

## Donald Trump, est-il déjanté ? Message d'Amérique aux Européens

Les sondages de popularité du président américain sont clairs : « Mauvais » aux US, « Très mauvais » ailleurs, surtout en Europe. Des mots comme « cirque », « erratique », « fake news » envahissent les antennes. Les médias de tous bords débattent gravement de la compatibilité entre le caractère de Donald Trump et l'impérieuse dignité nécessaire à son poste. Nous semblons tous pris d'un maëlstrom d'émotions où la réalité s'efface devant les tweets. Les commentaires les plus cinglants viennent d'Europe, où l'on nie en bloc toute compétence à l'individu. Plus généralement, l'Amérique est à nouveau le sale gosse du quartier avec lequel il faut être patient tant qu'il ne met pas ouvertement le feu à la maison. Les Européens ont le vif sentiment qu'un bouffon matamore a séduit les Américains par une supercherie électorale et qu'ils reviendront vite de cet accès de folie passagère.

Prenons un peu de recul et regardons quelques faits indiscutables :

- Donald Trump est président des Etats-Unis. Il a gagné l'élection à la loyale (même si les Européens peinent à comprendre un système électoral où on peut gagner sans avoir pour soi une majorité d'électeurs au plan national). Personne n'a osé dire que des épi-phénomènes comme Comey ou l'interférence russe aient eu un impact significatif sur les résultats. Malgré le tumulte médiatique, la réalité d'aujourd'hui est que le Parti Républicain (le GOP) domine aujourd'hui les trois branches du gouvernement, avec en particulier la Cour Suprême ancrée dans leur camp pour très longtemps, et on voit mal un Congrès républicain mener à son bout une procédure d'impeachment.
- Les quatre élections partielles tenues très récemment ont toutes été gagnées par le GOP, malgré des dépenses publicitaires gigantesques sans précédent et malgré les controverses stridentes sur le président. Le mouvement de balancier attendu ne s'est pas produit.
- Les sondages montrent clairement que, malgré la violence des débats, les électeurs « pro-Trump » restent obstinément fidèles à leur chef et voient plutôt comme flatteuses les attaques dont il est l'objet.

Cet homme ne peut pas avoir tout faux. Les observateurs neutres écoutent donc avec attention quand le député démocrate de la « Rust Belt » de l'Ohio, Tim Ryan vient affirmer que son parti ne peut plus seulement être celui des minorités (Afro-Américains, Hispaniques non-cubains, LGBTQ's, universitaires...), oubliant sa vocation première à être le parti de la masse moyenne. Même si ces remarques sur le nécessaire « re-branding » ont peut-être d'abord une intention politique (se débarrasser de Hillary Clinton et Nancy Pelosi), elles nous ramènent au vrai ressort décisif des élections américaines : l'économie. Ironiquement, c'est une campagne victorieuse de Bill Clinton qui avait déjà proclamé l'évidence : « It's the economy, stupid ».

Le génie de Donald Trump a été de gagner l'élection sur le chômage alors qu'il n'y a pas de chômage (le taux national est à 4,2% et même 3,9% dans le comté de Palm Beach cher à Trump, quasiment un record historique). Alors que les Démocrates se contentaient béatement d'enregistrer que la vigoureuse économie américaine créait quelque 200,000 emplois par mois, sans d'ailleurs qu'Obama en réclame vraiment le mérite, le businessman Trump a bien vu que, derrière les chiffres globaux, il y a une Amérique oubliée qui souffrait. Il l'a trouvée souvent (mais pas seulement) près des vieilles usines rouillées déclinantes dans

des régions peu sexy. Par chance pour Trump (si la chance existe en politique), ces régions avaient un poids particulièrement décisif pour l'élection des grands électeurs. La campagne de Trump s'est focalisée sur ces zones oubliées, en blâmant des noms de « coupables » connus de tous (Carrier, Ford ...), en montrant des images frappantes de misère visitée par le seul candidat Trump. La magie de ces images et du système électoral américain ont fait aujourd'hui de Donald Trump le 45<sup>ème</sup> président des Etats-Unis, leader du monde libre.

Coup de bol ou flair ? On est obligé de dire « flair » quand on connaît le goût de l'homme pour le marketing instinctif en contact direct avec la base et la fanfare plutôt que pour les analyses d'état-major sophistiquées.

Si Trump n'est qu'un illusionniste passager, pourquoi quatre tests électoraux avec de vrais électeurs continuent-ils de soutenir un président tant décrié ? J'ai parlé avec beaucoup de supporters de Trump ces derniers mois et la plupart restent farouchement pro-Trump. Leur motivation est claire : c'est la PEUR, à court et moyen terme et ils veulent un protecteur fort pour survivre aux transitions. Quand le candidat Trump dressait un portrait très sombre de l'Amérique aujourd'hui en se positionnant en sauveur, les analystes se moquaient. Les électeurs lui ont donné raison.

La peur est en partie politique (attentats aux US, Corée du Nord, Moyen Orient, ISIS, réfugiés, violence exacerbée à la télévision et sur les média sociaux), mais il s'agit avant tout de JOBS et de leur corollaire en assurance santé. La peur ne vient pas de la main d'œuvre étrangère à bon marché (où on sait la bataille perdue) mais des nouvelles technologies (internet, intelligence artificielle...) qui envahissent la vie quotidienne de tous. Si on n'est pas connecté, on meurt. Tout le monde a vu disparaître des entreprises proches : librairie, agence de voyage, journal, taxi, imprimeur... La page business des quotidiens (souvent en version électronique) regorge d'annonces inquiétantes : faillite de Borders, fermeture de grands magasins Macy's ou autres (3000 points de vente), rachat épouvantail de Whole Foods par Amazon, compression d'effectifs dans les banques, assurances, administrations locales et fédérales. Les services représentent 80% de l'économie et sont tous de plus en plus affectés, pendant que le manufacturing (10% du PIB) poursuit son inévitable déclin : le transfert pourtant très médiatisable d'une partie de la production de Ford en Chine, annoncé en juin, n'a entraîné aucune réaction vive.

Au total, dans un domaine où tout change tous les jours et toujours dans le même sens de moins d'emplois en nombre, beaucoup de jobs vont être supprimés ou lourdement impactés. Toutes les prédictions du meilleur livre « sociologique » du dernier demi-siècle (« Future Shock » d'Alvin Tofler) se réalisent. Le choc ne cesse de s'accélérer.

Quelques emplois très qualifiés viennent remplacer beaucoup d'emplois moyens, les programmeurs deviennent une nouvelle classe ouvrière avec un savoir-faire inconnu des employés en place, des entreprises même en new tech explosent en vol (peut-être le cas d'Uber). Tout cela est inquiétant dans un contexte où Démocrates et Républicains vivent dans deux mondes séparés qui ne sont plus reliés que par Twitter et la farouche bataille entre CNN et Fox News. Pas surprenant que l'électeur moyen soit inquiet.

La bonne nouvelle, c'est que les Etats-Unis sont plutôt bien armés pour faire face à défi : ils constituent un énorme marché unique, ils sont très en avance en new tech (ils contrôlent 40% du marché mondial en internet) et ils ont en place les valeurs nécessaires pour faire face : travailler dur, responsabilité individuelle, flexibilité (lieu , nature , voire rémunération du job), défiance vis-à-vis des bureaucraties

lourdes censées vous aider. Jeune Européen voyageant aux US il y a une quarantaine d'années, il me souvient d'un chauffeur de taxi qui m'expliqua gentiment qu'il était ingénieur en aéronautique au chômage et qu'il faisait le taxi en attendant de pouvoir rebondir. Sa parenthèse dans un métier peu prestigieux et peu rémunérateur était pour lui un choix d'homme libre et responsable. Dans la même veine, on est aujourd'hui frappé de voir la vitesse et la vigueur avec lesquelles toutes les composantes motrices de la société et de l'enseignement (du MIT aux community colleges voire lycée du coin) s'allient au business pour s'adapter au monde nouveau. Il est aujourd'hui clair que beaucoup d'Américains voient en Donald Trump un homme qui les a compris et les protège au moins à court terme et contre son propre parti si nécessaire, par exemple sur la couverture santé. En poussant un peu, on peut même dire que ces Américains là attendent de Trump ce que leurs grands-parents attendaient de Franklin D Roosevelt. FDR finit par réussir, mais en passant par le chemin de croix que l'on sait.

La mauvaise nouvelle, c'est que l'Europe est loin d'être aussi préparée que les US Le défi est énorme : une étude récente parlait d'une dizaine de millions d'emplois en jeu rien que pour le Royaume-Uni. Les forces sont dispersées entre une trentaine de pays, non solidaires, très en retard en new tech par rapport aux Etats-Unis (et à la Chine ?), avec le plus souvent des Etats-providence surendettés incapables déjà de faire face à des niveaux de chômage déjà élevés. Des bureaucraties pesantes doivent être démantelées sans qu'il y ait de sang dans les rues. Même si l'Allemagne (avec Hartz/Schröder) a commencé à montrer le chemin, les rigidités sociales sont souvent encore bloquantes.

Si mon chauffeur de taxi californien était par exemple aujourd'hui Français à Toulouse, il n'aurait probablement pas pris de job provisoire (sans même parler de l'humiliation à déchoir, pour un travail pénible rapportant à peine plus qu'une allocation chômage) et se plaindrait probablement de ce que l'Etat ne fait pas assez pour lui. Si la conversation avance un peu plus et qu'il transparait que vous venez d'Amérique, vous risquez de bénéficier d'une analyse éclairée des maux qui affligent les Etats-Unis et des remèdes qu'il convient d'y apporter. Il me souvient d'une Parisienne débarquant à Boston et donnant son verdict après une seule journée américaine : « Les Américains sont foutus : ils ne travaillent pas assez ».

L'Europe avance néanmoins vers plus de flexibilité et d'unité. Comme il faut avoir déjà modernisé l'existant avant que la vague des nouvelles tech devienne un tsunami, c'est une, course contre la montre cruciale qui est engagée. La tâche est monumentale et l'issue incertaine. Deux choses apparaissent néanmoins certaines : l'Europe a encore une chose ou deux à apprendre des Etats-Unis et sur les Etats-Unis en matière de business et d'économie. L'Europe ni les Etats-Unis ne s'apprennent ni à distance ni dans un fauteuil. Il faut des bonnes volontés pour que cette osmose devienne réalité et que nous puissions mettre « *America and Europe first* ».

Maurice Marchand-Tonel,

Président fondateur, European American Chamber of Commerce (Paris, New York, Cincinnati, Amsterdam, Boston, Greenville, Lyon, Princeton, Toulouse)