turcs, qui ne participent pas aux processus de décision à Bruxelles. La perte d'usage de l'instrument économique est épisodiquement vécue comme une perte de souveraineté.



Istanbul et, au second plan, la rive orientale du Bosphore.

FRANCIS DUBOURN/PICURELANK

Au-delà de la relation bilatérale franco-turque, le discours des représailles semble ainsi relever d'une sorte de dissuasion du faible au fort, associée à un statut de puissance intermédiaire : il s'agit de montrer que l'économie peut encore être maniée épisodiquement comme une arme, dont le potentiel est même décuplé par le dynamisme actuel de l'économie turque.

Mais l'on peut aussi donner une interprétation de la réaction turque qui anticipe sur le positionnement futur de la Turquie sur la carte économique mondiale. Le raisonnement de fond serait alors le suivant : la France reste certes un partenaire important, mais le terrain de jeu économique de la Turquie s'étend désormais bien au-delà de la France et de l'Europe même : la Russie, le Moyen-Orient, l'Asie offrent de nouvelles potentialités. Le changement de perspective est réel et accompagne les déconvenues européennes récentes de la Turquie.

Pendant toute l'année 2006, face aux rebuffades de certains États membres — la France au premier chef —, la popularité du projet européen a baissé en Turquie. Les élites gouvernementales doivent désormais gérer le malaise euro-turc et proposer dans l'urgence des options alternatives. La Turquie cherche et doit trouver de nouvelles marges de manœuvre. Le parti islamiste modéré AKP, qui dirige le pays depuis cinq ans et se présente en bonne position pour les législatives anticipées de juillet, incarne bien ce changement de perspective. Contre les préjugés de beaucoup d'analystes, l'AKP a d'emblée collé à l'agenda européen et s'est construit une vraie légitimité

extérieure sur sa capacité à mener au pas de course les réformes nécessaires pour entrer dans l'UE.

**Clé de la stabilité** Le programme économique de l'AKP est libéral et modernisateur. Le parti est soutenu par cette nouvelle bourgeoisie anatolienne tellement douée pour les affaires et capable de gagner des marchés en terrain difficile. Le programme actuel de campagne de l'AKP comprend tout un volet consacré au climat des affaires, exaltant les bienfaits de la croissance en économie ouverte, présentée comme la clé de la stabilisation politique et de la modernisation sociale en Turquie. Ce discours se clôt néanmoins invariablement sur une note nuancée à l'égard de la France : les considérants économiques doivent certes primer sur les susceptibilités politiques, mais on ne peut pas maîtriser les réactions spontanées de la société turque et la performance économique aurait pu être meilleure dans un climat politique bilatéral plus serein.

Ce message sera certainement mieux perçu en France que les intimidations patriotiques issues de courants nationalistes plus traditionalistes, qu'il s'agisse des kémalistes ou de l'armée. La croissance turque est aujourd'hui remarquable et elle est fondamentalement ouverte. La performance de l'économie turque devrait suffire en elle-même à alimenter un discours patriotique qui ne mette pas en danger les intérêts turcs, français et, plus largement, européens.

(\*) Chercheuse à l'Institut français des relations internationales, Méditerranée, Moyen-Orient.