

LE GRAND SOIR

CopyLeft :  
Diffusion autorisée  
et même encouragée.

Merci de mentionner les  
sources.

www.legrandsoir.info

 [imprimer page](#)

ajuster taille texte :



mardi 10 septembre 2013

## Israël : le loup qui veut se faire passer pour un agneau

Emrah KAYNAK

**Le "Rebranding" est un mot qui a actuellement la cote en Israël. Conscient de son image plus que discutable, Israël investit dans les champs culturel, touristique et sportif pour redorer son blason terni par des années d'oppression et de colonisation de la Palestine ainsi que par les incessantes manœuvres de déstabilisation contre ses voisins arabes. Une stratégie promotionnelle de marketing a été mise en place, à coup de millions de dollars, pour développer un complexe d'évocations positives autour de la marque Israël.**

Le *rebranding* ou « changement d'image », désigne le processus de refonte d'une image de marque dans le but de la rendre plus attractive. A partir de 2006, le gouvernement israélien a élaboré, de concert avec des agences de relations publiques, un nouveau plan visant à repositionner l'image du pays à l'étranger pour contrer la campagne BDS (Boycott, Désinvestissement et Sanction) qui venait de voir le jour. Le but affiché étant de gagner la bataille de la communication à travers un chapelet d'initiatives à caractère international : organisation d'événements sportifs, scientifiques, artistiques, etc...

Il s'agit de créer une perception déconnectée du conflit israélo-arabe en mettant en avant des valeurs positives tels que le « life style Tel Aviv », l'« innovation technologique » ou la « réussite économique ». Sous le gouvernement Tzipi Livni, le projet « Brand Israel » a bénéficié en complément du budget de propagande habituel, d'un financement de 4 millions de dollars rien que pour les deux premières années.

Le boycott culturel prôné par le camp palestinien vise à mettre en échec l'effort institutionnel de l'état juif dont le but explicite est de détourner l'attention des crimes de guerre commis dans la région. De bon ou de mauvais gré, tous les artistes qui se produisent sur place se trouvent embrigadés dans la campagne de remodelage de l'image du pays. Durant l'apartheid, l'archevêque Desmond Tutu jugeait inapproprié pour les artistes internationaux de se produire en Afrique du Sud dans une société fondée sur les lois discriminatoires et l'exclusivité raciale. Pourquoi n'en irait-il pas de même pour Israël qui viole de façon éhontée le droit international et impose d'infâmes conditions de vie au peuple palestinien ?

Israël organise de façon récurrente une panoplie de conférences internationales au nom de valeurs à charge positive comme le développement, la lutte contre la crise, l'investissement pour l'éducation, la promotion de la démocratie,... Facing Tomorrow est un colloque organisé sous l'auspice du président israélien auquel participe des célébrités de tout horizons (Sharon Stone, Shakira, Pep Guardiola, ...) qui se prêtent bien volontiers au jeu. A l'occasion de son 90ème anniversaire, un concert de louanges a été adressé par un aréopage de personnalités à Shimon Peres, le prix Nobel des va-t-en-guerre. La stratégie sioniste ne varie pas d'un iota : elle consiste à discréditer l'autre parti et à blâmer inlassablement les Palestiniens de l'échec du processus de paix.

Le développement du tourisme poursuit les mêmes fins politiques. Les intervenants du secteur veulent occulter l'essence militariste d'Israël en présentant un pays sûr, avec un peuple tolérant et affable. Pour conquérir les cœurs et les esprits, un message parfaitement calibré est destiné aux publics cibles. Des programmes d'éducation à l'endroit des agents de voyage ont été mis en place afin de propager le mytheme sioniste d'une nation en quête de paix dans un milieu hostile.

Israël qui a instauré depuis des lustres une politique de ségrégation et de colonisation unique au monde n'est pas un pays comme les autres. Le pays, construit sur un mandat de droit divin et fondé par oukase impérialiste, est une véritable aberration historique.

Par la force des choses, culture et politique sont indissociables. En tout cas il n'y a pas de doutes dans l'esprit des dirigeants sionistes qui se sont engagés dans une guerre de communication tout azimuth.

Israël devrait, en lieu et place de ce « cache-misère » nommé rebranding, faire un examen de conscience et changer ce qui le discrédite aux yeux du monde. Au contraire, sa campagne de relations publiques institutionnelle prouve que ce pays qui se veut à part n'a pas l'intention de devenir normal.

Emrah Kaynak

<http://www.legrandsoir.info/israel-le-loup-qui-veut-se-faire-passer-pour-un-agneau.html>