

**FLORENCE AUTRET**

**LES  
MANIPULATEURS**

*Le pouvoir des lobbys*



Extrait de la publication



# Les Manipulateurs

DU MÊME AUTEUR

Isabelle Bourgeois, *Allemagne 2001 : regards sur une économie en mutation*, Cirac, 2001 (collab.).

Sophie Coignard, *Le Rapport omertà*,

Albin Michel, 2002 (collab.)

**Florence Autret**

**Les Manipulateurs**  
*Le pouvoir des lobbys*

**DENOËL  
IMPACTS**

Ouvrage publié sous la direction  
de Guy Birenbaum

© 2003, by Éditions Denoël  
9, rue du Cherche-Midi, 75006 Paris  
ISBN : 2.207.25333.6  
B 25333.3

*À Pascal G.*





## Remerciements

Cette enquête n'aurait pas été possible sans l'aimable, et parfois involontaire, collaboration de ses protagonistes : les dizaines de professionnels du lobbying, fonctionnaires et salariés d'entreprises commerciales avec lesquels je me suis entretenue. Ceux qui ne m'ont pas demandé de m'abstenir sont cités au fil des pages qui suivent. Le projet même de ce livre n'aurait pas été conçu sans la rencontre de quelques journalistes qui m'ont donné le goût de ce métier. Enfin, ses imperfections seraient plus grandes encore sans l'attentive et affectueuse relecture de Nathalie Louarn.

Merci à chacun d'entre eux.



## Prologue

Mardi 17 septembre 2002. À 21 h 45, un Falcon 900 se pose au Bourget en provenance de Bagdad. À son bord, Thierry Mariani, Didier Julia et Éric Diard, députés français de retour d'une visite impromptue en Irak. Leur départ, le samedi précédent, était passé quasiment inaperçu. À leur retour, une nuée de journalistes les attendent sur le tarmac. Que s'est-il passé entre-temps ? Le lundi 16 septembre, Saddam Hussein a annoncé au secrétaire général de l'Organisation des Nations unies qu'il acceptait le retour « sans condition » des inspecteurs en désarmement sur le sol irakien, après quatre années de refus non moins inconditionnel ! Cette concession inattendue va rebattre pour quelques semaines les cartes du jeu diplomatique et placer Paris en première ligne à l'ONU et en particulier à son Conseil de sécurité. Ce même lundi 16, l'Élysée et Matignon ont néanmoins pris soin, tour à tour, de se désolidariser des trois élus dissipés de la majorité.

Que penser de cette escapade moyen-orientale ? Est-elle l'initiative déplacée de quelques élus trop actifs ou l'habile manœuvre d'intérêts français et irakiens ? Une chose est sûre : l'opération n'était ni improvisée ni imprévisible. Elle a été minutieusement montée par le discret Office français pour le développement industriel et culturel, l'Ofdic, lequel s'est fait une spécialité des déplacements de parlementaires français en Irak. Mais pour qui donc travaille l'Office ? Au service de quels intérêts affrète-t-il Boeing et Falcon pour des destinations exotiques ? Fin septembre, la lettre d'information *Intelligence online*<sup>1</sup> propose une piste : « ses fonds [les cent mille euros qu'aura coûtés le voyage des trois députés en Irak] proviendraient d'une opération sur un échange de marchandises, comportant une partie pétrolière ». Interrogé sur le financement de son voyage, le trio jure pour sa part qu'il s'agit d'« argent français ». Quant au chef du gouvernement, interrogé pendant un déplacement à Bruxelles, il soutient que « le gouvernement n'est pas informé de l'origine, des conditions, du financement de cette mission ». On n'en saura pas plus sur cette opération menée à un moment crucial de la crise irakienne. Qu'importe ! Elle est révélatrice de l'ampleur du lobbying destiné à soutenir les très importantes relations d'affaires franco-irakiennes.

Depuis la guerre du Golfe, la France n'entretient plus de relations diplomatiques avec Bagdad. Mais là

1. *Intelligence online*, n° 437, 26 septembre 2002.

où les règles du jeu officielles n'ont plus cours, les lobbys prennent le relais. L'Ofdic est l'un d'entre eux. Comme les autres, il a fait son nid dans les plis d'une politique tiraillée entre des intérêts contradictoires, une politique où l'Irak apparaît tantôt comme un partenaire économique de premier ordre, tantôt comme un État paria, mis au ban de la communauté internationale.

La France n'a-t-elle plus d'ambassadeur à Bagdad ? Qu'à cela ne tienne. Bercy y maintient un « chef de mission économique » qui, avec l'appui de quatre autres cadres du ministère, a pour mission de faciliter les affaires de nos entreprises. Le volume des contrats signés par les cent quatre entreprises françaises présentes à la Foire internationale de Bagdad en 2001, au lendemain du 11 septembre, atteignait tout de même six cent soixante millions d'euros, selon le Bureau des opérations internationales (BOI), un cabinet de conseil spécialisé dans les destinations « chaudes » (Irak, Syrie, Liban) et qui gérait le pavillon français de la foire.

Les groupes d'amitié de l'Assemblée nationale sont-ils en principe réservés aux pays avec lesquels la France entretient des relations diplomatiques ? Pas de problème ! On crée un « groupe d'études à vocation internationale » destiné à entretenir les liens avec l'Irak. Une précaution de langage qui ne trompe personne puisque, comme le reconnaît l'Assemblée elle-même, les groupes d'étude sont « assimilés à des groupes d'amitié ». Comme Taiwan, la Corée du

Nord, le Vatican et la Birmanie, l'Irak a donc le sien, qu'il serait plus juste d'appeler franchement « groupe d'intérêt », et dont la présidence s'est avérée particulièrement convoitée, comme le montra l'épisode épique de la désignation à sa tête en novembre 2002 du trésorier de l'UMP...

Le Medef, enfin, repousse-t-il de semestre en semestre, depuis deux ans, son traditionnel voyage d'hommes d'affaires en Irak de peur d'interférer dans les négociations sur les sanctions économiques infligées à Bagdad? Aucun problème! La chambre de commerce franco-arabe est là pour préparer le terrain aux entrepreneurs aventureux. Son président n'est autre que Serge Boidevaix, ambassadeur de France, conseiller d'État en service extraordinaire et administrateur d'Usinor, qui pilote par ailleurs une Association franco-irakienne de coopération économique.

Dans un tel contexte, faut-il s'étonner que l'Ofdic ait trouvé les fonds nécessaires au déplacement de nos trois députés? Assez peu. Cette opération a-t-elle infléchi de manière décisive le cours de la crise irakienne? Vraisemblablement pas. Faut-il pour autant s'en désintéresser? Encore moins! Car l'Ofdic, comme tous les lobbys, dévoile malgré lui les enjeux de la situation sur laquelle il cherche à étendre son emprise. Tout lobby agit sur la surface de l'actualité comme un fantastique révélateur. Son action, pour qui arrive à la connaître, est univoque, car elle ne

connaît qu'un seul maître : l'intérêt. Son *modus operandi* se résume en deux termes : la persuasion, si possible, et le conflit, si nécessaire. Le suivre à la trace a peu de chance de nous mettre sur la voie du Bien. Mais personne mieux que lui ne saurait nous faire avancer sur celle du Vrai.





## Avant-propos

La France vit avec de solides tabous. Le lobbying en est un. De temps en temps, un journal ose « Le lobby agricole... » ou encore « L'intense lobbying des États-Unis... » et – ô, miracle ! – l'information a des allures de scoop. Car, par définition, le lobby est caché, occulte. À peine apprend-on qu'un industriel fait pression sur son député ou sur un ministre pour infléchir une règle fiscale gênante, que l'on crie déjà au scandale.

Cette pudeur ne laisse pas de surprendre car désormais le lobbying est à la vie des affaires ce que la publicité est à l'univers de la consommation : incontournable. Contrôle d'une fusion entre entreprises, révision de la Taxe sur la valeur ajoutée (TVA) ou autorisation d'un nouveau produit alimentaire par les autorités sanitaires : pas une décision économique importante qui ne mette en mouvement une petite armée de « conseils en communication d'influence ».

En 1998, le mensuel *Capital* consacrait un long dossier à l'influence de tous les corporatismes français

sur la vie publique, des automobilistes aux producteurs d'alcool en passant par l'industrie nucléaire et les notaires. Au passage, on y apprenait qu'à côté des lobbyistes « maison », qui travaillent dans et pour une entreprise précise, une quinzaine de cabinets spécialisés se partageait l'étroit marché parisien du conseil en lobbying. Le magazine mettait ainsi le doigt sur une évolution essentielle : la professionnalisation du lobbying, l'émergence d'un véritable marché de l'influence.

Les temps ont beaucoup changé depuis l'époque où, suite à l'alternance de 1981, une nouvelle génération de conseils, à cheval entre la politique et les affaires, ouvrait boutique au centre de Paris pour renouer les liens entre le monde des affaires et la grande machine de l'État. Aujourd'hui, le lobbying est devenu un métier à part entière avec ses codes, ses stars, ses formations *ad hoc* et ses savoir-faire.

En quoi consiste-t-il exactement ? Les lobbyistes eux-mêmes se passionnent pour cette question. Les uns disent qu'il vise à défendre auprès des « institutions », c'est-à-dire du Parlement et du gouvernement, les intérêts de leurs clients : grande entreprise, fédération professionnelle, quiconque, en réalité, a les moyens de se payer leurs services. La plupart jouent d'emblée sur le paradoxe qui est au fondement de leur métier. Ce dernier consiste, disent-ils, à « faire poindre l'intérêt général dans l'intérêt particulier de notre client » puis à le vendre comme tel à l'opinion publique et aux décideurs politiques. Provocation ? Publi-

cité mensongère ? Ni l'une ni l'autre. Les lobbyistes vivent très honorablement de cette étrange alchimie.

Leur marché, en vérité, ne cesse de s'étendre. Pourquoi ? Parce que les professionnels de l'influence surfent littéralement sur la vague des réglementations et autres « régulations » qui escortent la course triomphante de l'économie libérale. Ces normes juridiques protègent certaines entreprises, en exposent d'autres à une concurrence débridée, les livrent aux exigences de leurs clients ou encore les empêchent simplement de développer leurs affaires. Pour desserrer leur carcan, heureusement, les lobbyistes sont là. N'avaient-elles pas été adoptées au nom de l'intérêt général ? C'est à voir, répondent les professionnels de l'influence. « La plupart des questions qui se débattent n'appellent pas de réponse unique en termes d'intérêt public », explique l'un de leurs brillants représentants. Aussi, pourquoi ne pas préférer la réponse que eux proposent ?

Hélas, il n'est pas toujours possible de s'entendre entre spécialistes dans les cercles fermés des cabinets ministériels, des clubs mondains et des bureaux parlementaires. Il arrive qu'il faille compter avec l'« opinion », cette masse informe si difficile à manier mais dont les états d'âme sont si chers à ceux qui nous gouvernent.

Certains industriels des biotechnologies l'ont appris à leurs dépens. Après avoir fait adopter des réglementations qui leur ouvraient le vaste marché alimentaire européen, les producteurs de semences

génétiqnement modifiées ont vu leur avancée stoppée net par l'embargo politique qui frappe depuis 1999 tous les produits génétiquement modifiés destinés à l'alimentation humaine. En quelques mois, la position conciliante des autorités s'était transformée en opposition farouche. L'opinion s'était réveillée. Il n'était plus question d'aller contre elle. Que l'inquiétude des consommateurs doive beaucoup à Greenpeace, qui venait de trouver dans le mouvement anti-OGM le juste héritier de la passion anticléaire des années 80, n'y change rien. En 1999, les lobbyistes des Monsanto et autres Aventis ont dû remettre leurs compteurs à zéro. Le levier de l'influence leur avait échappé. Il leur a fallu des années pour s'en ressaisir <sup>1</sup>.

Lorsqu'il accoste les rives médiatiques, le lobbyiste doit s'armer de tact et de patience. Sortir du champ technique pour entrer dans celui de la politique est un exercice périlleux mais bien souvent incontournable. Aussi les lobbyistes n'hésitent-ils pas à troquer la défroque de l'avocat pour la tenue plus décontractée du communicant. Ils se muent alors en « conseils en affaires publiques » et leur offre s'enrichit d'un nouvel item : la manipulation de l'opinion prend place à côté de la persuasion des pouvoirs institués.

Aujourd'hui en France, ces « conseils en affaires publiques » n'ignorent aucun des savoir-faire qui de

1. Fin 2002, la levée du moratoire était imminente suite à l'adoption de nouvelles réglementations européennes.



Au palmarès du cynisme, les places sont chères, mais certains se défendent particulièrement bien ! La manipulation, jadis appanage de quelques-uns, est devenue un outil de pouvoir indispensable à tous. À l'heure de l'actionnaire tout-puissant et du consommateur éclairé, les tenants de la course à l'influence avancent masqués : sous les traits de l'intérêt général, du progrès scientifique ou d'un mouvement populaire. Peu leur importe, pourvu que le froid calcul commercial qui est derrière reste occulté !

Des couloirs de l'Assemblée nationale à l'hémicycle du Parlement européen, Florence Autret nous présente ces professionnels de l'influence, leurs pratiques et les grands groupes qui les sollicitent. Des manœuvres de l'industrie agroalimentaire pour modifier la législation française aux multiples revendications pour des baisses de TVA en passant par les soucis de l'industrie du tabac, ce livre décrypte bon nombre de décisions *a priori* anodines mais en vérité objet de guerres d'influence savamment orchestrées.

Florence Autret nous invite à découvrir ces nouveaux guerriers de l'ombre : grands cabinets américains, agences de communication ou personnalités agissant en free-lance. Tous ont en commun une parfaite connaissance des rouages de l'administration, à l'image de ces transfuges du pouvoir qui n'hésitent pas à mettre leur carnet d'adresses à la disposition de leurs riches clients.

*Florence Autret, 32 ans, est journaliste économique.*

B 25333.6  02.03  
ISBN 2.207.25333.3  
17 €

