



HAL
open science

Les lobbies à l'épreuve de l'opinion : contre-feux médiatiques et normalisation de la pratique des affaires publiques en contexte de défiance

Étienne Brunot

► **To cite this version:**

Étienne Brunot. Les lobbies à l'épreuve de l'opinion : contre-feux médiatiques et normalisation de la pratique des affaires publiques en contexte de défiance. Sciences de l'information et de la communication. 2020. dumas-03271292

HAL Id: dumas-03271292

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03271292>

Submitted on 25 Jun 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Entreprises et institutions

Option : Entreprises, institutions et vie politique

Les lobbies à l'épreuve de l'opinion

Contre-feux médiatiques et normalisation de la pratique
des affaires publiques en contexte de défiance

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Isabelle Le Breton-Falézan

Nom, prénom : BRUNOT Étienne

Promotion : 2019-2020

Soutenu le : 03/02/2020

Mention du mémoire : Très bien

REMERCIEMENTS

Pour leur accompagnement, leurs conseils et leurs encouragements tout au long de la rédaction de ce travail de recherche, je tiens à remercier Isabelle Le Breton, Alexandra Tanniou, Hannah Miranda et Lucie Raymond.

Pour leur sollicitude et leur disponibilité, je tiens également à remercier Renaud Large, Lucie Loncle et Margaux Bonneau qui ont accepté de répondre à mes questions dans le cadre des différents entretiens qui ont alimenté la réflexion proposée dans ce mémoire.

Pour finir, je souhaite manifester ma gratitude envers Aniela, Eliot et ma famille qui ont su me soutenir dans les moments de doute et m'accompagner dans la conduite de ce travail de recherche.

Table des matières

REMERCIEMENTS.....	1
INTRODUCTION.....	4
PREMIERE PARTIE : Des lobbies face à un discours à charge de la part des médias. 14	
I – La construction d'une image à charge : la médiatisation des lobbies entre fantasmes et réalités.....	15
I.A – Les lobbies, « des forces opérant dans l'ombre, en marge de tout contrôle institutionnalisé ».....	16
I.B – Les lobbies : une « gangrène démocratique », facteur de recul sur les sujets sociaux et environnementaux.....	20
II – Un discours trans-médiatique, attestant du caractère média génique de la question des lobbies	23
II.A – Une forte croissance de la couverture médiatique des lobbies	24
II.B – L'apparition de substrats transmédiatiques et militants autour de la question des lobbies.....	25
II.C – Les lobbies : une source de polémique sur les réseaux sociaux.....	28
Bilan de la première hypothèse :	31
DEUXIÈME PARTIE : Un discours de normalisation de la pratique du lobbying.....	33
I – Un contre-discours médiatique axé autour de la normalisation de la pratique des affaires publiques	34
I.A – Une multiplication des prises de parole des lobbyistes dans la presse et les médias à des fins de normalisation de la pratique des affaires publiques	35
I.B – Un renouvellement de la communication commerciale des cabinets d'affaires publiques	39
II – Une évolution dans la relation entre lobbyistes et parlementaires qui transforme la pratique des affaires publiques	46
II.A – Un renforcement du contrôle de la pratique du lobbying par les élus.....	47
II.B – Une transformation progressive des méthodes et pratiques des lobbyistes	50
II.C – La persistance de réserves quant à la pertinence des dispositifs d'encadrement du lobbying.....	53

III – Des perspectives nouvelles autour du statut du lobbying en France	55
III.A – L'émergence des civic tech : un changement de modèle dans la représentation de la société civile auprès de la sphère publique	56
III.B – Le possible avènement d'un ordre professionnel des représentants d'intérêts	61
Bilan de la deuxième hypothèse :	64
CONCLUSION	65
BIBLIOGRAPHIE.....	70
RÉSUMÉ DU MÉMOIRE :	74
MOTS-CLES :.....	75

INTRODUCTION

Dans *Démocratie sous tension*, étude mondiale sur le rapport des citoyens à la démocratie menée en 2019 par la Fondation pour l'innovation politique (Fondapol.org), Thibault Muzergue écrit « Dans les démocraties étudiées, on trouve peu de répondant pour citer en premier comme détenteurs du pouvoir les hommes et les femmes politiques. À l'opposé, l'idée que le pouvoir démocratique subit l'influence de l'argent est souvent présente »¹. Via l'exposition de ce paradoxe, le politologue insiste sur l'idée selon laquelle les intérêts privés s'affirmeraient aujourd'hui, aux yeux des citoyens du monde entier, comme une force à laquelle « la globalisation semble conférer une puissance et une invisibilité nouvelle » – un phénomène qui est le stigmate d'une « crise latente mais profonde de l'adhésion au pouvoir démocratique ».

Cette suspicion tenace et globalisée vis-à-vis des élites institutionnelles (près de 36% des personnes interrogées dans le cadre de l'étude considèrent que les puissances de l'argent sont celles qui détiennent le pouvoir), est particulièrement tangible en France où la crise de la confiance politique est aujourd'hui vécue au grand jour. Au-delà des mouvements populaires de contestation à l'instar de la récente crise dite des « gilets jaunes » qui a conduit une part significative de la population française à manifester sa défiance à l'égard du pouvoir en place, différents rapports et études attestent d'une relation de plus en plus dégradée des Français avec leurs dirigeants. Quatre ans après la remise au président de la République François Hollande du rapport de Jean-Louis Nadal sur l'exemplarité des responsables publics (2015), le baromètre de la confiance politique 2019 du Cevipof montre que 74% des Français ont le sentiment que leurs responsables politiques seraient « plutôt corrompus »². En cause, un manque de proximité des élus, une forme de mépris à l'égard des citoyens mais, surtout, des décisions prises de manière opaque, que l'on imagine sous l'influence de forces opérant en marge du bien commun : les lobbies.

Le terme de lobby apparaît en France dans la littérature socio-économique et dans la sphère médiatique à la fin des années 1980 pour désigner les « groupes d'influence », « groupes d'intérêt » ou « groupes de pression » affiliés à des intérêts

¹ MUZERGUE Thibault, « Démocratie sous tension, une enquête planétaire », « Qui détient le pouvoir ? », *Fondation pour l'innovation politique*, 2019, p.69

² CHEUFRA Madanie et CHANVRIL Flora, *Baromètre de la confiance politique : 2009 – 2019*, CEVIPOF, 2019, p.8

économiques et / ou privés³ cherchant à influencer les décisionnaires dans l'élaboration du cadre réglementaire, sans pour autant s'inscrire dans une logique de conquête du pouvoir. Du point de vue législatif, les lobbies ont une existence définie en France seulement depuis 2013 et la loi « Sapin II » relative à la transparence, à la corruption et à la modernisation de la vie économique, loi qui fait mention des « personnes morales de droit privé, établissements publics ou groupements publics exerçant une activité industrielle et commerciale, chambres de commerce et de l'industrie et chambres des métiers et de l'artisanat, dont un dirigeant, un employé ou un membre a pour activité principale ou régulière d'influer sur la décision publique, notamment sur le contenu d'une loi ou d'un acte réglementaire ». Cette reconnaissance juridique tardive est la marque d'un malaise historique dans le rapport des pouvoirs publics et de l'opinion publique française à la pratique de la représentation d'intérêts⁴. À titre de comparaison, le lobbying est reconnu et encadré aux États-Unis depuis 1946 par le *Lobbying Act* qui établit, dès l'Après-guerre, un registre pour répertorier l'ensemble des acteurs rémunérés pour influencer les membres du Congrès^{4 (bis)}.

Cet important décalage s'explique avant tout par des conceptions radicalement différentes de l'intérêt général dans les traditions philosophiques et politiques anglo-saxonnes et françaises. La première, héritière de la pensée d'Adam Smith, considère que la démocratie est fondée sur la confrontation des différents groupes sociaux. Ces groupes sont considérés capables de penser le bien public et l'intérêt général, tout en se plaçant dans une posture de préservation de leurs intérêts propres. La concurrence qui les oppose doit leur permettre de limiter les excès et d'apporter un équilibre qui s'apparente au bien commun, somme des intérêts particuliers⁵. Au contraire, la conception française, inspirée de la philosophie des Lumières et de la pensée de Jean-Jacques Rousseau présentée dans *Le Contrat Social*, est fondée sur une idée de la démocratie et de l'État comme vecteurs de transcendance des intérêts particuliers⁶. Dès lors, ceux-là ne peuvent être considérés autrement que comme des menaces pour l'intérêt général, émanation de la volonté

³ MERCIER Charles et PELTAN Stéphane, « Les lobbies vus par les sciences sociales », *La vie des idées*, Revue en ligne du Collège de France, 2019

⁴ MENA Laure, « Lobbies : de l'ombre à la lumière sur la décision publique », *Lepetitjuriste.fr*, 23 juillet 2017

^{4 (bis)} Source : HATVP.fr, « Panorama des dispositifs d'encadrement du lobbying », 28 janvier 2016

⁵ ESCURAT Anthony, « Le lobbying : outil démocratique », *Fondation pour l'innovation politique*, 2016, p.12

⁶ GROSSMAN Emiliano « *Lobbying et vie politique* », *Problèmes économiques et sociaux*, n° 918, novembre 2005, La documentation française, p. 8

collective exprimée par la voie du vote. Ainsi, la tradition issue de la période révolutionnaire est conséquemment marquée par de la défiance et de la suspicion envers le corporatisme et toute autre tentative de manifestation d'appartenance à un groupe d'intérêts autres que la communauté nationale⁷. À titre d'exemple, la loi Le Chapelier de 1791 interdit les groupements professionnels et compagnonnages afin de mettre fin à une tradition issue de l'Ancien régime où ces groupements pouvaient jouer un rôle d'intermédiaire entre le monde économique et le roi. De même, à la fin du XIXème siècle, le député catholique social La Tour Du Pin prend position à l'Assemblée Nationale pour s'opposer à la représentation directe d'intérêts socio-économiques ou de corps intermédiaires au Parlement⁸.

Ainsi, il n'est que tardivement admis que l'État puisse être concurrencé dans sa mission de détermination et de poursuite de l'intérêt général⁹. À cela s'ajoute, au cours de la période allant de l'Après-guerre aux années 2000, une proximité non assumée du législateur avec des représentants du monde économique. Celle-ci s'explique par la présence de la haute fonction publique dans l'appareil industriel français dès 1945 qui permet de prendre des décisions favorables aux entreprises sans que celles-ci aient besoin de recourir à des professionnels pour les représenter auprès des décideurs institutionnels¹⁰. La mise en place, en 1958, du Conseil économique et social mandaté pour émettre, au nom de représentants issus de la société civile et des différents milieux économiques, des avis sur l'élaboration des politiques publiques est l'une des seules initiatives laissant envisager un infléchissement ultérieur de cet état de fait¹¹.

En effet, se développe au cours des dernières décennies du XXème siècle, un lobbying professionnel en France qui s'inspire des autres pays de l'Union européenne acquis au paradigme libéral anglo-saxon qui imprègne les institutions communautaires. C'est notamment l'avènement du marché unique sous l'impulsion de Jacques Delors à la tête de la Commission européenne (1983 - 1993) qui enclenche cette dynamique. L'inflation réglementaire liée à l'harmonisation des normes à l'échelle du continent initie

⁷ ESCURAT Anthony, « Le lobbying : outil démocratique », *Fondapol*, février 2016, p.14 (Ibid p. 5)

⁸ COURTY Guillaume, « L'attitude ambivalente en France à l'égard du lobbying et les évolutions perceptibles », *Lobbying Portraits croisés, Autrement, Acteurs de la société*, 2008

⁹ « L'Etat, l'intérêt général et les lobbies : l'équation impossible ? », *Le Nouveau Magazine Littéraire*, 30 août 2018

¹⁰ CARLES Christophe, « Le pantouflage en France, vers 1880 – vers 1980 », *Annales, Economie, Persée*, 1987

¹¹ POLERE Cédric, « Lobbying : l'influence des groupes d'intérêts s'accroît et favorise une transformation de notre modèle démocratique », *Millénaire*, 2007, p. 9

une période de lobbying intensif à laquelle la France n'échappe pas¹². Mais celui-ci est mal perçu par l'opinion publique hexagonale. Les Français y voient l'influence nouvelle d'acteurs privés dont l'entrée en contact avec le législateur est susceptible de pervertir l'action des pouvoirs publics. L'avènement d'une conscience renouvelée à l'égard de l'environnement et du mal-être social en France suite à la crise des subprimes en 2008, ainsi que l'accélération du changement climatique contribuent à alimenter une défiance vis-à-vis des grandes entreprises. Elle instaure un doute quant à leur adéquation avec la préservation du bien-être collectif. À titre d'exemple, seuls 41% des Français affirment, en 2019, avoir confiance dans les grandes entreprises¹³ dont on soupçonne la volonté d'exploiter les zones grises à la périphérie des institutions politiques et administratives pour faire primer leurs intérêts économiques sur la préservation des normes sanitaires, environnementales et sociales qui président au bien commun.

La démission, en direct de la matinale de France Inter, du ministre d'État de la transition écologique et solidaire Nicolas Hulot en août 2018 est, à cet égard, une date emblématique dans le renforcement d'un rejet par l'opinion publique des lobbies et de leur action. Tout en fustigeant la politique des « petits pas » menée par le gouvernement d'Edouard Philippe en matière de transition écologique et de lutte contre le réchauffement climatique, l'ancien animateur s'est indigné de la place prise par les représentants d'intérêts au sein des cercles du pouvoir. À propos d'une réunion sur la préservation de la biodiversité à laquelle le secrétaire général de la Fédération Nationale des Chasseurs, Thierry Coste, avait participé sur invitation officielle du Président de la République Emmanuel Macron, le ministre démissionnaire a ainsi affirmé : « *Cela ne fonctionne pas comme cela devrait fonctionner. C'est symptomatique de la présence des lobbies dans les cercles du pouvoir. Il faut, à un moment ou à un autre, poser ce problème sur la table car c'est un problème de démocratie* ». Par le biais de cette accusation, Nicolas Hulot exprime à la fois une déception personnelle vis-à-vis de ses collègues du gouvernement, et se fait également le porte-voix d'une grande partie de l'opinion publique qui s'accommode de plus en plus mal de l'incursion d'intérêts privés dans l'élaboration des politiques publiques.

¹² CLAMEN Michel, « Lobbying : de l'histoire au métier », *Géoéconomie*, n°72, 2014, pp. 165 à 182

¹³ CHEUFRA Madanie et CHANVRIL Flora, « Baromètre de la confiance politique : 2009 – 2019 », CEVIPOF, 2019, p.8 (Ibid, p. 4)

Cette annonce, imprégnée du pathos d'un ministre au bord des larmes, suscite l'émoi et l'approbation de l'opinion. Selon le sondage Odoxa-Dentsu Consulting pour *France Info* et *Le Figaro* publié le soir même de l'annonce, 88% des Français partagent la vision de Nicolas Hulot d'un gouvernement sous influence des lobbies qui se refuse à faire de l'écologie l'une de ses priorités¹⁴. En conséquence, cette séquence médiatique choc est à l'origine d'un nouveau regard sur les représentants d'intérêts qui apparaissent, dès lors, comme les coupables désignés des renoncements des responsables politiques et publics quant à la mise en place de mesures adaptées aux urgences écologiques, démocratiques et sociales. Ce regard est particulièrement perceptible dans la sphère journalistique qui profite de cette accusation pour capitaliser depuis plusieurs mois sur cette nouvelle « ère du soupçon » pour multiplier les articles, tribunes et émissions afin de révéler aux yeux du grand public la part prise par les lobbyistes dans l'obstruction réglementaire en faveur de l'enrichissement de leur employeurs ou de leurs clients. À cet égard, les révélations du *Monde* et de *France 2* concernant le fichage de 200 personnalités s'étant exprimées sur la question de l'innocuité du glyphosate, ce via le cabinet Fleishman Hillard pour le compte de Monsanto, attestent d'une attention forte de la part des journalistes quant aux pratiques et aux objectifs des lobbyistes¹⁵. Il en va de même concernant les dîners du nouveau ministre de la Transition écologique et solidaire François de Rugy avec des lobbyistes d'Engie, dîners révélés par *Ouest-France* qui ont conduit, entre autres choses, à une vive polémique et à la démission du ministre en juillet 2019¹⁶.

En définitive s'est instaurée une forme de *doxa* à l'égard des représentants d'intérêts qui tend à alimenter une « spirale du silence » au sein du débat public. Ce phénomène, décrit par la sociologue allemande Élisabeth Noëlle Neumann, consiste dans l'avènement, sous l'effet de différentes causes, d'une opinion dominante sur un sujet qui conduit les personnes pensant différemment à ne pas exprimer leur point de vue de peur d'être exclues ou accusées de déviance¹⁷. Dans le cas de la perception des lobbies, il est particulièrement identifiable dans les réserves qu'émettent les professionnels que nous avons interrogés quant au fait même d'assumer d'être lobbyistes. Ces derniers préfèrent ainsi euphémiser en se présentant comme

¹⁴ « Démission de Nicolas Hulot : les Français saluent sa décision », Odoxa Dentsu Consulting pour France Info et le Figaro, 2019

¹⁵ FOUCART Stéphane et HOREL Stéphane, « Fichiers Monsanto : des dizaines de personnalités classées illégalement en fonction de leur position sur le glyphosate », *Le Monde*, 9 mai 2019

¹⁶ WADJIZIK Arnaud, « Les dîners secrets de François de Rugy avec des lobbyistes », *Ouest France*, 12 juillet 2019

¹⁷ NOËLLE NEUMAN Elisabeth, « La spirale du silence / une théorie de l'opinion publique », *Hermès*, n°4, *Le nouvel espace public*, CNRS Editions, 1989, pp. 181 à 190

« consultants en affaires publiques » ou « consultants en communication d'influence » par peur de susciter critique ou défiance chez leurs interlocuteurs¹⁸. Ce malaise est également perceptible dans le discours des élus qui fustigent souvent, dans les médias, le rôle des lobbyistes¹⁹. Néanmoins, des études récentes menées sur le sujet montrent, au contraire, que la majorité des parlementaires approuvent largement le rôle de partenaires que les représentants d'intérêts peuvent jouer auprès des responsables politiques en apportant un éclairage technique sur des problématiques réglementaires de plus en plus complexes. C'est notamment le résultat d'une étude publiée en 2016 par la Junior Consulting de Sciences Po sur « *La perception du lobbying par les décideurs publics* » qui montre que 80% des personnes interrogées dans le cadre d'un panel comprenant parlementaires, élus locaux, conseillers ministériels et hauts fonctionnaires considèrent souhaitable l'intervention de lobbyistes pour éclairer de manière experte les décisions législatives.

Dans ce contexte, la profession entreprend donc de se défendre face au procès médiatique qui lui est intenté. Au-delà de la revendication du rôle démocratique des lobbies, les différentes fédérations professionnelles françaises des représentants d'intérêts (l'Association des conseils en lobbying et affaires publiques et l'Association des professionnels des affaires publiques) tentent de faire valoir une normalisation de la profession en contrepoint de l'idée de pratiques opaques, de corruption et de trafic d'influence. Dans cette perspective, elles mènent depuis plusieurs mois un effort de communication et de pédagogie auprès de l'opinion. Celui-ci, fondé principalement sur des publications dans la presse, insiste sur les réglementations qui encadrent la relation des lobbyistes avec les pouvoirs publics et permettent d'en limiter déviances et dérives. Les différents acteurs tentent ainsi de montrer la respectabilité acquise par les affaires publiques depuis l'apparition du registre numérique (AGORA) de la Haute Autorité pour la transparence de la vie publique (HATVP).

Cette autorité administrative indépendante a mis en place en 2017 un répertoire sur lequel les différents représentants d'intérêts doivent s'inscrire pour rendre compte de leurs rencontres avec des parlementaires et des élus, ainsi que des sommes engagées par le commanditaire de la mise en relation. L'objectif affiché est de fournir aux citoyens des informations sur les interactions entre lobbyistes et élus afin

¹⁸ Source : Entretien avec Renaud Large, Directeur associé en affaires publiques chez Havas, mardi 23 juillet 2019, Agence PLEAD (voir annexe n°1)

¹⁹ Source : Entretien avec Margaux Bonneau, Conseillère parlementaire de la ministre de la santé et des solidarités Agnès Buzyn, 15 juillet 2019, Contact téléphonique (voir annexe n°2)

de renforcer la confiance dans la probité du processus d'élaboration de la loi et d'assurer une prévalence du pluralisme et de la publicité dans les procédures de décision des acteurs publics. Ce dispositif réglementaire, bien que contraignant, est appréhendé par la profession comme un garde-fou éthique et un socle déontologique sur lequel peuvent s'appuyer les lobbyistes afin d'assurer un exercice de leur activité transparent et responsable. Celui-ci est d'autant plus prégnant que les parlementaires prennent des initiatives pour augmenter la portée de cette réglementation. C'est le cas, notamment, des groupes La République en Marche (LREM), MoDem et La France Insoumise (LFI) à l'Assemblée nationale qui ont décidé de faire figurer, pour chaque amendement déposé, le nom des organisations ou tiers qui ont pu le suggérer²⁰. Une initiative permettant aux lobbyistes de se défendre d'avancer masqués et de revendiquer une nouvelle ère dans la pratique des affaires publiques en contrepoint des représentations dont ils font l'objet.

Cependant, ces nouvelles logiques à l'œuvre ne suffisent pas à susciter l'adhésion de l'opinion publique à l'idée d'un échange entre responsables politiques et opérateurs économiques privés qui soit profitable à la société. En conséquence, les cabinets de lobbying et d'affaires publiques sont actuellement engagés dans une dynamique de refondation de leurs pratiques. Cette dernière passe par un effort de communication et une transformation du lexique et vocabulaire des lobbyistes, mais également par une nouvelle manière d'appréhender les échanges avec les élus. Celle-ci doit leur permettre d'apparaître plutôt comme des experts du droit et des sciences politiques permettant, par le dialogue, l'élaboration de politiques publiques efficaces, adaptées aux réalités des acteurs et aux normes internationales. Cette exigence est d'autant plus prégnante que les lobbyistes font face à la montée en puissance de nouveaux acteurs de la représentation de la société civile auprès des pouvoirs publics : les civic tech.

Ces dernières, médiatisées lors du grand débat initié par le Président de la République en mars 2019 pour tempérer la « crise des gilets jaunes », proposent aux entreprises des prestations de services fondées sur la pétition et la concertation qui viennent s'inscrire sur un segment de marché proche de celui des représentants d'intérêts traditionnels : le lobbying citoyen. Opérant dans un cadre a priori plus transparent et ouvert au grand public, elles bénéficient d'une image positive en raison, notamment, de la volonté de la société civile - ensemble de groupes sociaux opérant

²⁰ SURAUD Marie-Gabrielle, « Vitalité et structuration de l'opinion publique : la perspective d'une démocratie délibérative », *Revue Hermès*, n°47, *Parole publique, communiquer dans la cité*, 2007

en marge de la sphère économique et administrative – de s'investir de manière plus directe et participative aux décisions politiques. Comme le montre Marie-Gabrielle Suraud, le développement d'Internet est à l'origine d'un renouveau de l'engagement des citoyens dans le débat délibératif sur les décisions qui doivent être prises vis-à-vis de la société²¹. Cet engagement les conduits à se refuser aux mesures prises de manière verticale, en marge de toute concertation. La pétition en ligne pour le referendum sur la privatisation d'Aéroports De Paris (ADP) ou les revendications des gilets jaunes sur le referendum d'initiatives citoyennes (RIC) montrent aujourd'hui une volonté ferme de la société civile française de prendre part aux processus d'élaboration de la loi en vertu du bien commun et de l'intérêt général.

Cette nouvelle tendance qui mène à une plus grande horizontalité démocratique s'affirme comme une donnée supplémentaire qui rend nécessaire pour les lobbyistes de cultiver leur propension à incarner, eux aussi, une contribution au bien commun, tout en impliquant plus largement les citoyens dans les actions qu'ils mènent auprès des élus. C'est à cette seule condition, peut-être, qu'ils pourront acquérir l'honorabilité qui préside à la pérennité et au développement de leur activité, mais également qu'ils éviteront de se laisser éclipser par les nouveaux entrants sur leur marché.

Ces éléments, notamment récoltés et analysés dans le cadre d'un stage en affaires publiques au sein de l'agence PLEAD nous amènent à nous interroger dans ce mémoire de la façon suivante :

Comment la résurgence du soupçon à l'égard des lobbies et des lobbyistes inspire-t-elle une riposte médiatique de la profession qui s'ancre dans une mutation des pratiques et de l'environnement des représentants d'intérêts ?

Afin de répondre à ce questionnement, nous nous attacherons à explorer deux hypothèses qui s'apparentent aux principales dynamiques communicationnelles auxquelles les lobbies sont aujourd'hui amenés à faire face en vue de la préservation de la réputation de la profession.

²¹ VIGOUREUX Caroline, « Chasse aux lobbys : les député LREM indiqueront qui inspirent leurs amendements », *L'Opinion*, 3 juillet 2019

- Dans un premier temps, nous interrogerons l'hypothèse selon laquelle les lobbies font aujourd'hui face à un discours médiatique à charge galvanisant l'opinion publique dans son rejet des représentants d'intérêts.

- Dans un second temps, nous émettrons l'hypothèse selon laquelle les représentants d'intérêts sont actuellement engagés dans une logique de contre-feux médiatique. Logique qui les amène à construire un discours de normalisation autour de la profession et à renouveler leurs pratiques, afin de gagner en respectabilité auprès du grand public et maintenir leur valeur ajoutée face à l'émergence de nouveaux acteurs de la représentation d'intérêts.

En vue de tester ces hypothèses, nous avons mis en place la méthodologie suivante :

Tout d'abord, nous avons analysé un ensemble hétérogène de substrats communicationnels permettant d'embrasser les différentes dimensions du discours tenu par les médias et les lobbyistes. En vue de valoriser l'accentuation au cours des derniers mois des phénomènes étudiés, l'ensemble des objets analysés est ultérieur à la démission de Nicolas Hulot de son poste de ministre de la Transition écologique le 28 août 2019. Comme souligné précédemment, celui-ci marque un renouveau dans la défiance populaire et politique à l'encontre des lobbies. De même, nous avons choisi d'organiser le corpus en fonction de la nature de l'émetteur du discours. À ce titre, nous nous sommes intéressés d'une part aux discours émis dans le cadre d'une production médiatique – ces derniers, multidimensionnels, se subdivisent en différentes catégories liées aux différents médias et supports d'expression : articles de presse, émissions radiophoniques, livres d'enquête, productions documentaires – et d'autre part, aux discours émis au nom de la communauté professionnelle de la représentation d'intérêts, qui comprennent les tribunes d'opinion, les interventions médiatiques des représentants de la profession, ainsi que les discours promotionnels des différents cabinets d'affaires publiques et des civic tech.

Par ailleurs, nous compléterons nos observations par différents entretiens menés auprès de professionnels de la sphère politique et des affaires publiques :

- M. Renaud LARGE, Directeur associé en affaires publiques chez Havas (Agence PLEAD)

- Mme Lucie LONCLE, Attachée parlementaire auprès de la députée Annie Vidal (LREM)

- Mme Margaux BONNAUX, Conseillère parlementaire de la ministre de la Santé et des Solidarités Agnès Buzyn

Ces entretiens, menés de manière semi-directive, en visu ou par téléphone, ancrent notre réflexion dans une expérience de terrain et dans des ressentis avérés de professionnels de la politique et des affaires publiques. Pour autant, le manque de disponibilité des personnes concernées, ainsi que la difficulté à tenir sur une réalité aussi diffuse que le lobbying un discours prenant de la hauteur, ont abouti à des résultats en demi-teinte de ces différents échanges. Le degré d'exhaustivité des réponses apportées aux questions s'est avéré très hétérogène, n'apportant pas toujours un éclairage suffisant pour en tirer des conclusions susceptibles d'être pleinement mobilisées dans notre réflexion. Au-delà de cet écueil, inhérent au choix de cette méthodologie, il n'en demeure pas moins que la position stratégique occupée par nos interlocuteurs n'a pas manqué de s'affirmer comme un gage de sérieux pour les informations et les constats effectués.

PREMIERE PARTIE : Des lobbies face à un discours à charge de la part des médias

Depuis qu'ils sont identifiés en tant que tels, les lobbies ont suscité une forte méfiance de la part de l'opinion publique française. Celle-ci est liée à des représentations qui sont ancrées dans la tradition, issue de la Révolution, de suspicion à l'égard du corporatisme et des intérêts particuliers²². Loin de la tradition pluraliste défendue par les Anglo-saxons et pleinement intégrée par les instances de l'Union européenne, les lobbies en France nourrissent, par l'opacité de leurs modes opératoires liée à une réglementation encore très incomplète²³, un imaginaire fantasmagorique qui les amalgame à la corruption et au trafic d'influence. C'est d'autant plus le cas depuis la démission en août 2018 du ministre de la Transition écologique et solidaire Nicolas Hulot qui, lors d'une interview accordée aux journalistes Léa Salamé et Nicolas Demorand à l'occasion de la matinale de France Inter, s'est insurgé contre « *la présence des lobbies dans les cercles du pouvoirs* »²⁴, mettant en doute la capacité du gouvernement à arbitrer les décisions sans subir l'influence de tiers. Cette séquence très fortement relayée en raison de son impact politique (la perte d'un « poids lourd » au sein du gouvernement d'Emmanuel Macron) est à l'origine d'un renforcement de l'attention des journalistes autour des lobbies et de leurs modes de fonctionnement. Ce traitement médiatique, lui-même ancré dans l'horizon d'attente du public, tend à dresser un portrait à charge des lobbyistes qui pointe les dérives de leurs activités et les conséquences induites sur la vie démocratique du pays.

Ainsi, nous nous attacherons tout d'abord à analyser la construction d'une image médiatique sulfureuse qui surfe autant sur les faits que sur une représentation fantasmagorique des lobbies. Dans un second temps, nous nous intéresserons à la diversité des productions médiatiques autour des représentants d'intérêts attestant du caractère média générique du sujet de la pratique des affaires publiques.

²² ESCURAT Anthony, « Lobbying : pourquoi il est temps de rompre avec l'hypocrisie française », *L'Opinion*, 21 février 2016

²³ VIGNAL François, « Lobbys : un encadrement encore insuffisant », *publicsenat.fr*, 30 août 2018

²⁴ Source : Nicolas Hulot interviewé par Léa Salamé et Nicolas Demorand, *France Inter*, Le 7/9, 28 août 2019

I – La construction d'une image à charge : la médiatisation des lobbies entre fantasmes et réalités

Le caractère opaque de l'activité des lobbyistes, lié à la volonté de discrétion de la plupart des organisations, fédérations professionnelles et entreprises désireuses d'entrer en relation avec les décideurs institutionnels, est à l'origine d'une forte curiosité de l'opinion publique et des médias. Cette curiosité se voit aujourd'hui renforcée dans un contexte de stigmatisation politique, notamment de la part des groupes d'opposition à la majorité parlementaire LREM réputée plus ouverte à la sphère privée.

Pour autant, l'absence d'éléments tangibles accessibles au grand public pour comprendre le sens et les réalités de l'activité des lobbies participe à créer un flou autour des réalités du métier. Ce dernier nourrit ainsi les représentations et les projections, sans que celles-ci ne soient réellement fondées. Ces dernières sont alimentées par un imaginaire imprégné du spectre des différents scandales politico-financiers qui ont émaillé l'histoire hexagonale. Parmi ceux-là, le scandale du Panama qui a vu plus d'une centaine de parlementaires bénéficier de pots de vin afin d'autoriser la souscription d'un emprunt public par la société de construction du canal²⁵, ou plus récemment des affaires Clearstream mettant en cause plusieurs responsables gouvernementaux de l'UMP. En conséquence, une part majoritaire de l'opinion tend à amalgamer l'activité de lobbying à la corruption ou au trafic d'influence. À cet égard, l'image de la valise de billets transmise dans l'ombre par un homme d'affaires à un parlementaire ou à un ministre constitue un référentiel culturel auquel tend souvent à se résumer la perception du grand public de l'activité de représentation d'intérêts^{25(bis)}.

Aux yeux de l'opinion, les lobbies s'apparenteraient donc à des forces anonymes opérant dans l'ombre pour le compte de grandes industries telles que le pétrole, le tabac, l'agro-alimentaire ou encore la pharmacie, et dont l'objectif est de pervertir l'action publique afin de l'orienter dans le sens de ses intérêts économiques et financiers. L'émission diffusée par France 24 en janvier 2019 résume le phénomène dans les termes suivants : « Lobby : à l'énoncé de ce terme, des images négatives

²⁵ DE BLIC Damien, « Moraliser l'argent : ce que Panama a changé dans la société française », *Politix*, n°71, 2005, pp. 61 à 82

^{25(bis)} « Métiers du lobbying : l'explosion bruxelloise », *La Tribune*, 24 février 2007

viennent généralement à l'esprit. Un couloir à l'Assemblée nationale, une rencontre secrète, une conversation qui, comme par magie, contraint un politique à modifier une loi pour favoriser les intérêts financiers des plus puissants : nous sommes habités de cet imaginaire d'hommes et de femmes de l'ombre agissant contre l'intérêt général dans les coulisses du pouvoir »²⁶.

En dépit de ce soubresaut de réflexivité de la part d'un media réputé pour le sérieux de ses analyses et de ses enquêtes, c'est à partir de ce point de vue que les médias, issus aussi bien de la sphère de l'information que de la presse politique, tendent majoritairement à construire leur discours autour de la question des affaires publiques et des lobbies. Conformément aux logiques de construction discursives décrites par Jean-Pierre Chenteau²⁷, le traitement journalistique d'un sujet est tributaire d'une communauté culturelle avec des codes et des normes, ainsi que d'une logique mercantile qui l'amène à épouser le point de vue dominant pour diffuser un « sentiment d'unanimité » susceptible de séduire le consommateur-lecteur. Ainsi, comme le souligne Renaud Large²⁸, le discours médiatique sur les représentants d'intérêts est au diapason des perceptions de l'opinion publique. Il tend à cultiver le fantasme autour de leur action et de leur proximité supposées avec les plus hautes sphères du pouvoir via la mise en récit de leur activité grâce à la mobilisation des motifs susmentionnés.

À ce titre, nous intéressons tout d'abord à la médiatisation des lobbies en tant que forces d'influence opérant en marge de tout contrôle. Puis, nous analyserons leur appréhension par les médias en tant que « gangrène démocratique », facteur de reculs réglementaires et politiques sur les problématiques sociales, environnementales et sanitaires.

I.A – Les lobbies, « des forces opérant dans l'ombre, en marge de tout contrôle institutionnalisé »

L'un des principaux aspects mis en avant par les médias dans le traitement du sujet des lobbies est le caractère opaque et secret de leur activité. Est régulièrement soulignée l'absence de régulation – ou du moins, l'insuffisance de règles – quant à

²⁶ BRUNET Romain et CHABOUR Karima, « Les lobbies en France : entre fantasmes et réalités », Introduction, *France 24*, Janvier 2019

²⁷ CHENTEAU Jean-Pierre, « Où sont les médias ? Analyse sociologique du discours journalistique », *Langage et Société*, n°85, 1988, pp. 55 à 92

²⁸ Entretien avec Renaud Large, Directeur associé en affaires publiques chez Havas (Ibid. p. 9)

leurs relations avec les élus et l'encadrement de leurs rencontres avec des décideurs institutionnels. Dès lors, ceux-là apparaissent comme des forces opérant dans l'ombre, ce qui suggère mécaniquement une finalité tendancieuse de leur action qui défie aussi bien l'éthique publique que la souveraineté populaire. L'absence de transparence quant aux procédés et aux objectifs est largement pointée du doigt. Est ainsi suggérée la marge de dérives qui existe autour des manœuvres et initiatives des représentants d'intérêts, mais également la possibilité de prolifération de ces acteurs au sein des instances démocratiques. Ce phénomène est notamment perceptible à travers l'étude de différents articles et tribunes publiés au cours de l'année écoulée, insistant largement sur la confiscation de la démocratie, qui résulte des rencontres entre décideurs publics et diplomates d'entreprises ou consultants en affaires publiques. Ceux-là, écrits par des journalistes ou par des personnalités issues des mondes institutionnels et économiques, s'apparentent généralement à des charges qui décrivent, chiffres à l'appui, les stratagèmes mis en place par les lobbyistes pour échapper au contrôle des citoyens et de l'administration.

C'est le cas, par exemple, de la tribune de l'adjoint à la Maire de Paris Anne Hidalgo et ancien candidat tête de liste du Parti communiste (PCF) aux élections européennes, Ian Brossat – « Le mal grandissant des lobbys »²⁹ – parue dans *Libération* le 30 août 2018. Publiée deux jours après la démission de Nicolas Hulot du gouvernement, cette tribune insiste sur la nécessité de renforcer les régulations pour amener plus de transparence autour des tractations à Paris, comme à Bruxelles :

« Les lobbyistes échappent à tout contrôle démocratique : préférant l'ombre à la lumière. Le pouvoir politique se met alors au service d'une minorité mieux organisée et informée que les autres. Cette confiscation de la démocratie fait courir un risque mortel à l'action publique : dès lors qu'elle sert des intérêts privés, elle est vidée de son sens ».

Cet extrait, bien qu'ancré dans la logique de militantisme politique qui préside à la prise de parole de l'auteur, est assez symptomatique du référentiel criminaliste que les médias participent à construire autour des lobbies : l'opposition entre l'ombre et la lumière, la suggestion d'une oligarchie cachée, minoritaire et mal intentionnée, ainsi que la référence au « mal » secret que l'on retrouve dans le titre montrent une propension à la surenchère et au symbolisme dans la description des représentants

²⁹ BROSSAT Ian, « Le mal grandissant des lobbys », Tribune, *Libération*, 30 août 2018

d'intérêts. Quand bien même le propos s'avère fondé sur des faits vérifiables et quantifiables (Ian Brossat s'appuie sur les données et les conclusions du rapport de Transparency International sur le lobbying en France³⁰), le choix du lexique employé semble avoir vocation à activer dans l'esprit du lecteur l'ensemble des préjugés que le grand public peut avoir à l'encontre des lobbies. Le propos cultive ainsi l'impression d'opacité qui les entoure (« l'ombre », « une minorité », « les intérêts privés »), tout en alimentant le flou sur leur vraie nature et les réalités prosaïques de leur quotidien professionnel. En effet, sans pouvoir être accusé de mauvaise foi au regard des faits majoritairement documentés qui sont avancés, la mobilisation par Ian Brossat de concepts abstraits pour désigner les lobbies témoigne d'un réflexe réductionniste dans les portraits que l'on en fait. Si, dans le cas présent, la portée politique de la tribune peut expliquer ce phénomène, celui-ci n'en demeure pas moins récurrent dans le traitement médiatique de la pratique des affaires publiques.

En effet, l'étude d'un autre exemple d'article, d'ordre plus informationnel et dénué, cette fois, de vocation politique, montre les réflexes et systématismes dont font preuve les journalistes dans le traitement de la question des lobbies. Il s'agit d'un article du *Figaro* publié par Pierre Lepeletier le 29 août 2018, soit un jour avant la parution de l'article précédent, intitulé « Lobbyistes et politiques, l'éternelle zone grise »³¹. Dans celui-ci, le journaliste insiste sur l'omniprésence des lobbies et l'incapacité des institutions à encadrer leur présence et leurs interactions avec les pouvoirs publics :

« La présence des lobbies en politique a toujours suscité des débats. Au quotidien, ces hommes et ces femmes de l'ombre fréquentent élus et ministres – de droite comme de gauche – pour tenter d'influencer les lois dans l'intérêt de leurs clients. Des chasseurs aux banquiers, en passant par les taxis ou l'industrie pharmaceutique, le lobbying s'imprègne dans tous les secteurs. Et s'immisce parfois jusque dans les débats parlementaires ».

Il est possible d'observer dans ce paragraphe de nombreuses résonances avec la tribune de Ian Brossat. Parmi celles-ci, la référence « aux femmes et aux hommes de l'ombre » établit clairement un parallèle entre les deux publications avec,

³⁰ Source : Rapport « Transparence et intégrité du lobbying : un enjeu de démocratie, États des lieux citoyen sur le lobbying en France », Transparency International, 2019

³¹ LEPELLETIER Pierre, « Lobbyistes et politiques : l'éternelle zone grise », *Le Figaro*, 29 août 2019

notamment, la mobilisation d'un même référentiel symbolique. Pour autant, le propos semble ici aller plus loin dans la construction d'une impression d'insaisissabilité des représentants d'intérêts : c'est le cas à travers l'idée d'imprégnation des lobbies dans tous les secteurs du débat politique, mais également d'immiscions dans les instances parlementaires. Au-delà de la suggestion d'une idée de toute puissance des lobbies, le vocabulaire employé par le journaliste n'est pas sans rappeler la figure du parasite qui, sans qu'il puisse être délogé, gravite autour d'une communauté aux dépends de laquelle il vit et dont il trouble le mode de fonctionnement naturel. Parallèlement, cet extrait participe également d'une logique de désincarnation des lobbies. La référence aux « taxis », « banquiers » et « chasseurs » affine les lobbyistes à des communautés aux contours indécis qui déshumanisent celles et ceux qui les représentent en les limitant à cette seule fonction. Il y a donc une logique d'anonymisation des acteurs concernés qui suscite chez le lecteur une impression d'éloignement des représentants d'intérêts vis-à-vis des réalités que les citoyens sont en capacité de percevoir et contrôler. Les lobbies apparaissent donc ici comme des forces occultes, anonymes, que rien ne semble pouvoir brider. Cette insistance sur l'absence de traçabilité de l'action de ces acteurs fait ainsi planer le soupçon d'un manquement à l'éthique qui est susceptible de renforcer la défiance dont ils font l'objet.

Ces deux exemples montrent que les journalistes, ainsi que les personnalités s'exprimant par le truchement des médias, ont tendance à appréhender les lobbies à travers le prisme de prénotions qui, sans nier ici l'existence de pratiques illégales et de tentatives de dissimulations, ont tendance à réduire les lobbies à un mode de fonctionnement déviant qui ne correspond que partiellement à la réalité³². En effet, ces derniers n'insistent que très partiellement sur les raisons qui expliquent la présence des lobbies auprès des décideurs publics, ainsi que sur la sollicitude des élus à leur égard du fait de leur expertise technique nécessaire pour l'élaboration des politiques publiques. Au contraire, le discours dominant a tendance à insister sur une volonté d'invisibilité qui est corrélée, dans l'esprit du grand public, à une forme de corruption douce, faite de clientélisme et d'arrangements financiers. Celui-ci est d'ailleurs régulièrement alimenté par des faits d'actualité qui viennent l'étayer à l'instar des votes achetés à des eurodéputés en 2011. En découle l'opinion largement partagée, selon laquelle les représentants d'intérêts sont une menace pour la démocratie et pour la préservation de l'intérêt général. Opinion que le discours médiatique ne s'emploie pas à dissoudre.

³² MERCIER Charles et Stéphane PELTAN, « Les lobbies vus par les sciences sociales », *La vie des idées*, Revue en ligne du Collège de France, 4 mai 2019 (ibid p.5)

I.B – Les lobbies : une « gangrène démocratique », facteur de recul sur les sujets sociaux et environnementaux

Le traitement médiatique des lobbies, alimenté, comme nous l'avons vu, par la séquence de démission de Nicolas Hulot, tourne autour d'une question structurante : quelles sont les conséquences de l'action des lobbies sur la démocratie ? S'il est souvent admis que le rôle des lobbies n'est pas nécessairement mauvais en soi et que tous ne sont pas affiliés à des intérêts économiques, la plupart des articles ou émissions diffusés sur le sujet insistent sur la prédominance de l'action de multinationales, investissant d'immenses sommes pour influencer, voire noyauter les décisions des élus et ainsi pervertir la finalité de l'action publique. Ces multinationales abuseraient ainsi de la crédulité des élus et des hauts fonctionnaires en instrumentalisant la science pour masquer le caractère nocif de leurs produits ou de leurs activités. A ce titre, des sujets tels que l'amiante, la « malbouffe » ou encore le glyphosate défrayent la chronique et sont appréhendés par les médias comme des vecteurs de monstration du potentiel transgressif des lobbies dans la perversion du cadre réglementaire. A ce titre, des experts et journalistes d'investigation sont régulièrement invités à s'exprimer dans les journaux, les studios de radio ou sur plateau de télévision pour déconstruire les stratégies mises en place par les lobbies et démontrer leur potentiel de nuisance vis-à-vis de la société et du fonctionnement de la vie politique.

Ce type de traitement soulignant les dangers des lobbies pour la société est perceptible, par exemple, à travers l'émission *Causes à effets* diffusée par France culture le 16 décembre 2018 intitulée « Traquer les lobbies ... et défendre la démocratie »³³. Animée par la journaliste Aurélie Luneau, cette édition donne la parole à trois experts spécialisés sur la question de l'instrumentalisation, par exemple, la science par les lobbies. Parmi ceux-là Stéphane Horel, journaliste au *Monde* et spécialiste des sujets relatifs à l'environnement, Annie Thébaud Mony, chercheuse en santé publique, et Sylvain Laurens, universitaire expert des questions relatives aux collusions entre milieux d'affaires et haute-fonction publique – trois figures reconnues et animées par un même engagement en faveur de la transparence et du contrôle des lobbies. De ce fait, la perspective adoptée par la journaliste modératrice se veut très

³³ LUNEAU Aurélie, « Traquer les lobbys ... et défendre la démocratie », *Causes à effets*, France culture, 16 décembre 2018

vindictive à l'encontre des représentants d'intérêts, comme en atteste la prise de parole introductive :

« Les lobbies, ils sont partout, ils se glissent partout, ils agissent partout ! Notre société serait lobbytisée au dernier degré, de nos foyers aux arcanes du pouvoir. Monsanto, Philip Morris, Exxon, Coca-Cola..., ces quelques noms ont déjà défrayé la chronique et permis de révéler les méthodes de lobbies des pesticides, du tabac, du pétrole, de l'agro-chimie, des laboratoires pharmaceutiques, ou encore du secteur alimentaire... qui empoisonnent nos vies, nos environnements, et même la démocratie. Les scandales ne manquent pas, les conflits d'intérêts sont la règle, les affaires se multiplient, des procès sont engagés grâce à des alerteurs qui paient souvent cher leur combat et à des journalistes qui ne baissent pas la garde ».

Cet extrait prend, dès le départ, des apparences de réquisitoire. La journaliste établit d'entrée de jeu une opposition quasi-manichéenne entre les lobbies et ceux qui les dénoncent. Les termes employés sont volontairement durs à l'instar de « l'empoisonnement » qui cristallise toute la violence qui se rattache à l'action des lobbies. Le néologisme de « lobbytisation » est, à cet égard, particulièrement éloquent dans la mesure où il crée une imagerie autour de cette violence. Est ici filée une métaphore charnelle, de laquelle se dégage l'idée d'une altération du corps et de l'esprit liée aux manœuvres des représentants d'intérêts. Pour cause, le reste de l'émission aborde les différents scandales politico-sanitaires étouffés grâce à l'action de grandes entreprises qui, via l'achat de scientifiques ou la manipulation d'études commandées à des laboratoires, ont réussi à maintenir sur le marché des produits potentiellement nocifs pour l'environnement et pour la santé humaine. C'est le cas, par exemple, de l'amiante dont Saint Gobain s'est fait l'avocat, du round-up de Monsanto ou encore du changement climatique que les grands pétroliers (Shell, Exxon, BP) et autres industriels du secteur automobile se sont efforcés à euphémiser.

Si les sujets mis ici en avant pointent des dérives réelles et sérieuses dont la démonstration est étayée par un travail de recherche et d'investigation ambitieux, le caractère généralisant et péremptoire du propos montre un biais dans la construction du discours médiatique. Biais dont la manifestation la plus prégnante, dans ce cas précis, est le consensus qui règne entre les différents intervenants dont aucun n'intervient pour contredire ou nuancer le propos tenu par l'autre. Si cette émission ne

peut être caractérisée par une démarche militante qui est en inadéquation avec sa diffusion par une chaîne de service public réputée pour son ouverture et sa volonté de pluralisme dans les contenus proposés, elle n'en dénote pas moins une propension des médias et journalistes à vouloir assumer la fonction de « lanceurs d'alerte » dans le traitement des lobbies.

Cette tendance se vérifie notamment via l'étude du traitement des affaires publiques par des médias réputés pour leur volonté de mise en lumière des scandales et autres perversions de la vie publique. C'est le cas, par exemple, du site de contenus en ligne *Mediapart* qui, le 3 septembre 2018, publie, dans le cadre de la rubrique *Les invités de Mediapart*, un article aux allures de manifeste intitulé « Réarmer notre démocratie pour en finir avec l'emprise des lobbies »³⁴. Rédigé par Michèle Rivasi, ex-députée européenne, et Sébastien Barles, professeur en droit public à l'Université Paris 8, cet article aux allures de tribune souligne l'emprise des puissances de l'argent et des intérêts à court terme sur la décision et l'évaluation publique :

« La clé de voûte des lobbies est le contrôle de l'appareil d'État et des autorités régulatrices. Or, l'argent facile des grands lobbies industriels inonde les experts des agences censés garantir la sécurité des consommateurs, les politiques impliqués dans le secteur concerné et la haute administration. Pour asseoir son influence et sa « capture scientifique et réglementaire » en usurpant le pouvoir démocratique, les groupes d'intérêts industriels doivent provoquer le désintérêt des citoyens par le dégoût ou la dépossession de tout contrôle démocratique du domaine qui est visé. Le culte du secret, les barrières scientifiques et techniques érigées par le petit microcosme scientifique et politique, sont là pour créer ce sentiment d'impuissance et cet entre-soi antidémocratique ».

Dans cet extrait, apparaît clairement une volonté de révéler aux yeux des citoyens les méfaits des lobbies et leur volonté de prendre en otage la vie publique. On retrouve ici une idée de grande manipulation du système par les représentants d'intérêts, allant jusqu'à susciter le « dégoût » de la démocratie pour « usurper le pouvoir » et asseoir un « contrôle de l'appareil d'Etat ». Est ici perceptible une démarche de démonstration et de pédagogie envers le lecteur, qui passe par une explication des combines mises en place par les représentants d'intérêt. Celle-ci n'est

³⁴ RIVASI Michèle et BARLES Sébastien, « Réarmer notre démocratie pour en finir avec l'emprise des lobbys », *Le club Mediapart, Mediapart*, 3 septembre 2018

pas sans rappeler une forme complotisme dans l'appréhension de la question des lobbies que l'on n'hésite pas ici à assimiler à la figure du tyran. D'autre part, la référence, dans le titre de l'article, à la mobilisation collective pour faire face à ce danger est la marque d'un militantisme qui atteste ici d'une démarche de lanceurs d'alerte de la part des auteurs.

Ce dernier exemple, comme le précédent, montre une propension des médias à présenter les lobbies comme une menace majeure pour la démocratie, sans pour autant souligner leur utilité pour donner voix, par exemple, aux acteurs de la société civile. Est ici privilégiée une approche très réductrice de la question qui tend à la limiter à l'action de grands groupes industriels dont la nature même de l'activité recèle une dimension sulfureuse, et qui occulte le rôle des ONG, associations ou entreprises issus de secteurs économiques plus anecdotiques. Ce prisme déformant conduit souvent à une forme de militantisme dans le traitement du sujet qui se manifeste aussi bien dans la presse écrite que dans les médias audiovisuels. A cet égard, il convient d'observer que le positionnement politique du média n'est pas sans incidence : plus le libéralisme économique y est consensuel, moins le discours à l'encontre des lobbies se fait vindicatif. La diversité des médias portant un discours sur les représentants d'intérêts montre leur caractère très médiagéniques qui trouve son fondement dans le clivage et la curiosité qu'ils suscitent.

II – Un discours trans-médiatique, attestant du caractère média génique de la question des lobbies

Les lobbies, insaisissables et sulfureux, suscitent une très vive attention de la part des médias. Ces derniers tendent à exploiter le caractère fantasmagorique des représentants d'intérêts qui apparaissent, bien souvent, comme l'une clé pour comprendre les arcanes du pouvoir. Pour cause, élus et responsables politiques ne manquent pas de pointer régulièrement du doigt l'emprise des lobbies sur les décisions politiques, alimentant ainsi une forme de complotisme quant à l'action des grandes entreprises vis-à-vis de la sphère publique. C'est d'autant plus le cas dans le contexte actuel de crise sociale et écologique qui conduit naturellement l'opinion publique à s'interroger sur les responsables des maux qui secouent la société.

En conséquence, ces derniers mois ont été marqués par un regain d'attention médiatique autour de la question des lobbies. Celui-ci a notamment été alimenté par

différents épisodes polémiques à l'instar du fichage de personnalités par Bayer-Monsanto sur la base de leur positionnement sur le glyphosate. Plus encore que le nombre d'articles et d'émissions consacrés aux lobbies, c'est la diversité des formes que prend le discours médiatique vis-à-vis des représentants d'intérêts qui mérite d'être soulignée. Livres, séries, documentaires produits par des journalistes ou des médias sont aujourd'hui de plus en plus nombreux pour explorer les différentes facettes de la pratique affaires publiques. Ces phénomènes attestent d'une média génie, au sens de ce qui se trouve mis en valeur par le format médiatique³⁵, du sujet des lobbies. Ce dernier occupe aujourd'hui une place de plus en plus importante dans l'actualité, mais également sur les réseaux sociaux où les journalistes internautes ne manquent pas de s'insurger quant aux dangers qui se rattachent à leur existence.

II.A – Une forte croissance de la couverture médiatique des lobbies

Les différentes polémiques autour des lobbies ont conduit, à partir de l'été 2018, à un fort accroissement de la couverture médiatique de la question des représentants d'intérêts, notamment de la part de la presse généraliste et des médias audiovisuels nationaux. Peu présente dans la presse quotidienne régionale hormis *Le Parisien* et *Ouest-France*, elle n'en demeure pas moins un thème qui s'inscrit de manière de plus en plus importante dans le quotidien des Français. Pour reprendre, l'exemple de France culture, onze émissions ont été consacrées à la question des lobbies depuis septembre 2018, tandis que sur le même laps de temps l'année précédente (septembre 2017 – septembre 2018), seulement cinq émissions en avaient fait l'objet des débats. Une hausse significative, donc, de l'attention portée au sujet. Celle-ci est également perceptible dans la presse écrite qui fait paraître aujourd'hui de plus en plus d'articles traitant des lobbies. Ainsi, le *Monde* a publié 14 articles au sujet des lobbies entre fin août 2018 et septembre 2019, contre seulement 5 articles sur la même période l'année précédente. Parmi ces articles, 3 concernent des affaires et des sujets précis tandis que le reste s'intéresse à la question sous un angle plus général, ce qui atteste d'une requalification de la question des lobbies. Celle-ci est dès lors construite par les professionnels de l'information comme un sujet de fond de premier plan au sein du débat public.

³⁵ MARION Philippe, « Narratologie médiatique et médiagénie des récits », *Recherches en communication*, n°7, Université de Louvain, 1997

Comme montré précédemment, cette inflation dans le traitement médiatique des lobbies peut être imputée à aux agissements des représentants d'intérêts face auxquels les journalistes construisent une démarche de veille démocratique. Ces derniers, mettant en scène leur statut, tendent à s'attribuer une mission de mise en lumière de réalités qui reste hors de portée de la majorité des citoyens afin d'assumer leur rôle de contre-pouvoir. Elle peut s'expliquer également par une dynamique de fond qui touche la sphère des médias : « le nouveau journalisme »³⁶. Celui-ci, lié à la crise économique qui touche, notamment, la sphère de la presse écrite, conduit les journalistes à privilégier en priorité des sujets sulfureux, voire racoleurs, pour s'assurer une compétitivité dans le cadre d'une « économie de l'attention » où les consommateurs, confrontés à une prolifération d'informations, auront tendance à privilégier les thématiques et sujets plus « média géniques ». A cet égard, la question des lobbies est particulièrement bien adaptée dans la mesure où elle constitue un vivier narratif pour le récit journalistique : manipulation, dissimulation, corruption, politique sont autant d'aspects susceptibles d'être mise en avant pour interpeller, voir séduire les consommateurs d'informations.

Ce phénomène est d'autant plus manifeste qu'au-delà d'une couverture médiatique traditionnelle (émissions d'actualité ou de décryptage dans les médias audiovisuels, articles d'information ou de fond dans la presse écrite), la question des représentants d'intérêts suscite aujourd'hui la production de nouveaux substrats médiatiques qui viennent illustrer l'imaginaire suscité par la pratiques des affaires publiques. Souvent teintée d'une démarche militante, ceux-là attestent d'un certain activisme journalistique dans la dénonciation des lobbies.

II.B – L'apparition de substrats transmédiatiques et militants autour de la question des lobbies

La récente inflation du discours journalistique autour des lobbies se caractérise par son caractère transmédiatique. Loin d'être seulement cantonné à des formats traditionnels aux prises avec l'actualité, il se décline également sous la forme de productions alternatives qui explorent l'histoire du lobbying, son avenir ainsi que les projections qui s'y rattachent. C'est le cas, par exemple, de la série documentaire (déjà mentionnée) réalisée par France 24, *Les lobbies en France : entre fantasmes et*

³⁶ RAMONET Ignacio, *L'explosion du journalisme*, Éditions Galilée, 2011

réalités, peignant le tableau ambigu de la pratique des affaires publiques dans l'hexagone, ou de la série de 25 épisodes proposés par le média pure player en ligne *Les Jours*, tous consacrés à la question des lobbies³⁷. Ce type d'initiative atteste de l'intérêt suscité par les lobbyistes au sein de la sphère médiatique au-delà du simple traitement journalistique au sens strict du terme. Parmi celles-là, se démarquent notamment différentes productions financées par des médias afin de faire la lumière, via des vecteurs originaux, sur l'activité des représentants d'intérêts et les conséquences de leur action sur la vie démocratique.

L'un des exemples le plus marquant est probablement la production et la diffusion par Arte de la série d'Antoine Lacombez et Jean-Xavier de Lestrade *Jeux d'influence* en juin 2019. Celle-ci, inspirée de la campagne de lobbying menée par Monsanto auprès des institutions communautaires pour maintenir l'autorisation de l'utilisation du glyphosate au sein des pays de l'Union européenne, se veut une « transposition en fiction » des réalités de l'action des représentants d'intérêts. Marquée par une volonté de réalisme, celle-ci porte une attention toute particulière aux relations qui se tissent entre intérêts industriels et action publique à travers, notamment, l'opposition ambiguë entre un député anti-pesticides et un lobbyiste du secteur phytosanitaire. Les auteurs de la série, originellement documentaristes, revendiquent d'ailleurs leur démarche de pédagogie autour de la question des lobbies à travers la fiction qui, par nature, « agit sur le sensible et laisse des traces émotionnelles plus durables »³⁸. A ce titre, la rédaction du script, bien que romanesque, a fait l'objet d'une validation auprès d'élus et de lobbyistes, et plusieurs comédiens ont pu vivre des expériences immersives au sein d'institutions politiques pour se préparer à leur rôle. Dans cette perspective, la série revêt donc une dimension militante de « mise en lumière » des coulisses du lobbying et de la décision parlementaire.

De la même manière, se démarque également *Lobbytomie*, le livre d'enquête publié en octobre 2018 par la journaliste d'investigation du *Monde* Stéphane Horel, déjà mentionnée ci-dessus. Cet ouvrage, faisant suite à une première publication – *Intoxication* – datant de 2016, dresse un état des lieux des grandes campagnes de lobbying menées depuis l'Après-guerre par les grandes firmes industrielles et agro-alimentaires pour normaliser leur activité. Ce, en dépit des soupçons pesant sur leur nocivité pour la santé publique et l'environnement. Cet ouvrage, qui se revendique être

³⁷ GARRIGOS Raphael, « Les lobbyistes », *Les jours*, novembre 2017 – novembre 2019

³⁸ GAVOILLE Emilie, « Jeux d'influence » sur Arte : des lobbys et des hommes », *Telerama*, 13 juin 2019

ouvertement une dénonciation du lobbying en tant que vecteur de « détournement des politiques publiques », défend l'hypothèse principale selon laquelle la pratique des affaires publiques (et des relations publiques à laquelle elle s'adosse) repose sur une volonté de « manufacture du doute » via une manipulation des faits et des données à des fins marchandes. Celle-ci trouve ses origines dans la « propagande » destinée à la « fabrique du consentement » imaginée par le célèbre publiciste Edward Bernays. Le propos, documenté et structuré sur la base d'un travail d'enquête inédit par son ampleur, montre ainsi les dérives qui découlent de l'activité de lobbies. Il se veut ainsi une démonstration de la perversion de l'ensemble du système politique des démocraties libérales actuelles sous l'influence des intérêts privés :

« Notre système a l'air d'une démocratie mais n'en est plus vraiment une. Nous ne sommes ni en ploutocratie (gouvernement par les plus riches), ni en kleptocratie (la corruption à grande échelle), ni en oligarchie (pouvoir accaparé par une minorité dominante), mais dans un système où les intérêts privés ont fusionné au cœur du réacteur public à la suite d'une vaste entreprise de détournement de la connaissance. Forme de capitalisme au stade terminal où il n'est plus question d'associer les citoyens aux décisions qui les concernent jusque dans leur chair, mais les réduire à une seule et unique fonction de consommateurs »³⁹.

Incisif, cet extrait issu de la conclusion du livre montre la volonté de la journaliste de faire le diagnostic des conséquences de l'activité des lobbies sur notre modèle de société. Une fois encore, le motif de la maladie, preuve de la toxicité des représentants d'intérêts, est mobilisé à travers l'image du « capitalisme au stade terminal » qui n'est pas sans rappeler l'image du cancer. Ce même motif est également perceptible à travers la mention des décisions qui concernent les citoyens « jusque dans leur chair », établissant un lien direct entre la naissance de maladies – métaphoriques aussi bien que réelles – et l'activité des lobbyistes. Ce passage du livre cristallise ainsi, sous une forme libre et offensive, une ambition et un point de vue qui semblent aujourd'hui largement partagés par les acteurs du monde de la presse ainsi que par l'opinion publique. Il se veut une traduction de l'angoisse vis-à-vis de l'influence croissante des groupes de pression. Ceux-là semblent ainsi, plus que jamais, une cible pour la vindicte médiatique. Preuve en est également l'activisme des

³⁹ HOREL Stéphane, *Lobbytomie*, Les Editions La Découvertes, 2019, p. 308

journalistes sur les réseaux sociaux pour dénoncer l'influence des grandes multinationales et de leurs représentants sur l'opinion et la sphère publique.

II.C – Les lobbies : une source de polémique sur les réseaux sociaux

Si les journalistes s'expriment par le biais de multiples médias – plus ou moins novateurs – sur la question des lobbies, les réseaux sociaux jouent dans ce cadre le rôle d'une importante caisse résonance. En effet, l'année écoulée a été marquée par de nombreuses polémiques, notamment sur Twitter, en lien avec des révélations journalistiques sur des questions de conflits d'intérêts relatifs aux collusions entre leaders d'opinion et grands groupes industriels. A ce titre, nous pouvons y retrouver le phénomène décrit ci-dessus concernant la démarche de veille démocratique dans laquelle certains journalistes tendent à s'inscrire vis-à-vis de l'activité des lobbies. Dans cette perspective, un compte Twitter, dont la légende nous apprend qu'il est tenu par un journaliste indépendant, arbore le nom de *@Lobbycratie*⁴⁰ et se veut intégralement dédié à « l'analyse des réseaux d'influence, des lobbies et des groupes d'intérêts ».



Légende : *Compte Twitter @Lobbycratie*

Ce dernier atteste ainsi d'une prégnance et d'une circulation, en ligne, des discours en lien avec la bataille culturelle qui semble être menée à l'encontre des représentants d'intérêts.

⁴⁰ Source : Twitter, *@Lobbycratie*

L'un des buzz les plus emblématiques à cet égard est lié aux révélations de *Libération* concernant la journaliste de *L'Opinion* Emmanuelle Ducros connue pour ses prises de position en faveur de l'agriculture intensive. Accusée en juin 2019 d'écrire sur commande de Bayer-Monsanto et de donner des conférences rémunérées par les industriels des pesticides⁴¹, celle-ci avait l'objet sur Twitter d'une vaste campagne de *shaming*. Dans ce cadre, plusieurs leaders d'opinion proche de *Libération* s'étaient alors fait chantres de ces accusations en relayant des preuves des activités de la journaliste supposément commandées par les lobbies phytosanitaires. Parmi ceux-là, Christophe Grébert, membre de l'association Anticor s'est montré particulièrement virulent dans ses publications :



⁴¹ ADRACA Robin, « La journaliste Emmanuelle Ducros a-t-elle été rémunérée par les lobbies de l'industrie agro-alimentaires ? », *Libération*, 27 juin 2019

 **Christophe Grébert** @grebert · 16 sept.
#EmmanuelleDucros sponsorisée par #Bayer défend encore le #glyphosate : "Il n'y a pas de risque"... La preuve : "il n'y a pas de tête de mort sur le bidon"...



Pesticides: débat entre Joël Labbé et Emmanuelle Ducros
Une semaine après l'annonce par le gouvernement d'une consultation publique sur les conditions d'épandage des pesticides, un débat opposai...
publicsenat.fr

4 21 19

[Afficher cette discussion](#)

 **Christophe Grébert** @grebert Suivre

#EmmanuelleDucros, journaliste de @lopinion_fr en charge des questions agricoles et pro-**#glyphosate**, dans ses basses oeuvres 🙄



Une journaliste de «l'Opinion» harcelé-t-elle un confrère de «Libé» derrière un...
Depuis plusieurs jours, un compte anonyme cible un journaliste de «Libération», allant jusqu'à annoncer son possible licenciement. Une recherche laisse à penser
liberation.fr

13:37 - 13 sept. 2019

25 Retweets 36 J'aime 



Légende : Série de tweets de Christophe Grébert, 16 septembre 2019

Cette série de quatre tweets, oscillant entre cynisme et attaques *ad nominem*, montre la vindicte que peut susciter la question des lobbies chez les internautes. On y retrouve ici les thèmes évoqués plus haut, avec notamment la mention des « basses œuvres » et des « intox » liés aux lobbies. La dimension criminelle suggérée ici, preuve à l'appui (les publications contiennent systématiquement un lien vers un article) vient illustrer ce que le journal *Contrepoints* (certes, ultra-libéral) qualifie de « chasse aux sorcières » sur les réseaux sociaux, stigmatise d'une presse en proie au « consensus médiatique » dont elle assume le rôle de « chien de garde »⁴². Si cette analyse peut sembler excessive, elle n'en suggère pas moins une hystérisation des débats en ligne autour des lobbies. A cet égard, la campagne de harcèlement dont a fait par la suite l'objet l'un des journalistes à l'origine des accusations vis-à-vis d'Emmanuelle Ducros – Robin Adraca – vient appuyer l'impression d'une désinhibition des discours autour de la question des représentants d'intérêts. Elle illustre les dissensus violents qu'elle suscite, au diapason des marques de défiance présentées plus haut.

Bilan de la première hypothèse :

Les éléments développés ci-dessus montrent que la première hypothèse, selon laquelle les lobbies sont aujourd'hui au cœur de l'attention médiatique et font l'objet d'un discours globalement négatif, semble largement se vérifier. D'une part, les médias parlent de plus en plus fréquemment de la question des représentants d'intérêts depuis septembre 2018, que ce soit sous la forme d'articles, d'émissions ou bien de productions alternatives. D'autre part, ce discours insiste le plus souvent sur le

⁴² DELORY Ludovic, « Emmanuelle Ducros révèle le malaise du journalisme en France », *Contrepoints*, 3 juillet 2019

caractère sulfureux de leurs activités présentées comme des manœuvres dans l'ombre qui prennent en otage la démocratie via des méthodes proches de la corruption pour mettre en avant des intérêts à rebours du bien commun. Celui-ci a pour principale conséquence d'instaurer un climat de défiance qui nuit à l'activité des lobbyistes. Comme en témoignent les différents entretiens que nous avons pu mener, se renforce une frilosité des élus quant à vouloir rencontrer des représentants d'entreprises⁴³. Face à cela, il convient donc maintenant de voir dans quelle mesure les lobbyistes tentent, depuis plusieurs années et tout particulièrement dans la période récente, de construire contre un contre-discours médiatique orienté vers la normalisation des affaires publiques et la banalisation de l'activité des représentants d'intérêts.

⁴³ Source : Entretien avec Lucie Loncle, Attachée parlementaire auprès de la députée Annie Vidal (voir annexe n°3)

DEUXIÈME PARTIE : Un discours de normalisation de la pratique du lobbying

Le climat de forte défiance dont font l'objet les lobbyistes est potentiellement délétère pour la profession. Non seulement il suscite certaines réserves de la part des parlementaires quant au fait de rencontrer des lobbyistes, mais il engendre également une dynamique d'opacification des échanges car certains élus cherchent à dissimuler leurs éventuels contacts avec des représentants d'entreprises, ce qui va à l'encontre de la transparence attendue par la société civile⁴³. A ce titre, la profession semble aujourd'hui contrainte à se réinventer et à donner la preuve de cette mue vertueuse pour créer, enfin, la confiance qui lui fait défaut.

Dans cette perspective, les principales organisations professionnelles du lobbying – l'AFCL et l'ARPP – ainsi que les cabinets de conseil spécialisés s'inscrivent depuis maintenant près d'un an dans un effort de communication pour mettre en avant leur propension à suivre et encourager la nouvelle donne réglementaire les concernant. Cet effort contraste avec la réticence affichée par la profession quant à son encadrement il y a encore quelques années. A cet égard, la promulgation le 2 octobre 2016 de la loi Sapin II relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique est un exemple emblématique de ce rejet. Ce texte oblige les lobbyistes rencontrant des parlementaires à s'inscrire sur le registre de HATVP et à déclarer leur activité. Porté par le ministre des finances Michel Sapin, il avait été à l'origine d'une campagne de dénigrement de l'action des pouvoirs publics par de nombreux acteurs de la représentation d'intérêts. En témoigne notamment une prise de parole conjointe dans *Le Monde*, en juin 2016, des deux présidents de l'époque des principales organisations professionnelles – Laurent Mazille (ARPP) et Fabrice Alexandre (AFCL) – pour dénoncer « un dispositif de contrôle lourd et contraignant »⁴⁴ allant entraver le dialogue entre les acteurs de la société et le législateur.

Deux ans plus tard, en 2018, ce discours a nettement évolué et c'est à travers une insistance sur cet encadrement que les représentants d'intérêts tendent désormais à se légitimer. Un basculement s'est donc effectué sous l'influence du renforcement de l'attention des citoyens et des médias vis-à-vis de l'action des lobbies. En découle une monstration de plus en plus marquée des efforts menés en faveur de la transparence

⁴³ Source : Entretien avec Renaud Large, Directeur associé en affaires publiques chez Havas (Ibid p. 16)

⁴⁴ MAZILLE Laurent et ALEXANDRE Fabrice, « Loi Sapin II : le lobbying doit faire respirer la vie démocratique », *Le Monde*, 6 juin 2016

de la part des principaux cabinets qui, au-delà de l'enjeu réputationnel, en font également un gage commercial. Dès lors, le cadre réglementaire s'affirme non seulement comme un vecteur de normalisation, mais également comme un nouveau critère de démarcation des acteurs sur un marché de plus en plus concurrentiel⁴⁵. Dans ce contexte, les différents acteurs du lobbying en France sont aujourd'hui contraints de s'investir dans une vaste entreprise de pédagogie autour de leur métier et de leurs pratiques afin de les réhabiliter et les blanchir aux yeux du plus grand nombre. De même, ils sont amenés à s'engager dans une démarche de refonte de leur déontologie et de leur culture professionnelle pour les mettre en phase avec les attentes démocratiques actuelles.

A l'aune de ces constats liminaires, nous nous attacherons d'abord à voir dans quelle mesure les lobbies opposent à la défiance citoyenne et à la pression médiatique un contre-discours axé autour de la nécessité de la représentation d'intérêts pour la vitalité démocratique. Puis, dans un second temps, nous tâcherons de voir en quoi ce discours tend à initier des évolutions dans la pratique des métiers des affaires publiques et dans la relation entre parlementaires et représentants d'intérêts.

I – Un contre-discours médiatique axé autour de la normalisation de la pratique des affaires publiques

L'accentuation de la pression exercée sur les lobbies par l'opinion et les médias sous les effets conjugués de la polémique autour du glyphosate, de l'accentuation de la catastrophe climatique et de la démission de Nicolas Hulot s'est traduite par une multiplication des prises de parole des représentants de la profession depuis septembre 2018. Loin de la stratégie de mutisme qui avait pu les caractériser jusqu'alors (seulement trois prises de parole revendiquées par l'AFCL pour les années 2016 et 2017)⁴⁶, différents porte-paroles (représentants de fédérations, dirigeants d'entreprises, politologues) se sont affirmés afin de défendre le bien-fondé de l'existence des lobbies. Pour ce faire, ces derniers mobilisent un argumentaire travaillé combinant pédagogie et preuves de l'utilité et de la probité de la pratique des affaires publiques. A ce titre, l'ambition semble être une atténuation de la culture démocratique

⁴⁵ Plus de 155 cabinets actifs en France en 2019 selon Guillaume Courty, *Le Lobbying en France*, Peter Lang, 2019

⁴⁶ Source : Site internet, *L'AFCL dans les médias*

française hostile aux lobbies à travers la démonstration de leur pertinence dans le contexte actuel de faible représentation des corps intermédiaires auprès de l'exécutif. Au-delà de la plaidoirie destinée à déconstruire les préjugés et la défiance dont ils font l'objet, c'est donc une vraie bataille d'idées qu'entreprennent les lobbyistes afin de réhabiliter leur activité aux yeux des leaders d'opinion et des médias. Au-delà des interventions médiatiques, cette volonté est également perceptible à travers la construction du discours marketing des principaux cabinets d'affaires publiques. Celui-ci, à l'image du discours tenu par les grandes entreprises depuis plusieurs années, mobilise un référentiel tendant à s'éloigner du registre entrepreneurial traditionnel et de la seule sphère « business ». Autant de marques, donc, d'une volonté de lissage de leur image pour contrer les critiques.

Pour montrer cela, nous nous intéresserons d'abord à la multiplication des prises de paroles des représentants d'intérêts dans la presse et les médias pour défendre leur profession. Puis, nous nous attacherons à montrer les évolutions du discours commercial des agences et cabinets sous l'influence des nouvelles attentes sociétales et démocratiques.

I.A – Une multiplication des prises de parole des lobbyistes dans la presse et les médias à des fins de normalisation de la pratique des affaires publiques

Si tôt la polémique liée à la démission de Nicolas Hulot du ministère de la Transition écologique et solidaire lancée, les principaux porte-paroles des organisations professionnelles du lobbying ont été amenés à s'exprimer dans les médias. Cette réactivité, qui n'est pas sans rappeler le déploiement d'un plan de communication de crise, se traduit le jour même par la présence sur le plateau d'Europe 1 de Fabrice Alexandre, actuel président de l'AFCL. A cette occasion, celui-ci s'est engagé dans des explications sur la nature et le rôle des représentants d'intérêts afin de déminer les propos de l'ex ministre, dénonçant la prépondérance de leur influence sur les décisions politiques. Cette intervention, très pédagogique, est particulièrement axée sur l'inscription des lobbyistes dans une forme de réalité quotidienne. A ce titre, Fabrice Alexandre revient sur la formation des lobbyistes dont le métier est enseigné « *dans les Instituts d'études politiques, dans les universités et dans les grandes écoles* »⁴⁷, et insiste sur le caractère très encadré de leurs modes

⁴⁷ DAVID Romain, « Au fait, comment travaille un lobbyiste ? », *Europe 1*, 31 août 2018

opératoires fondés sur la concertation avec les clients et les élus. Dans ce cadre, il avance également l'importance des lobbyistes pour la « *liberté d'expression dans la démocratie* » et « *le débat de la diversité d'intérêts présents dans la société* ». Un tel propos a marqué l'avènement d'une stratégie de légitimation des lobbyistes, traduite par une série de tribunes publiées dans les semaines qui ont suivi afin de maintenir le curseur autour de cette appréhension des représentants d'intérêts.

En effet, le mois de septembre 2018 été marqué par une recrudescence de prises de parole pour défendre l'existence des lobbies et opposer aux accusations prégnantes dans le discours médiatique, un contre-discours en phase avec les faits. Au-delà des interviews radiophoniques d'anciens ministres tels que Benoist Apparu⁴⁸ ou Stéphane Le Fol⁴⁹ pour expliquer l'importance de l'action des lobbyistes dans l'élaboration de politiques publiques pertinentes, de nombreux observateurs et acteurs des affaires publiques s'expriment en ce sens dans la presse. C'est le cas dès le 4 septembre dans *Le Monde* où deux économistes issus de la Toulouse School of Economics, Stefan Ambec et Claude Crampes, publient une tribune pour réhabiliter le rôle « d'acteurs légitimes du débat démocratique » des représentants d'intérêts⁵⁰. A travers un prisme académique, ces derniers montrent que, malgré l'existence de dérives liées aux déséquilibres entre la défense des grands intérêts industriels et ceux portés par des acteurs autres que les entreprises (associations, ONG etc), leur rôle est nécessaire et souhaitable pour la vitalité démocratique du pays. Selon les deux universitaires, les lobbies apportent aux décideurs institutionnels une somme d'informations susceptibles d'éclairer leur prise de décision, et portent la voix de certains pans de la société qui ne pourraient espérer être entendus autrement. En ce sens, ils semblent s'inscrire au sein de la vie politique comme des éléments aussi essentiels qu'inaliénables :

« Qu'on le veuille ou non, les lobbies font partie de la vie politique. On peut déplorer qu'ils parasitent le débat public en ayant un accès direct aux hautes sphères du pouvoir. Ils sont néanmoins une force de sensibilisation et de mobilisation des citoyens. L'art de la politique consiste à jouer avec

⁴⁸ « *Les lobbies, nous en avons besoin* » assure l'ancien ministre du logement Benoist Apparu, *France Info*, 9 septembre 2018

⁴⁹ BOY Louis et MATALON Vincent, « *Ils sont partout mais c'est la vie : d'anciens ministres racontent leurs relations avec les lobbies* », *Franceinfo*, fr 2 septembre 2018

⁵⁰ AMBEC Stefan et CRAMPES Calude, « *Les lobbies sont une force de mobilisation et de sensibilisation des citoyens* », *Le Monde*, 4 septembre 2018

les vents contraires des lobbies existants plutôt que de les subir, voire à créer de nouveaux groupes de pression ».

Cet extrait de la tribune évoquée ci-dessus montre une certaine propension à reconnaître les griefs que l'on peut adresser aux lobbies. Pour autant, la présentation qui en est faite suggère leur inscription naturelle dans le fonctionnement institutionnel de la vie politique. Plus encore, cet extrait met en avant leur importance pour renforcer le pont entre les citoyens et leurs représentants. A ce titre, cette tribune s'inscrit dans la continuité des arguments avancés par l'AFCL. Elle suggère qu'il serait souhaitable de voir se multiplier les acteurs de la représentation d'intérêts pour renforcer la représentativité des groupes de pression et, *in fine*, contribuer pleinement à la vitalité démocratique. En ce sens, elle témoigne d'une volonté d'instaurer un nouveau paradigme dans la perception des interactions entre responsables politiques et lobbyistes.

Cette même volonté se retrouve, au cours des mois qui suivent cette première séquence, dans d'autres tribunes publiées par des professionnels de la représentation d'intérêts, désireux de faire coïncider cette conviction, largement partagée au sein de la profession, avec les représentations collectives du lobbying. A cet égard, la séquence du « grand débat national », ouverte en janvier 2019 par le Président de la République Emmanuel Macron en réponse à la crise des gilets jaunes, a joué un rôle d'accélérateur. Fondé sur une volonté d'horizontalité et de meilleure prise en compte par l'Etat des revendications des différents acteurs de la société civile (citoyens, entreprises, associations, etc), ce « grand débat » s'est avéré un tremplin pour le discours des lobbyistes. En effet, l'objectif de « redonner la parole aux Français sur l'élaboration des politiques publiques qui les concernent »⁵¹ a été interprété comme une opportunité pour la profession de montrer que son activité s'inscrit dans cette dynamique. C'est d'autant plus le cas que l'AFCL s'est investie au cours de l'année 2018 dans la construction d'une réflexion autour des bonnes conditions d'une concertation citoyenne⁵², lui conférant ainsi une légitimité pour prendre la parole dans le cadre de ce processus démocratique. A ce titre, les différents acteurs de la profession n'ont pas manqué de s'exprimer pour défendre leurs prérogatives.

C'est le cas, par exemple, de Geneviève Salsat, présidente du cabinet de relations institutionnelles Public Conseil, qui publie en février 2019 (soit quelques semaines après le début du grand débat), dans les pages de *L'Opinion*, une tribune intitulée « Et si l'on faisait confiance aux lobbyistes ? ». Dans celle-ci, la dirigeante insiste sur l'idée selon laquelle

⁵¹ « Grand débat national voulu par Macron : à quoi faut-il s'attendre ? », *L'Obs*, 19 décembre 2018

⁵² « Les lobbyistes et leurs clients face au Grand débat », *Contexte*, 30 janvier 2019

l'action des lobbies préside à un « renforcement du lien de confiance entre les citoyens et les acteurs publics et économiques » et contribue par ce biais à l'intérêt général. De ce fait, elle prend position en faveur d'une double reconnaissance des représentants d'intérêts, à la fois comme contributeurs à l'élaboration de politiques publiques justes et pragmatiques, mais également comme acteurs agissant dans le strict cadre de la légalité⁵³ :

« Il serait peut-être donc temps de considérer enfin le lobbyiste comme un expert du droit et des sciences politiques, qui agit dans un cadre légal, qui met son savoir au service des entreprises ou des fédérations d'entreprises comme le ferait tout autre conseil, qui l'accompagne dans son dialogue avec le Gouvernement ou le Parlement dans le respect des institutions et qui permet au décideur d'avoir une vision terrain plus large ».

Cet extrait, qui dessine en creux la manière dont les lobbyistes souhaiteraient être perçus, témoigne d'une volonté de normalisation de l'activité des représentants d'intérêts. L'aura sulfureuse du lobbyiste est ici lissée à travers la comparaison avec le statut relativement banal et respectable « d'expert du droit et des sciences politiques » prodiguant des recommandations « comme le ferait tout autre conseil ». Apparaît ici l'ambition d'inscrire les affaires publiques dans une catégorie professionnelle aussi ordinaire que celle des avocats ou des consultants, et déconstruire ainsi la spécificité du métier, le plaçant en marge de la vie économique traditionnelle. D'autre part, l'imaginaire criminaliste autour des lobbies est déminé à travers la mention d'une action confinée au « cadre légal » et au « respect des institutions », amalgamant le statut de la représentation d'intérêts à celui d'une profession respectable au socle déontologique solide. Au-delà de la normalisation, cet extrait insiste également sur le rôle bénéfique que peuvent jouer les lobbies dans la prise de décision publique. Ainsi, Geneviève Salsat ne manque pas de faire mention « de la vision terrain plus large » dont les élus peuvent bénéficier au contact des lobbyistes. Se dessine ici l'idée d'un ancrage de la décision publique dans le réel grâce aux représentants d'intérêts qui jouent le rôle d'agrégateurs d'informations pour des politiques qui sont souvent amenés à légiférer sur des sujets complexes qu'ils ne maîtrisent pas nécessairement. A ce titre, les lobbyistes assumeraient donc, dans une certaine mesure, une fonction de conseiller externe auprès des décideurs politiques.

⁵³ SALSAT Geneviève, « Et si on faisait confiance aux lobbyistes ? », *L'Opinion*, 8 février 2019

Ce dernier argument correspond à un élément central dans l'appréhension que les lobbyistes ont d'eux-mêmes. Une étude publiée en 2017 par l'Association professionnelle des responsables des relations avec les pouvoirs publics (ARPP) sur la manière dont les représentants d'intérêts conçoivent leur métier⁵⁴ montre que, pour la majorité d'entre eux, leur mission consiste dans le fait de « diffuser une image [des acteurs économiques] plus proche de la réalité vers l'externe », mais également de faire la synthèse des « informations disponibles auprès des experts internes [de l'organisation défendue] et des acteurs de terrain ». Cette adéquation entre le discours tenu dans les tribunes étudiées et la perception des professionnels suggère que la multiplication de prises de paroles des lobbyistes ne correspond pas seulement à une volonté de se défendre dans un contexte où leur existence est mise en cause, mais également à l'ambition de donner voix à des ressentis qui existent de longue date au sein de la profession. En ce sens, elles révèlent, en creux, une propension au dévoilement de la part d'une activité restée jusque-là discrète.

Cette nouvelle tendance peut être interprétée comme une évolution culturelle du lobbying en France qui, en dépit de la défiance dont il fait l'objet, veut mettre en avant son impact positif sur la société. S'il est difficile de déterminer de manière catégorique la raison de cette dynamique, il n'en demeure pas moins que la loi Sapin II de 2016 semble avoir joué un rôle d'importance. En attribuant aux lobbyistes un statut et des obligations juridiques, celle-ci a ouvert la porte à une spirale vertueuse dans les pratiques des représentants d'intérêts. N'évoluant plus dans une zone grise de la sphère institutionnelle, ces derniers revendiquent désormais les externalités positives de leur activité. Preuve en est la communication commerciale volontariste des différents cabinets d'affaires publiques pour mettre en valeur leurs bonnes pratiques. Ceux-là mobilisent un référentiel renouvelé, en phase avec les attentes des citoyens en matière d'éthique et de probité des acteurs économiques.

I.B – Un renouvellement de la communication commerciale des cabinets d'affaires publiques

La pression médiatique dont les cabinets de conseil en affaires publiques et influence font l'objet amène aujourd'hui leurs clients à exiger de leur part plus de gages

⁵⁴ Source : Rapport « Entre légendes urbaines et réalités : le lobbying et les stratégies d'influence de demain », L'Association professionnelle des responsables des Relations avec les Pouvoirs publics (ARPP) et le Lab de l'Agence Proches

de probité dans leurs pratiques et leurs relations avec les élus. En effet, on observe à cet égard des relations de plus en plus encadrées entre les entreprises clientes et leurs prestataires (clauses d'audit, d'anti-corruption, etc.)⁵⁵ qui témoignent d'une attention plus forte vis-à-vis des dérives possibles liées aux activités de représentation d'intérêts. A ce sujet, il convient de rappeler que la loi Sapin II de 2016, qui ne concerne pas seulement le lobbying, comporte également un volet destiné à contraindre les entreprises à renforcer la mise en place de dispositifs de lutte contre la corruption. En conséquence, un certain nombre d'acteurs de la représentation d'intérêts tendent à renouveler la manière dont ils positionnent et mettent en mots leur offre de service afin de pallier aux éventuels soupçons dont ils pourraient faire l'objet de la part de leurs clients potentiels.

Si l'accent avait jusqu'à lors tendance à être mis sur la performance et le résultat en matière d'écoute des décideurs publics et d'infléchissement des décisions, le curseur communicationnel semble maintenant être orienté vers la capacité à faire du lobbying de manière « responsable ». Cette évolution du discours peut être interprétée, bien sûr, comme une incidence naturelle du contexte des dernières décennies marquées par une perte de légitimité des acteurs économiques sous l'effet du chômage, du ralentissement de la croissance et de la crise environnementale. Celle-ci pousse néanmoins les entreprises à renouveler, par le marketing et la RSE, les sources de leur légitimité via une insistance sur leur capacité à résorber les maux de la communauté et à s'inscrire dans une recherche du bien commun⁵⁶. A ce titre, il est possible d'observer une évolution du lexique mobilisé par les différents cabinets d'affaires publiques pour se décrire et se mettre en récit sur leur site internet. Celui-ci a tendance à s'éloigner d'un référentiel corporate pour privilégier la mise en valeur de la déontologie et de la probité des lobbyistes. En découle, dans l'appréhension des cabinets de lobbying par leurs différentes « parties prenantes », une impression d'hybridation entre l'acteur économique et l'organisation activiste. Ce phénomène est observable grâce à l'étude des présentations institutionnelles que l'on retrouve de manière récurrente sur la page d'accueil du site internet des principaux cabinets. C'est le cas, par exemple, de Communication et Institution (C&I), premier acteur indépendant en France et membre actif de l'AFCL qui, sur le web, se décrit de la manière suivante :

⁵⁵ IWEINS Delphine, « Lobbying et entreprises : les points essentiels à retenir », *Les Echos Executive*, 31 août 2018

⁵⁶ THIERRY Patricia, « Marketing et responsabilité sociétale de l'entreprise : entre civisme et cynisme », *Décisions Marketing*, n°38, avril 2005, pp. 56 à 59

« Depuis son origine, **C&I crée des liens de confiance entre le monde économique et le monde politique**, pour articuler intérêts particuliers des organisations et intérêt général. Pour chaque mission de conseil en lobbying et en affaires publiques, C&I s'attache à **nourrir le dialogue dans la transparence**, à enrichir le débat d'idées par l'expertise et la recherche de solutions constructives, à tenir compte des parties prenantes et à **mettre en valeur l'utilité économique et sociale de ses clients**. Les missions de C&I s'inscrivent dans le mouvement de **démocratie participative** qui caractérise l'évolution de la décision publique ».



Légende : *Ecran d'accueil du site internet du cabinet Communication & Institutions*

De prime abord, cette description frappe par son détachement vis-à-vis des problématiques de rentabilité ou de performance économique des clients de C&I. Au contraire, le cabinet semble présenter son activité comme étant avant tout au service de l'intérêt général via une contribution à la « démocratie participative » et au renforcement de la confiance entre la sphère politique et le monde économique. Dans cette perspective, sont ici mobilisées différentes idées que l'on pourrait qualifier de consensuelles dans la mesure où elles illustrent à grands traits le message que le cabinet cherche à envoyer à ses différentes parties prenantes. C'est le cas de la « transparence », du « débat d'idées » ou encore de « la recherche de solutions constructives » qui, bien que galvaudées, rattachent l'univers de l'entreprises à celui des organisations d'utilité publique ou des civic tech. C&I semble ici vouloir lisser le

statut de ses activités en insistant avant tout sur leur propension à améliorer les processus démocratiques. La figure d'une statue de vieillard, en arrière-fond de l'écran d'accueil, se veut ici une référence sémiologique à la sagesse et à la mesure, qui évoque une approche raisonnée et concertée des relations avec les pouvoirs publics. Si ce choix communicationnel, à l'attention du grand public sur le web, a vocation à suggérer la possibilité d'une pratique du lobbying à la fois éthique et responsable, il pourrait également être interprété comme une volonté de normalisation via une inscription du cabinet dans une tendance qui touche, en France, l'ensemble des acteurs économiques : la *raison d'être*.

Mise en avant par la loi PACTE du 22 mai 2019 destinée à soutenir la croissance des entreprises et à redéfinir leur place dans la société, cette dernière insiste sur la nécessité d'une mission sociétale des acteurs économiques. Celle-ci s'apparente à la poursuite, par les entreprises, d'objectifs non réductibles aux intérêts économiques et financiers via l'attribution d'un rôle vis-à-vis de la société⁵⁷ qui implique une meilleure prise en compte de leur impact sur les plans économiques, sociaux, démocratiques et environnementaux. Dans ce contexte, de nombreuses grandes entreprises françaises tendent aujourd'hui à intégrer à leurs statuts (ou a minima à leurs discours corporate) une raison d'être destinée à cadrer leur fonctionnement et à orienter leur action. Cette tendance répond à ce que Nicolas d'Almeida décrit dans ses travaux sur la communication des entreprises comme « *une stratégie visant à contrôler le risque de réputation en transformant l'imputation (le jugement dont un acteur fait l'objet) en députation (prise en charge volontaire d'une mission d'intérêt général)* »⁵⁸. Cette nouvelle donne du paysage économique national ne manque pas de toucher les acteurs des affaires publiques qui semblent également vouloir mettre en avant, dans leur communication, leur mission d'horizontalisation de la démocratie en France via le renforcement du dialogue entre les élus et la société civile.

Si l'étude de la communication commerciale de C&I a pu nous en donner une première impression, ce phénomène est particulièrement perceptible à travers l'analyse du discours des nouveaux cabinets, créés au cours des deux dernières années. Ces derniers ont pleinement intégré à leur stratégie marketing la donnée de l'impact sociétal qui s'affirme comme un pilier de leur communication. C'est le cas, par

⁵⁷ SEGRESTIN Blanche, « L'entreprise à mission, variable clé de la démocratie sociale ? », *Cités*, N°77, pp. 107 à 113, 2019

⁵⁸ POSTEL Nicolas, *Dictionnaire critique de la RSE*, Septentrion, 2013, p.58 reprenant D'ALMEIDA Nicolas, *La Société du jugement*, Armand Colin, 2007

exemple, du cabinet We Mean, fondé en 2018, dont le nom en lui-même suggère l'ambition de ne pas seulement créer de la valeur, mais aussi du sens pour « générer un impact positif et ainsi contribuer à faire avancer le monde »⁵⁹. Cette propension à l'engagement se traduit notamment par les choix iconographiques du site internet de l'agence. Mobilisant la couleur verte pour la police (ce qui reste relativement atypique dans les choix communicationnels des acteurs institutionnels), ainsi qu'un symbole en forme de nébuleuse rappelant un soleil, la communication du cabinet exploite ici les codes des organisations environnementales. Ce mimétisme est également perceptible à travers un choix d'illustrations du site dans lequel on retrouve des images de nature vierge et préservée, comme si l'horizon écologique s'affirmait comme une finalité de l'activité de l'entreprise et de ses clients. Apparaît donc clairement chez We Mean une volonté de suggérer sémiologiquement l'idée de durabilité et de responsabilité de la pratique des affaires publiques. Dans cette perspective, le cabinet tente de construire son image en contrepoint de celle que l'on imagine habituellement véhiculée par les cabinets de lobbying.

Expertises Équipe Clients **we mean** Partenaires Contact Weblog  

WEMEAN, l'impact par le sens

Nous nous adressons aux dirigeants et aux organisations qui veulent emmener leurs collectifs vers plus de sens pour générer un impact positif, et contribuer ainsi à faire avancer le monde.

Chez WEMEAN, nous croyons que l'avenir appartient aux entreprises qui sauront se réinventer pour permettre :

- à la **stratégie** de s'inscrire dans l'horizon d'une **raison d'être** réellement **contributive**.
- au **dirigeant** de devenir un **instigateur positif**, et donc un **authentique leader**.
- aux organisations de passer de la **gestion** à la **mobilisation** de collectifs pluriels.

⁵⁹ Source : site internet du cabinet We Mean

Nos expertises



Nous conseillons les dirigeants pour aider les entreprises à se positionner dans la société, à **créer du sens** pour **donner de l'impact** à leurs actions et **valoriser leur engagement**. Nous les aidons à répondre aux nouveaux enjeux et aux **nouvelles attentes de la société**.

Raison d'Être & Positionnement

Parce que la raison d'être d'une organisation constitue son principal actif pour exister, agir, générer de l'impact et attirer les talents.

- Raison d'Être
- Positionnement & Plateforme de Marque
- Concertation & Storymaking

[En savoir plus](#)



Responsabilité & Engagement

Parce que la responsabilité et l'engagement de l'entreprise ne relèvent pas de sa communication mais de sa raison d'être.

- Raison d'être sociale
- Stratégie ESG
- Plateformes d'engagements

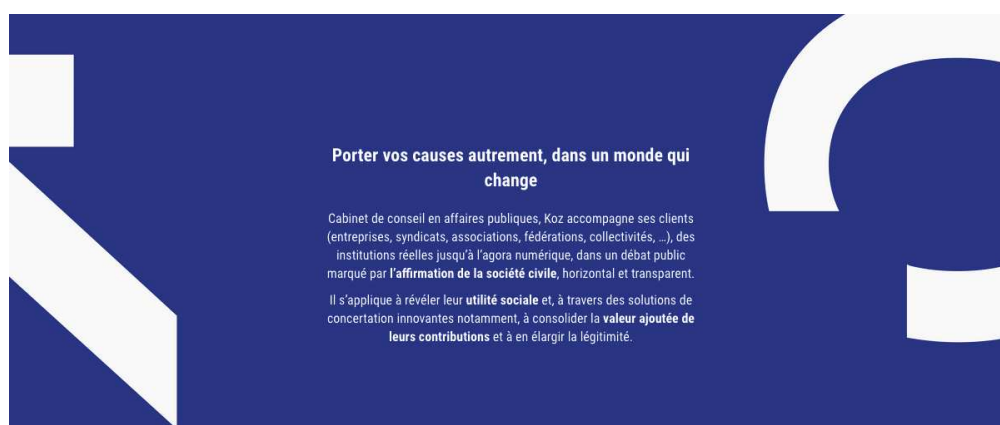
[En savoir plus](#)

Légende : Écran d'accueil du site internet du cabinet We Mean

Un tel positionnement, ici consubstantiel à l'ADN de l'entreprise, témoigne de la prégnance d'une nouvelle philosophie des cabinets d'affaires publiques. Ces derniers tendent à déconstruire les codes que l'on projette sur eux. A rebours des discours analysés dans notre première hypothèse, ils tendent à s'inscrire dans une logique contributive en mettant prioritairement en avant le rôle naturel et positif qu'ils jouent vis-à-vis de la société.

A cet égard, un autre exemple éloquent pourrait être le cabinet Koz. Egalement fondé en 2018, ce dernier insiste, dans la communication institutionnelle de son site internet, sur sa volonté de faire du lobbying un vecteur d'accompagnement des changements que connaissent nos sociétés. Quand bien même le cabinet opte

pour des choix de communication visuelle plus sobre que We Mean, l'emphase est mise, à travers son discours, sur la propension du cabinet à inventer des « solutions de concertation innovantes » pour accompagner les différents acteurs confrontés à « la défiance envers les institutions » et à « la mobilisation exceptionnelle de la société civile »⁶⁰. A travers la référence discrète aux différents événements qui ont récemment bousculé la vie politique française (la crise des gilets jaunes, notamment) l'entreprise marque ici son ambition d'aller encore plus loin que les acteurs traditionnels du marché, non seulement dans la stratégie marketing mais également dans l'offre de services elle-même. En effet, Koz construit son discours de marque comme une organisation activiste en adoptant, dans les prestations qu'elle propose, une posture militante en faveur de causes qui dépassent la sphère « business ». Le cabinet atteste ainsi de l'intégration, par les acteurs des affaires publiques, de la notion de raison d'être en tant que faire valoir de leur action. Le nom de l'entreprise, jouant sur une proximité phonétique avec le mot « cause » pourrait, à cet égard, ne pas être totalement innocent. Cette impression est d'autant plus marquée que le slogan mis en avant « *Porter vos causes autrement* » insiste sur ce même terme, qui s'affirme, en apparence, comme la clé de voûte du positionnement du cabinet.



Légende : Écran d'accueil et logo du site internet du cabinet KOZ

⁶⁰ Source : site internet du cabinet Koz

Ces derniers exemples montrent ainsi une transformation de la communication commerciale des cabinets de lobbying qui, dans le contexte actuel de pression médiatique, s'appliquent à valoriser prioritairement leur probité et leur utilité sociale dans leur stratégie marketing. Cette évolution, qui s'effectue au diapason des discours tenus dans la presse par différents porte-paroles de la profession, marque, en creux, un renouvellement de la culture des représentants d'intérêts. Ces derniers semblent faire de la contribution positive à la société et à la démocratie la nouvelle valeur cardinale de leur activité. A cet égard, il est intéressant de faire deux constats. Tout d'abord, il convient de voir que ce sont les agences, plus que les lobbyistes *in house*, qui assument un leadership discursif en matière de défense et de transformation de la profession. D'autre part, en dépit de la diversité des acteurs en présence, ces dernières tiennent un discours relativement homogène concernant la finalité de leur action et les objectifs qu'elles se fixent (transparence, contribution sociétale, etc.). Ce nouveau paradigme se traduit donc également par une évolution des relations entre lobbyistes et élus qui transforme en profondeur les pratiques des représentants d'intérêts.

II – Une évolution dans la relation entre lobbyistes et parlementaires qui transforme la pratique des affaires publiques

Parallèlement au renouvellement du discours des agences de lobbying, le contexte de forte pression médiatique et citoyenne dont font l'objet les représentants d'intérêts n'est pas sans incidence sur la manière dont ces derniers sont perçus par les élus. Face à la possible mise en danger médiatique qui découle du fait de fréquenter des lobbyistes, certains parlementaires tendent à manifester de plus en plus de réserves à effectuer des rendez-vous officiels et à s'afficher aux côtés d'ambassadeurs d'entreprises ou d'organisations⁶¹. Déjà importantes au sein des précédentes générations de parlementaires et antérieures à la séquence de démission de Nicolas Hulot⁶², ces réserves ont récemment gagné en prégnance. En conséquence, les représentants d'intérêts sont amenés, au diapason du discours qu'ils tiennent dans les médias, à faire évoluer leurs pratiques professionnelles pour tendre vers plus de

⁶¹ Source : Entretien avec Lucie Loncle, Attachée parlementaire auprès de la députée Annie Vidal (Ibid p.27)

⁶² DALOUAS Jean-Baptiste, « Comment les lobbies s'adaptent au macronisme », *L'Express*, 2 février 2018

transparence et de conformité avec les nouvelles règles établies⁶³. Le but, à cet égard, est de réinstaurer un climat de confiance dans les relations entretenues par les lobbyistes avec les décideurs politiques.

Pour montrer cela, nous nous intéresserons tout d'abord à l'évolution de la perception par les élus de leur relation avec les représentants d'intérêts. Puis, nous analyserons la manière dont les lobbyistes s'imprègnent du cadre réglementaire ainsi que des nouvelles attentes des parlementaires pour faire évoluer leurs modes d'action. Pour finir, nous nous attacherons à analyser les réserves mutuelles qui persistent vis-à-vis des dispositifs en place pour viabiliser la pratique des affaires publiques.

II.A – Un renforcement du contrôle de la pratique du lobbying par les élus

« Il est temps d'aller plus loin pour lever le voile sur les relations entre les politiques et les lobbies »⁶⁴. Cette citation, issue d'une tribune publiée en mai 2019 par l'ex député En Marche (désormais sans étiquette) Mathieu Orphelin, se veut révélatrice du positionnement d'une partie significative des parlementaires pour qui le mode de fonctionnement des représentants d'intérêts « n'est pas naturel ». A cet égard, il est intéressant de constater que cette vision, moins revendiquée par les groupes LR et PS, est avant tout partagée par les élus de la majorité LREM, issus pour la plupart de la société civile. De ce fait, la longévité en politique (la plupart des élus des groupes d'opposition n'effectuent pas leur premier mandat) semble ici jouer en faveur d'une plus grande tolérance vis-à-vis des lobbies, qui se heurtent aux attentes d'une nouvelle génération de parlementaires. En conséquence, différentes initiatives ont été portées ces derniers mois afin de renforcer la transparence et le contrôle de l'action des lobbyistes par les élus. Motivées à la fois par un souci de renforcement démocratique, mais également par des prérogatives électorales dans un contexte où il ne fait pas bon s'afficher aux côtés de lobbies, celles-ci aboutissent à d'importantes évolutions dans le fonctionnement de leurs rapports avec les représentants d'intérêts

L'un des principaux dispositifs proposé pour renforcer la transparence des relations entre parlementaires et lobbyistes consiste dans l'ouverture des agendas des élus au grand public. Cette possibilité, qui n'est pas obligatoire en France, est déjà

⁶³ Source : Entretien avec Renaud Large, Directeur associé en affaires publiques chez Havas (Ibid p.32)

⁶⁴ BERROD Nicolas, « Un député veut rendre obligatoire la publication des rendez-vous entre politiques et lobbyistes », *Le Parisien*, 14 avril 2019

monnaie courante, depuis 2014, au sein des institutions de l'Union européenne. Elle permet de rendre accessible à tous, via Internet, l'emploi du temps des parlementaires. Elle relève ainsi de la publication, heure par heure, des différents rendez-vous et déplacements que les élus effectuent. Ce dispositif a vocation, entre autres, à donner une visibilité aux citoyens sur la présence et l'empreinte législative des lobbies. Parallèlement, elle engage les élus à ne pas accepter de rendez-vous qu'ils ne soient en mesure d'assumer et de justifier. Initialement portée par Sylvain Maillard (LREM)⁶⁵, cette initiative a également été adoptée, dans son règlement intérieur, par le groupe La République En Marche à l'Assemblée nationale. Dans cette perspective, le député Mathieu Orphelin a par ailleurs tenté, en avril 2019, de faire voter un texte pour rendre obligatoire cette pratique pour l'ensemble des députés. Malgré l'échec de cette entreprise, le projet a néanmoins fait l'objet, en septembre 2019, d'une campagne de communication de la part de deux ONG françaises – Transparency International et WWF – pour mettre en avant la nécessité de mettre en place des règles renforcées allant en ce sens⁶⁶.

Cette dernière démarche se veut très révélatrice de la pression qu'exerce également l'opinion sur les choix et le comportement des élus dans leurs relations avec les lobbyistes. En effet, le principal argument de cette campagne repose sur un sondage Ifop indiquant que 79% des Français estiment que les responsables politiques sont « *trop influencés par les lobbies* » et 84% pensent qu'ils devraient « *rendre publiques leurs rencontres avec les lobbyistes* »⁶⁷. Suite à celle-ci, une tribune co-signée par 322 députés, quasi exclusivement issus de la majorité, a été publiée dans *Le Monde* pour réaffirmer leur ambition de « *reconquérir l'opinion citoyenne* » à travers « *des pratiques radicalement nouvelles et volontaristes en matière de transparence* »⁶⁸. Pour autant, l'insistance des signataires sur l'importance de rester dans le cadre de « *démarches volontaires* » et non pas obligatoires montre les limites de cet engagement. A cet égard, persiste donc une certaine forme d'inhibition quant au fait d'entériner un nouveau paradigme réglementaire dans les obligations des parlementaires en matière de transparence.

⁶⁵ Source : Entretien avec Margaux Bonneau, Conseillère parlementaire de la ministre de la Santé et des Solidarités Agnès Buzyn (Ibid p.6)

⁶⁶ « Lutte contre les lobbies : deux ONG lancent une campagne pour inciter les politiques à rendre leur agenda public », *France Info*, 30 septembre 2019

⁶⁷ Source : Sondage Ifop « Les Français et le Lobbying », septembre 2019

⁶⁸ « Lobbying : pour des pratiques radicalement nouvelles et volontaristes en matière de transparence », Tribune collective, *Le Monde*, octobre 2019

A rebours des remarques ci-dessus, demeure néanmoins chez un certain nombre de responsables politiques (pas seulement dans la sphère parlementaire) une volonté d'aller plus loin dans le développement de nouvelles initiatives de contrôle vis-à-vis des lobbies. Ainsi, le programme de Place Publique, le parti représentant l'union de la gauche aux élections européennes de 2019, préconise un renforcement de la traçabilité des amendements. Dans cette perspective, est avancée la possibilité de la mise en place d'un dispositif d'amendements en *open source* sur le site des institutions parlementaires. Celui-ci consisterait à indiquer, pour chaque amendement déposé en commission ou lors de l'examen d'un texte, les motifs et les éventuels rendez-vous avec les représentants d'intérêts qui ont présidé à sa rédaction. Par ce biais, il serait possible pour les élus d'obliger les lobbies à assumer leurs actions et décourager les pratiques tendancieuses. Parmi celles-ci, est notamment pointé du doigt le dépôt d'un même amendement par plusieurs députés suite à des différents rendez-vous avec un lobby.

Le *sourcing* des amendements reste aujourd'hui une pratique marginale. Nombreux sont ceux qui pensent que le dispositif pourrait entraîner des dérives liées à la dissimulation de rendez-vous ou à de fausses déclarations. Pour autant, cette possibilité n'en demeure pas moins une piste de réflexion qui anime les milieux parlementaires, attestant ainsi de leur engagement en faveur d'un meilleur contrôle de la pratique des affaires publiques. A cet égard, il convient de souligner que cet effort de transparence des élus vis-à-vis des lobbies s'inscrit dans un contexte plus général de prise de conscience, par la sphère politique, de la nécessité de donner plus de gages de probité aux citoyens « dans un climat public délétère ». Celui-ci se traduit notamment par un plus grand soin apporté aux déclarations d'intérêts et de patrimoine (seulement 1% de fraudes constatées sur l'ensemble des contrôles réalisés par la HATVP au cours de l'année 2019)⁷⁰.

De ce fait, les lobbyistes, confrontés à une défiance croissante de la part de leurs principaux interlocuteurs, sont amenés à faire évoluer leurs pratiques professionnelles afin de les adapter à ce nouveau paradigme qui tend à exclure toute forme de compromission en matière de sollicitation des pouvoirs publics.

⁷⁰ MICHEL Anne, « Jean-Louis Nadal : « Les responsables publics se plient de mieux en mieux à leurs obligations de transparence », *Le Monde*, 23 mai 2019

II.B – Une transformation progressive des méthodes et pratiques des lobbyistes

Initiée par la promulgation de la loi Sapin II et la création de la Haute Autorité pour la Transparence de la Vie Publique, la transformation de la pratique des affaires publiques s'est accélérée au cours des deux dernières années, émaillée de polémiques liées à la proximité de lobbyistes avec les cercles du pouvoir. Au premier rang de ces transformations, peut être observé un investissement plus marqué des représentants d'intérêts dans la déclaration de leurs activités auprès du registre numérique de la HATVP.

En effet, l'année 2017 (première année de mise en place du dispositif) avait été marquée par des résultats très décevants pour les pouvoirs publics. Seulement 179 lobbyistes s'étaient inscrits sur le registre, plaçant la France à un niveau très en deçà de celui des autres pays européens (1 600 lobbyistes inscrits en Irlande sur le même laps de temps)⁷¹. Les observateurs de l'époque avait attribué cet échec partiel à un manque de connaissance et de sensibilisation au dispositif, ainsi qu'à une méconnaissance des sanctions encourues en cas de manquements (jusqu'à 15 000€ d'amende et 1 an d'emprisonnement)⁷². Pour autant, l'accentuation de la pression exercée par l'opinion, les élus et la HATVP elle-même (son président Jean-Louis Nadal avait dénoncé dans la presse, en juillet 2018, un manque de maturité de la part de la profession) s'est traduite, au cours de l'année 2018, par une meilleure intégration des représentants d'intérêts de l'obligation de transparence. Au terme de celle-ci, le registre comprenait 1875 lobbyistes inscrits et faisait état de 1163 actions menées auprès du législateur. Bien qu'encore modeste, ce résultat témoigne néanmoins d'une dynamique positive marquée par une meilleure prise en considération de leurs obligations par les acteurs des affaires publiques⁷³. En dépit des réserves initialement affichées lors de la mise en place du dispositif, ces derniers s'investissent pour conférer à cet encadrement de la profession une valeur susceptible de soutenir sa respectabilité. A ce titre, on observe chez les lobbyistes une volonté de s'adapter aux nouvelles attentes citoyennes induites par les aspirations de régénérescence démocratique. En conséquence, les représentants s'investissent également dans la construction d'un socle déontologique étayé afin de guider l'exercice de la profession.

⁷¹ « Transparence de la vie publique : les lobbyistes traînent les pieds pour s'inscrire au registre », *La Tribune*, 31 octobre 2017

⁷² GULLY Hélène, « Ce que révèle le répertoire définitif des lobbies », *Les Echos*, 7 janvier 2018

⁷³ G.L. avec l'AFP, « Les deux tiers des actions des lobbies ciblent le Parlement », *Le Parisien*, 3 juin 2019

Existant depuis 1991, la charte déontologique de l'AFCL n'a cessé depuis d'être mise à jour afin de porter « une vision commune, rigoureuse et innovante »⁷⁴ de l'activité des lobbyistes. A ce titre, il s'agit aujourd'hui du texte fixant les principes d'autorégulation qui président aux pratiques des représentants d'intérêts, fondées sur les valeurs de « transparence, d'intégrité et de respect de l'indépendance du processus de décision publique ».

■ **Charte de l'Association Française des Conseils en Lobbying et Affaires Publiques (AFCL)** ■

Préambule

La Charte de l'Association Française des Conseils en Lobbying et Affaires Publiques constitue depuis 1991 le pivot autour duquel se sont rassemblés les conseils partageant une vision déontologique commune, rigoureuse et innovante, de leur activité. Révisée à plusieurs reprises, cette Charte s'est toujours attachée à faire valoir les principes de transparence, d'intégrité et de respect de l'indépendance du processus de décision publique. La révision 2017 de la Charte a visé en particulier à prendre en compte la définition de représentant d'intérêts, introduite en droit français par la loi du 9 décembre 2016.

Légende : *Préambule de la charte déontologique de l'Association Française des Conseils en Lobbying et Affaires publiques*

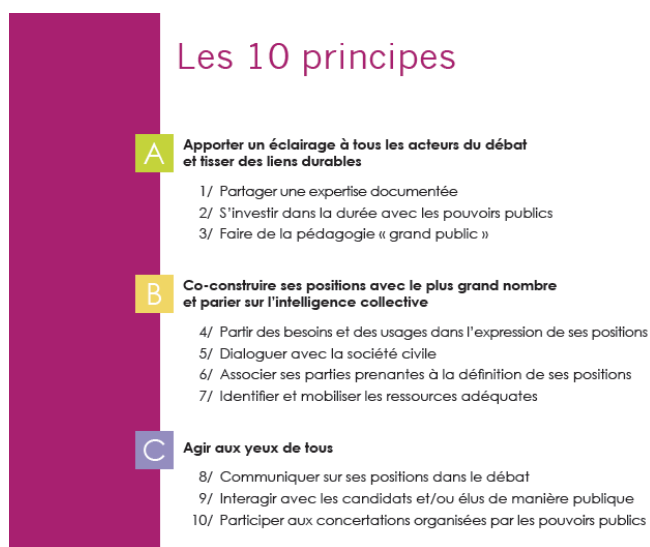
Quand bien même la dernière version de la charte ne date que de 2017, cette dernière n'a pas manqué de gagner en prégnance au cours des derniers mois. A titre d'exemple, le renforcement de l'autorégulation de la profession a été désigné, en juillet 2019, comme le chantier principal du mandat du nouveau bureau de l'association. Ainsi, les nouveaux membres élus auront la charge de « poursuivre et d'approfondir la réflexion » en tenant compte des « évolutions de l'environnement et des pratiques professionnelles » et en s'inscrivant « dans les dynamiques d'un secteur qui continue d'évoluer et de se structurer »⁷⁵ Le fil conducteur défini pour cette action relève d'une volonté de « respect de l'indépendance de {leurs} interlocuteurs dans la sphère publique ». Cette initiative, bien qu'abstraite dans sa déclinaison en actes, montre une préoccupation des représentants de la profession quant à l'adaptation de leurs principes directeurs aux attentes de la société et de leurs interlocuteurs. Elle atteste d'une conscience marquée quant aux transformations que connaît le secteur et la nécessité d'y faire face via une adaptation des normes

S'inscrivant dans une même dynamique, peut également être mentionnée la publication, en 2019, d'un guide des bonnes pratiques en affaires publiques par le

⁷⁴ Source : Charte de l'Association Française des Conseils en Lobbying et Affaires publiques

⁷⁵ Source : Communiqué de presse de l'AFCL sur l'élection de son nouveau bureau, 11 juillet 2019

cabinet Koz et le Cedap (l'association des syndicats professionnels) afin d'amener les représentants d'intérêts à « redéfinir leur utilité sociale et se comporter, dans le débat public, comme un acteur citoyen, soucieux du bien commun »⁷⁶. Ce document d'une vingtaine de pages édicte dix principes destinés à « moderniser et transformer les actions d'influence » de manière à « rétablir une confiance économique et sociale aujourd'hui mise à mal ». Dans cette perspective, le guide décline un ensemble d'axes de travail afin d'harmoniser la collaboration des lobbyistes avec leurs interlocuteurs institutionnels. Au cœur de celles-ci, est notamment valorisée l'idée de co-définition des intérêts défendus via la mise en valeur d'un plus grand dialogue avec la société civile. Celui-ci passe par plus de concertation, ainsi que par une communication plus marquée autour des actions intentées auprès des pouvoirs publics.



Légende : *Les dix principes du guide de bonnes pratiques en affaires publiques du Cedap et du cabinet Koz*

En dépit du volontarisme affiché par les représentants d'intérêts, les efforts menés peinent aujourd'hui à convaincre et laissent planer le doute autour d'une transformation vertueuse de la pratique du lobbying. Les différentes réserves affichées aussi bien par les acteurs des affaires publiques que par les observateurs attestent de l'absence d'un cadre réglementaire suffisant, susceptible de générer un débat serein autour de la question.

⁷⁶ Source : « Guide des bonnes pratiques en affaires publiques », Koz et le Cedap, 2019

II.C – La persistance de réserves quant à la pertinence des dispositifs d'encadrement du lobbying

Si les élus comme les lobbyistes semblent engagés dans une dynamique de formalisation de règles pour régir leurs relations, ainsi que le dialogue des pouvoirs publics avec les intérêts privés, les dispositifs actuellement en place peinent à convaincre pleinement. En conséquence, le discours tenu par les représentants d'intérêts, pour revendiquer la normalisation de leur activité, voire sa banalisation, vient se heurter à de nombreuses critiques adressées au nouveau cadre réglementaire qui, pour beaucoup, ne fait que perpétuer les dérives entourant l'activité des lobbyistes.

En effet, la loi Sapin II, bien que saluée dans sa philosophie, fait l'objet de nombreuses réserves. Du côté des parlementaires, est notamment pointé du doigt le flou des informations demandées aux lobbyistes qui ne sont tenus à aucun détail sur le contenu et la teneur de leurs échanges avec les élus. Ainsi, à défaut d'informer précisément sur la nature des échanges entre les politiques et les représentants d'intérêts, les éléments consignés sur le registre laissent planer le doute sur le caractère suspect de ces interactions⁷⁷. A titre d'exemple, il est possible de lire dans l'une des déclarations de 2018 qu'une entreprise de l'agro-alimentaire a organisé des « rendez-vous sur le thème des Etats Généraux de l'alimentation » afin de « transmettre aux décideurs publics des informations, expertises dans un objectif de conviction » pour influencer des « lois, y compris constitutionnelles »⁷⁸. Une telle déclaration n'est pas sans susciter une certaine perplexité tant l'ambition de ces actions semble élevée. Pour autant, aucune réponses ou précisions ne sont apportées, ce qui peut laisser libre cours aux fantasmes et aux soupçons.

Pour autant, il convient cependant de souligner que le personnel politique présente une certaine hétérogénéité de points de vues. En conséquence, cette exigence de transparence forte n'est pas partagée de manière univoque, aussi bien chez les élus qu'au sein de leur entourage. C'est ce que montre notamment notre entretien avec Lucie Loncle qui, en tant qu'attachée parlementaire, considère que des mesures trop strictes en matière de transparence pourraient s'avérer contre-productive. En effet, celles-ci dévalueraient le travail des collaborateurs parlementaires dont le rôle est d'assurer une cohérence et une probité de l'activité législative des élus.

⁷⁷ D'ALMEIDA Fabrice, « Pourquoi la loi Sapin II sur le lobbying ne sert à rien ? », *Le Huffington Post*, 19 juillet 2018

⁷⁸ Source : Registre de la HATVP pour l'année 2018

De même, elles entraîneraient également le risque d'un renforcement des pratiques souterraines, à l'instar des fausses déclarations ou des rendez-vous « hors les murs » entre parlementaires et lobbyistes. Dans cette perspective, elle insiste sur l'importance d'une réflexion autour de ce qui est pertinent de donner à voir, et sur les vertus de ce qui ne doit pas être montré. Au contraire, celle-ci préconiserait d'autres types de règles, moins axées sur la transparence que sur le mode d'interaction entre lobbyistes et parlementaires. Ainsi, elle envisage un dispositif encourageant les lobbyistes à n'interagir, dans le cadre d'un projet de loi, qu'avec un nombre restreint de parlementaires pour assurer une collaboration plus suivie et un travail plus productif autour des textes. Ce dispositif, qui assure une relation de confiance plus marquée entre certains lobbyistes et députés spécialisés sur une typologie de sujets, permettrait de renforcer l'efficacité du travail parlementaire et correspondrait mieux à l'échange d'expertise qu'appelle de ses vœux le législateur.

Du côté des lobbyistes, les principales réserves manifestées sur la loi Sapin II concernent le fait qu'elle ne précise pas l'obligation pour les organisations clientes de recourir à un professionnel du secteur pour mener des actions de lobbying. Dans ce cadre, rien n'empêche une entreprise ou une organisation de passer par des acteurs non identifiables comme des représentants d'intérêts pour mener des actions de lobbying sans que celles-ci puissent être identifiées comme telles. A ce titre, le texte laisse encore largement la porte ouverte à des dérives et des pratiques illégales susceptibles de perpétuer l'érosion de la confiance dans le système démocratique et la pratique des affaires publiques.

Dans ce contexte, le discours de la profession s'avère difficilement audible. Comme le montrent nos échanges avec Renaud Large, le manque de maturité des dispositifs proposés par la loi Sapin II vient enrayer les évolutions nécessaires pour respectabiliser la figure du lobbyistes. C'est d'autant plus le cas que les lobbyistes eux-mêmes manifestent une certaine défiance à l'égard des règles et des pratiques actuelles en faveur de la transparence. Cette difficulté est d'autant plus marquée que de nouveaux acteurs de la représentation d'intérêts, les civic tech, tendent à venir défier les représentants d'intérêts sur le terrain de la démocratie participative sans souffrir, pour autant, de la même réputation. A ce titre, il nous revient maintenant d'interroger les perspectives qui se dessinent pour la profession en termes d'évolution de son modèle. Au-delà d'un changement des pratiques de la part des représentants d'intérêts, se pose également la question de leur statut susceptible de les amener à regagner en respectabilité et en compétitivité sur un marché en pleine reconfiguration.

III – Des perspectives nouvelles autour du statut du lobbying en France

Les limites constatées de l'influence du discours médiatique et du cadre réglementaire sur la transformation de la pratique des affaires publiques nous invitent à interroger d'autres facteurs susceptibles, à terme, de faire évoluer les métiers de la représentation d'intérêts. Parmi ceux-là, l'émergence de nouveaux acteurs assurant le dialogue entre la société civile et les responsables publics joue un rôle important qu'il convient d'analyser.

En effet, le renforcement progressif du rôle des innovations sociales numériques dans la sphère publique sous l'influence de la crise de la confiance démocratique et d'une lassitude des citoyens vis-à-vis de la vie politique traditionnelle a permis une montée en puissance des Civic Tech⁷⁹. Particulièrement visibles lors de l'élection présidentielle de 2017 et du « grand débat national », ces dernières peuvent être définies comme des acteurs mobilisant les nouvelles technologies pour faciliter l'implication des citoyens dans l'élaboration des politiques publiques⁸⁰. Quand bien même celles-ci constituent un paysage assez hétérogène de par les services qu'elles proposent (interfaces d'échanges avec les élus locaux, plateformes de concertation, etc.) et les objectifs qu'elles affichent⁸¹, une grande partie d'entre elles est dédiée au lobbying citoyen et, donc, à l'élaboration du cadre réglementaire.

En ce sens, elles sont susceptibles de venir concurrencer les acteurs traditionnels de la représentation d'intérêts dans la mesure où elles offrent aux citoyens, mais aussi aux entreprises, des interfaces d'échanges plus directes et transparentes avec les décideurs publics. Que cela soit via des plateformes de débat ou par la voie pétitionnaire, ces dernières permettent de faire remonter des revendications et des doléances sans recourir à un service de lobbying assuré par un professionnel du secteur. A cet égard, leur communication volontariste au cours des derniers mois atteste d'une volonté d'affirmation forte en tant qu'acteur de premier plan de la démocratie participative et de l'horizontalisation de la décision publique.

Dans ce contexte, les acteurs des affaires publiques pourraient donc être amenés, dans les années à venir, à faire évoluer jusqu'à la nature même de leur

⁷⁹ ROLAND Sylvain, « Comment les civic tech réinventent la démocratie à l'ère d'internet », *La Tribune*, 26 mai 2016

⁸⁰ GOMBERT François, « C'est quoi la civic tech ? », *Civictchno.fr*, 16 janvier 2016

⁸¹ FAUQUEMBERGUE Anne, « Civic Tech : de la marge au centre du jeu politique », *France culture*, 1^{er} novembre 2019

profession. L'affirmation de nouvelles formes d'interactions entre la société civile et les décideurs publics les invitent à questionner leur modèle dont la valeur ajoutée est remise en cause par les innovations technologiques. Pour renouveler leurs vecteurs de légitimité et la spécificité du service qu'ils proposent, ceux-là ne doivent plus seulement s'adapter aux normes qui s'imposent à eux, mais produire les conditions de leur autorégulation via une transformation du statut de la profession.

Dans cette perspective, nous nous intéresserons tout d'abord à l'émergence des civic tech comme modèle alternatif à celui des représentants d'intérêts traditionnels. Puis, dans un second temps, nous nous attacherons à analyser les perspectives que ces nouvelles tendances dessinent pour l'avenir des métiers du lobbying.

III.A – L'émergence des civic tech : un changement de modèle dans la représentation de la société civile auprès de la sphère publique

Dans un climat de défiance à l'égard de la décision politique et des intermédiaires traditionnels, les civic tech ont peu à peu gagné en importance dans le débat public et dans les interactions entre décideurs politiques et citoyens. Originaires des États-Unis (beaucoup se sont développées lors de l'élection présidentielle de 2008), celles-ci se sont progressivement diffusées en France, au point d'être au cœur aujourd'hui des préoccupations des pouvoirs publics. En témoigne, notamment, l'organisation, en décembre 2019, d'un grand colloque par la CNIL et le CESE intitulé « Les civic tech bousculent-elles vraiment la démocratie ? » afin de réfléchir autour du rôle de ces nouveaux acteurs qui transforment le fonctionnement des institutions. A travers l'e-participation des citoyens et des organisations économiques à la vie publique, celles-ci donnent à la société civile un nouveau moyen d'interagir avec les décideurs politiques qui court-circuite l'action des acteurs traditionnels. Tout en permettant aux élus d'avoir une meilleure lecture des réalités sociales, les civic tech offrent aux citoyens et aux entreprises solutions et services pour co-construire les politiques publiques et les lois⁸².

A cet égard, elles proposent donc un processus d'horizontalisation de la démocratie qui va à rebours de l'offre des représentants d'intérêts qui misaient, jusqu'à

⁸² Conférence, « Les civic tech bousculent-elles la démocratie ? », Palais de Léna, 9 décembre 2019

récemment, sur la rareté de leur carnet d'adresses pour initier le dialogue avec les élus et les décideurs publics. Comme le soulignent les politologues Sabrina Boulesnane et Laïd Bouzidi, s'effectue donc un « changement de modèle » avec une distribution nouvelle des relations sociales et des savoirs dans les relations entre les gouvernants et les administrés⁸³. Dans le cadre de ce nouveau paradigme, la position sociale ou le statut économique n'est plus un prérequis pour faire entendre sa voix auprès des pouvoirs publics.

Conscients de cette valeur ajoutée, ces nouveaux acteurs, à l'instar de Change.org à l'international ou Make.org en France, tendent donc à faire valoir leur capacité à proposer un plaidoyer délibératif et participatif susceptible d'infléchir la décision publique par le bas. A cet égard, ces acteurs se veulent l'incarnation du potentiel de disruption des solutions technologiques pour les processus démocratiques. Pour autant, ils ne manquent pas de s'inscrire dans une démarche commerciale et dans une logique concurrentielle qui montrent bien qu'elles évoluent dans « un marché de la démocratie participative »⁸⁴, ce qui les amalgame, dans leur fonctionnement, aux lobbies traditionnels guidés par des enjeux de rentabilité et de performance. A ce titre, elles s'avèrent susceptibles de jouer un rôle de *challenger* des acteurs du lobbying tels qu'on les connaît aujourd'hui, avec la possibilité d'une cannibalisation progressive de leurs parts de marché.

Ce phénomène est particulièrement perceptible à travers l'analyse du discours d'un acteur tel que Cap Collectif. Cette civic tech, qui propose des plateformes de concertation en ligne, a gagné en 2019 une notoriété significative grâce à l'attribution, par le gouvernement et la Commission nationale du débat public (CNDP), d'une mission de centralisation, de modération et de synthèse des contributions citoyennes au « grand débat national ». Fondée en 2015 par Cyril Lage, Cap Collectif s'inscrit dans la continuité d'une première expérimentation intitulée Parlement et Citoyen qui a notamment permis, en 2014, une concertation autour d'une proposition de loi sur l'encadrement des produits phytosanitaires⁸⁵. Dans la continuité de cet accomplissement, qui est l'un des premiers exemples de loi écrite via une contribution

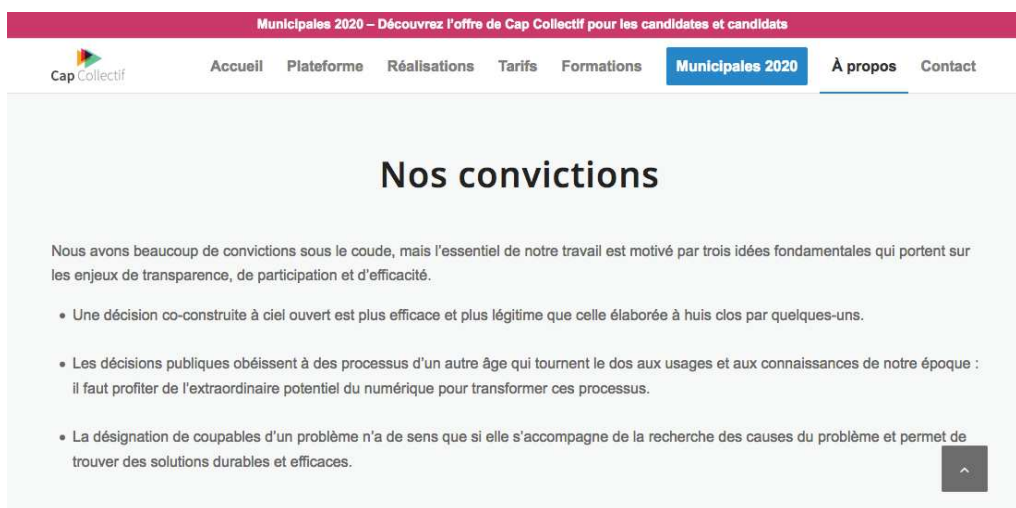
⁸³ BOULESNANE Sabrina et BOUZIDI Laïd, « Les innovations sociales numériques dédiées à l'e-participation citoyenne : quelle place pour la Civic Tech ? », *Terminal*, n°122, 2018

⁸⁴ NONJON Magalie, *Le marché de la démocratie participative*, Ed. du Croquant, 2018

⁸⁵ Source : Site internet de Cap Collectif

directe des citoyens, la nouvelle structure revendique aujourd'hui une volonté de résorber une situation où « *les lois sont élaborées dans un entre-soi* »⁸⁶.

Dans cette perspective, elle propose aux organisations publiques, aux collectivités, aux associations et aux entreprises différents services tels que « *des pétitions, des appels à projet, des votations citoyennes* »⁸⁷ destinés à stimuler l'intelligence collective et à permettre la co-construction des décisions de gouvernance. Pour légitimer cette démarche et ce changement de modèle vis-à-vis des acteurs historiques de la démocratie participative (lobbies, syndicats, corporations), la start-up ne manque pas de tenir un discours à charge à l'encontre des processus traditionnels d'élaboration des politiques publiques. Aux yeux de la civic tech, ceux-là ne favorisent ni la transparence, ni la concertation. A ce titre, la description des « *convictions* » de la startup sur son site internet est bien la preuve de sa volonté de renouveler le paysage de la représentation d'intérêts et, in fine, de se substituer aux acteurs du lobbying tels qu'ils opèrent depuis les années 1990 :



Légende : « *À propos* », site internet de Cap Collectif

« Nous avons beaucoup de convictions sous le coude, mais l'essentiel de notre travail est motivé par trois idées fondamentales qui portent sur les enjeux de transparence, de participation et d'efficacité.

⁸⁶ DELEAZ Thibault, « Qui se cache derrière la start-up Cap Collectif ? », *Le Point*, 25 janvier 2019

⁸⁷ WONG Camille, « Qui est Cap Collectif, la startup derrière le Grand Débat National ? », *Les Echos Start*, 21 janvier 2019

- Une décision co-construite à ciel ouvert est plus efficace et plus légitime que celle élaborée à huis clos par quelques-uns.
- Les décisions publiques obéissent à des processus d'un autre âge qui tournent le dos aux usages et aux connaissances de notre époque : il faut profiter de l'extraordinaire potentiel du numérique pour transformer ces processus
- La désignation de coupables d'un problème n'a de sens que si elle s'accompagne de la recherche des causes du problème et permet de trouver des solutions durables et efficaces ».

Les termes employés ici par Cap Collectif sont sans équivoque dans la mise en accusation des acteurs politiques en présence. La mention des « décisions élaborées à huis clos par quelques-uns » qui s'avéreraient par conséquent illégitimes, pointe du doigt les collusions entre les grands intérêts privés et les décideurs publics. A ce titre, les représentants d'intérêts traditionnels sont ici implicitement stigmatisés dans leur rôle de confiscation de l'élaboration des politiques publiques. Dans cette perspective, il est parallèlement fait mention des « coupables », renforçant ici le caractère vindicatif du propos. A ce diagnostic sans concessions, est opposée la possibilité de recourir aux « usages et connaissances de notre époque » incarnés par les solutions proposées par les civic tech. Ainsi, se dessine ici une binarité entre, d'un côté, les ressortissants « d'un autre âge », parmi lesquels les lobbyistes, et de l'autre, les nouveaux acteurs proposant « des solutions durables et efficaces » pour faire advenir « une décision co-construite à ciel ouvert ». Cette opposition témoigne donc bien d'une volonté d'opposer au lobbying traditionnel un modèle alternatif, plus vertueux et participatif. Celui-ci, fondé sur le principe de « l'intelligence collective » activée grâce aux technologies, se veut pleinement en phase avec les attentes de la société.

Se manifeste donc une forme de pression supplémentaire exercée sur les acteurs du lobbying qui, au-delà des enjeux réputationnels et médiatiques, sont amenés à subir, sur leur marché, la concurrence de nouveaux acteurs désireux de faire entrer le processus législatif dans un nouveau paradigme : le lobbying citoyen. Cette dynamique est d'autant plus marquée que, comme mentionné ci-dessus, les civic tech ne se cantonnent pas à la mobilisation de la société civile dans le cadre de projets d'intérêt général, mais tendent également à s'adresser aux entreprises et aux organisations professionnelles pour les aider à communiquer auprès des décideurs. En

effet, Cap Collectif comme d'autres civic tech, à l'instar de Make.org, offrent également leurs services à des clients qui entrent traditionnellement dans le giron des cabinets d'affaires publiques. Par l'intermédiaire de grandes consultations, ceux-là invitent les entreprises à transformer leurs modes d'interactions avec les pouvoirs publics en bénéficiant, parallèlement, d'une amplification liée à la participation d'acteurs de la société civile. C'est le cas, par exemple, des propositions avancées en faveur de la transition écologique par plusieurs grands groupes à l'instar de Monoprix, Kering ou EDF dans le cadre d'une grande consultation organisée en mai 2019, qui seront ensuite portées devant les pouvoirs publics⁸⁸.

A l'égard de ce constat, il convient cependant d'apporter certaines nuances. Comme le souligne Renaud Large⁸⁹, les services proposés par les civic tech n'ont pas, aujourd'hui, une portée suffisante pour se substituer à l'action de représentation d'intérêts assurée par les lobbyistes traditionnels. A ce titre, les consultations et pétitions proposées par des acteurs comme Make.org ou Change.org sont bien souvent intégrées aux stratégies d'affaires publiques préconisées par des consultants en lobbying. Ainsi, existe encore aujourd'hui une forme de complémentarité entre ces deux types d'acteurs qui vient contrebalancer l'impression d'opposition décrite plus haut. Par ailleurs, doit également être souligné le caractère encore confidentiel de ces solutions qui, quand bien même elles connaissent une montée en puissance, restent encore marginales. C'est d'autant plus le cas que les solutions proposées se heurtent encore à un certain manque de maturité, notamment dans la bonne gestion des données personnelles des citoyens contributeurs⁹⁰.

Pour autant, le caractère innovant (et performant) des services proposés par les civic tech paraît pouvoir, à terme, supplanter la pratique traditionnelle des affaires publiques. L'aura positive dont bénéficient ces acteurs questionne la viabilité du modèle et du statut des lobbyistes. En effet, certaines d'entre elles sont même dédiées à la veille autour de la vie politique et l'action des représentants d'intérêts. C'est le cas, par exemple, de la plateforme associative Regard Citoyen dont la vocation est de « diffuser et de partager l'information politique », grâce à la collecte, la centralisation et la synthèse de l'ensemble des données disponibles relatives à l'action des élus et des lobbyistes. Celle-ci, utilisant l'ensemble des ressources mises à disposition sur des

⁸⁸ LEMARCHAND Julia, « Climat : Make.org veut vous faire passer de l'indignation à l'action », *Les Echos Start*, 5 novembre 2019

⁸⁹ Entretien avec Renaud Large, Directeur associé en affaires publiques chez Havas (Ibid p.45)

⁹⁰ Source : Civictchno.fr

plateformes telles que Nosedéputés.fr ou Lafabriquedelaloi.fr, permet de rendre compte de l'influence des représentants d'intérêts au Parlement, au-delà du seul déclaratif des professionnels sur le registre de la HATVP. Cet exemple montre ainsi que les civic tech n'ont pas seulement vocation à concevoir de nouvelles solutions d'interactions avec les élus, mais tendent également à sensibiliser l'opinion aux risques qui découlent de la préservation des pratiques actuelles du lobbying.

Au regard, de cette tendance, il convient donc de voir que la pérennisation du lobbying traditionnel et la préservation de sa valeur ajoutée face aux nouvelles solutions proposées par les civic tech exige une modernisation de la profession. Les représentants d'intérêt doivent ainsi renouveler leurs sources de légitimité pour opposer à la disruption incarnée par ces nouveaux acteurs, des garanties de probité et d'utilité. Ce processus, abordé et analysé avec nos différents interlocuteurs dans le cadre de nos entretiens, pourrait notamment passer par une institutionnalisation plus importante de la profession.

III.B – Le possible avènement d'un ordre professionnel des représentants d'intérêts

Comme souligné plus haut, l'un des principaux freins à l'acceptabilité du lobbying en France relève de son manque de transparence lié à une réglementation en vigueur encore trop peu mature et efficace. De ce fait, l'un des aspects essentiels de la mue que la profession doit effectuer pour acquérir la respectabilité qui lui fait défaut pourrait être l'avènement d'un ordre professionnel des représentants d'intérêts. Celui-ci, tout en distinguant de manière claire l'offre des lobbyistes vis-à-vis de celle des civic tech, pourrait ainsi faire basculer les métiers du lobbying vers le statut de profession réglementée.

En effet, comme l'a souligné Renaud Large dans le cadre de nos échanges⁹¹, l'une des pistes d'évolution susceptible d'aboutir à une réelle normalisation de la pratique des affaires publiques correspond à l'institutionnalisation d'un organe de contrôle interne à la profession, comme il en existe pour les avocats ou les médecins. Celui-ci, permettrait, par exemple, d'imposer un standard de formation à travers d'un examen spécifique, voire une assermentation, nécessaire pour exercer en tant que

⁹¹ Entretien avec Renaud Large, Directeur associé en affaires publiques chez Havas (Ibid. p. 58)

lobbyiste. Fondé sur une évaluation de l'expertise des candidats en matière économiques, politiques et juridiques, ainsi que de la maîtrise des codes déontologiques qui président à une relation harmonieuse avec les pouvoirs publics, celui-ci assurerait ainsi des garanties supplémentaires (probité, expertise, etc.) autour de l'action des lobbyistes. Il ouvrirait notamment la possibilité de la destitution de leurs droits d'exercice des acteurs se rendant coupables de pratiques déviantes vis-à-vis de la loi ou des règles auxquelles s'auto-astreindrait la profession⁹².

Cet examen permettrait également de compléter le cadre réglementaire établi par la loi Sapin II. Celui-ci ne précise pas l'obligation pour les entreprises et les organisations de recourir à un professionnel dûment formé et agréé pour mener leurs actions de lobbying. Dans le cadre de l'établissement d'un ordre professionnel, au contraire, il serait possible de distinguer les personnes aptes à interagir légalement avec les pouvoirs publics. Par ce biais, pourraient être évitées toutes formes de dérives et de manquements vis-à-vis des exigences formulées par le registre de la HATVP⁹³. La définition d'une typologie de profils en droits de porter des intérêts auprès des pouvoirs publics permettrait ainsi une traçabilité plus marquée des différentes actions de lobbying et donc, une plus forte confiance des citoyens dans les instances de régulation.

Au-delà des enjeux de transparence et de respectabilité de la profession, cette évolution serait également susceptible d'approfondir le marché du conseil en affaires publiques. En effet, l'assermentation des lobbyistes pourrait s'accompagner d'une technicisation du profil des représentants d'intérêts, susceptible de renforcer leur maîtrise du fond socio-économique des problématiques abordées. Dans ce cadre, leur rôle serait moins celui d'intermédiaires que d'experts, à même de jouer un rôle de conseil technique auprès des décideurs. Ainsi, leurs missions impliqueraient plus largement l'élaboration de solutions juridiques et réglementaires adaptées aux attentes de leurs clients et pleinement recevables par les élus, au détriment d'un simple rôle d'intermédiaires. Dans le cadre de ce nouveau paradigme, le lobbying s'éloignerait ainsi des métiers des relations publiques pour embrasser plus spécifiquement celui du consulting⁹⁴.

⁹² Source : Note de cours transmise par Renaud Large en marge de l'entretien précité

⁹³ ADEL Joshua et GOLOUBTZOFF Alexandra, « Pour sortir de la suspicion, faire du lobbying une profession réglementée », Tribune, *L'Opinion*, 15 mai 2019

⁹⁴ Entretien avec Renaud Large, Directeur associé en affaires publiques chez Havas (Ibid. p. 61)

Bien qu'encore décrite comme un horizon hypothétique, cette évolution de la structuration de la profession est aujourd'hui dans la ligne de mire de différents cabinets de lobbying. C'est le notamment le cas de Spin & Strategy et de son président Joshua Adel qui, en mai 2019, publiait sur LinkedIn un manifeste en faveur de l'avènement d'une loi « loi Sapin 3 », pour « parachever l'édifice de la régulation du lobbying en France »⁹⁵.



Légende : Infographie publiée en mai 2019 sur LinkedIn par Joshua Adel, Président du Cabinet Spin & Strategy

Particulièrement ambitieuses, ces six propositions témoignent d'une volonté d'affirmation de la place du lobbying en France par l'intermédiaire du renforcement de la régulation qui s'y applique. On retrouve ici, à l'image des éléments soulignés par Renaud Large, l'idée de faire de l'exercice des affaires publiques une activité subordonnée à des dispositions réglementaires et des qualifications professionnelles spécifiques. Ce manifeste se veut donc la traduction d'une conviction selon laquelle les dispositions actuellement en vigueur constituent seulement un faire-valoir politique. Ce dernier n'est pas suffisant pour faire entrer le lobbying dans une phase de maturité susceptible de contrecarrer les critiques dont il fait l'objet et nécessite donc un approfondissement significatif.

⁹⁵ Source : Profil LinkedIn de Joshua Adel

L'analyse du positionnement que traduit ce manifeste nous amène à deux principaux constats. D'une part, ce qui reste aujourd'hui à l'état de perspectives autour du lobbying pourrait, à terme, se concrétiser en actes. En effet, différentes synergies apparaissent autour de projet d'un ordre professionnel des lobbyistes, à l'instar du soutien apporté à Spin & Strategy par le cabinet Athenora et par l'APAP (l'Association des Professionnels des Affaires Publiques). D'autre part, la comparaison des propositions avancées ici avec les initiatives actuellement mises en place par les parlementaires pour l'encadrement du lobbying montre qu'il existe une certaine asymétrie entre les attentes réelles de la profession et l'engagement des pouvoirs publics en matière de renforcement des dispositions de la loi Sapin II. A ce titre, il convient donc de constater qu'au-delà des discours vertueux tenus par les lobbyistes, la pression exercée par l'opinion et la concurrence des innovations en matière de démocratie participative semblent, en effet, initier une dynamique de normalisation de la pratique des affaires publiques.

Bilan de la deuxième hypothèse :

L'étude des différentes prises de parole des lobbyistes dans la presse et dans leur communication commerciale sur le web atteste d'une certaine pertinence de notre seconde hypothèse. Il existe bel et bien un effort de communication en vue de la normalisation de la pratique des affaires publiques. Celui-ci vient se positionner en contrepoint du discours médiatique à charge et a vocation à apaiser la défiance citoyenne dont font l'objet les représentants d'intérêts. Pour autant, notre développement montre que l'influence de ce discours sur les pratiques professionnelles en matière d'affaires publiques est à relativiser. Si les élus et les lobbyistes sont engagés dans la construction d'un cadre réglementaire et déontologique en faveur de plus de transparence et d'éthique, celui-ci présente de nombreuses limites qui amenuisent son impact. En ce sens, le rôle de la perception des lobbies par l'opinion publique n'est pas nécessairement à appréhender comme le principal moteur susceptible de faire évoluer leurs pratiques. A cet égard, l'avènement des civic tech est également à prendre en compte comme une dynamique remettant en cause le modèle traditionnel du lobbying et obligeant la profession à renouveler les sources de sa légitimité. De ce fait, notre analyse montre qu'à défaut d'une véritable transformation de la pratique des affaires publiques dans la période récente, différents indicateurs laissent cependant anticiper un renouveau à venir du modèle du lobbying en France et de la structuration de la profession.

CONCLUSION

Au terme de cette réflexion, il convient de revenir sur les hypothèses qui ont guidé notre développement. Ainsi, nous consacrerons cette dernière étape à l'étude des conclusions auxquelles nous ont menées nos analyses pour évaluer la pertinence des postulats qui ont structuré notre cheminement sur la question des lobbyistes et de leurs rapports à leur réputation auprès des médias et de l'opinion.

Tout d'abord, notre première hypothèse nous a amenés à voir dans quelle mesure les lobbies font face, dans le contexte actuel, à une forte défiance de la part de l'opinion, notamment alimentée par le discours de la presse et des médias.

Au fil de notre réflexion, nous avons ainsi pu montrer qu'il existe, en effet, un traitement médiatique à charge de la question des lobbies qui s'est accentué dans la période récente. Ce dernier est lié principalement à la culture institutionnelle française historiquement hostile à la représentation des intérêts privés auprès des pouvoirs publics. Pour autant, il a récemment été alimenté par différentes polémiques à l'instar de la démission du ministre Nicolas Hulot en août 2018 ou, en mars 2019, du fichage par des lobbyistes mandatés par Monsanto de différentes personnalités ayant émis un avis sur le glyphosate. Ainsi, le traitement médiatique de la question des lobbies se traduit par la résurgence de manifestations de défiance à l'encontre des représentants d'intérêts. Pluriel de par la nature hétérogène des émetteurs de discours (journalistes, leaders d'opinion, experts) et du type de formats choisis (tribunes, articles, émissions, livres, réseaux sociaux), nous avons pu voir que le discours des médias se nourrit autant des faits que des fantasmes projetés sur le lobbying. L'étude de nos différents objets nous a ainsi montré qu'il est majoritairement appréhendé comme une activité sulfureuse, pratiquée à l'ombre des institutions et aux lisières de la légalité. En tant que tel, il est avant tout décrit comme un péril pesant sur la démocratie, susceptible de pervertir l'action des élus, ainsi que les processus d'élaboration des politiques publiques.

A ce titre, nous avons pu constater que le lobbying, en tant que sujet médiatique, présentait des caractéristiques « médiagéniques » propres à générer l'attention du grand public. Celles-ci expliquent également l'intérêt que lui portent les journalistes. En effet, dans un marché de l'information de plus en plus saturé, la mise en lumière de pratiques tendancieuses s'affirme comme un gage de compétitivité pour capter l'attention du public. De ce fait, il convient ici de souligner que la construction du

discours médiatique autour des lobbies ne relève pas seulement de facteurs culturels (le rejet du corporatisme) et conjoncturels (la crise démocratique), mais également de réalités économiques inhérentes au fonctionnement des médias.

Par ailleurs, l'exploration de cette hypothèse nous a également permis de voir que, en dépit d'un certain consensus quant au caractère transgressif de l'action des lobbies, différentes publications traduisent aujourd'hui une évolution du regard porté sur la pratique des affaires publiques, qui se veut plus nuancé et objectif. A cet égard, le positionnement politique des médias concernés joue un rôle important. L'orientation à droite des émetteurs de discours s'accompagne généralement d'un seuil de tolérance plus élevé, voire d'une franche adhésion à l'existence des représentants d'intérêts. Ce phénomène encourage ainsi une riposte médiatique de la part des lobbyistes, désireux de gagner en respectabilité via la normalisation de leur activité.

En effet, notre seconde hypothèse nous a amenés à interroger la proportion dans laquelle les professionnels des affaires publiques opposent à ce traitement médiatique à charge un contre-discours qui s'ancre dans une transformation de la pratique du lobbying.

Au regard de notre développement, cette hypothèse ne se vérifie que partiellement. Il existe bel et bien un effort de communication de la profession pour revendiquer une normalisation de la pratique des affaires publiques. Celui-ci vient se positionner en contre-point du discours médiatique à charge et a vocation à apaiser la défiance citoyenne dont font l'objet les représentants d'intérêts. Il se décline principalement à travers des interventions dans la presse (tribunes, articles, interviews) de la part de porte-parole des différents cabinets et des organisations professionnelles du lobbying. Ces différentes prises de parole ont notamment vocation à insister sur le rôle bénéfique joué par les lobbies dans la représentation de la société civile auprès des pouvoirs publics, ainsi que sur leur contribution à la démocratie participative. Parallèlement, ce contre-discours se traduit également par une transformation du référentiel discursif et sémiologique mobilisé par les cabinets d'affaires publiques dans leur communication commerciale, notamment sur leur site internet. Dans cette perspective, il est possible d'observer, dans le discours corporate des différents cabinets, une mobilisation de plus en plus importante de références à la responsabilité sociale comme fil conducteur de leur action. A cet égard, les acteurs du lobbying semblent s'inscrire dans une forme de mimétisme vis-à-vis de la communication des

grandes entreprises qui, depuis maintenant deux décennies, mettent en valeur le rôle contributif joué vis-à-vis de la société.

Pour autant, notre analyse montre que l'influence du discours des représentants d'intérêts sur la pratique des affaires publiques présente certaines limites. Les différentes opérations de communication entreprises par les acteurs du lobbying insistent sur une maturation et une normalisation des pratiques professionnelles en faveur d'une transparence renforcée. Néanmoins, l'étude du ressenti des différentes parties prenantes, lobbyistes comme décideurs publics, montre que les garanties apportées ne sont pas suffisantes pour instaurer un réel climat de confiance. En effet, l'observation des différentes règles et dispositifs mis en place par la loi Sapin II et la Haute Autorité pour la Transparence de la Vie Publique reste encore limitée. A titre d'exemple, le faible nombre d'inscrits sur le registre numérique censé rendre compte des rencontres entre représentants d'intérêts et parlementaires reste en deçà des standards internationaux. Ce phénomène s'explique aussi bien par une réticence de certains lobbyistes à dévoiler leurs modes d'action, qu'à des réserves manifestées également par les élus quant à la physionomie des normes en vigueur. C'est notamment ce que montrent nos entretiens avec Lucie Loncle et Margaux Bonneau. En effet, ces dernières insistent sur les potentielles dérives du système actuel, dont les failles sont susceptibles d'encourager des pratiques déviantes (dissimulation de rendez-vous, déclarations mensongères). A ce titre, cette dimension de notre hypothèse s'est avérée partiellement inexacte, et a rendu nécessaire l'exploration d'autres facteurs susceptibles de faire évoluer la pratique des affaires publiques dans un sens plus vertueux.

Dans cette perspective, nous nous sommes tournés vers l'émergence des civic tech qui, face aux critiques dont font l'objet les lobbyistes, tendent à proposer de nouvelles interfaces d'échanges entre la société civile et les pouvoirs publics. En ce sens, ces nouveaux acteurs viennent de ce fait transformer l'environnement dans lequel évoluent les lobbyistes. Ils participent ainsi à concurrencer l'offre des représentants d'intérêts traditionnels en misant sur une plus grande horizontalité des échanges avec les élus. L'analyse de leur discours montre, en effet, une volonté de transformer radicalement les processus d'élaboration de la loi et de marginaliser, ainsi, les intermédiaires traditionnels entre les décideurs et les citoyens. Nous avons donc pu constater qu'au-delà du discours médiatique et de la pression de l'opinion, la transformation de l'environnement des lobbyistes est susceptible de jouer un rôle important dans la normalisation de leurs pratiques.

Ce constat nous a amenés, dans un dernier temps, à réfléchir aux perspectives d'évolution du lobbying dans un marché en pleine reconfiguration. Nos échanges avec Renaud Large nous ont ainsi permis de voir que la remise en cause du fonctionnement actuel du lobbying augurait d'une restructuration en profondeur de la profession. Celle-ci, fonctionnant actuellement de manière déréglementée, pourrait connaître l'avènement d'un ordre professionnel des représentants d'intérêts. Celui-ci, assurant une assermentation des professionnels du lobbying par l'intermédiaire d'un examen, ainsi qu'un contrôle interne à la profession, serait susceptible de recréer de la valeur et de la confiance autour de l'offre des acteurs des affaires publiques. Dans ce cadre, ceux-là assumeraient moins le rôle d'intermédiaires que d'authentiques experts du droit et des sciences politiques, faisant d'eux des « auxiliaires de la vie démocratiques »⁹⁷.

A défaut de recouvrir une réalité pleinement effective, la formulation de notre deuxième hypothèse nous a néanmoins amenés à nous interroger de manière prospective sur l'avenir de la représentation d'intérêts. De même, celle-ci nous a permis d'explorer des pistes sur lesquelles les ressources documentaires (universitaires, presse) sont encore limitées, permettant ainsi d'apporter un éclairage susceptible d'alimenter le débat et la réflexion autour de la viabilité du lobbying dans le cadre de la crise que traverse notre démocratie.

Au regard de l'exploration de ces deux hypothèses, nous avons pu constater la difficulté d'aborder le discours de la profession des affaires publiques comme objet d'analyse. En effet, cet objet d'étude revêt une dimension hybride, à la confluence des SIC et des sciences politiques. A ce titre, il recouvre une multitude de réalités au regard tant de la nature des émetteurs (lobbyistes *in house*, consultants, observateurs), des canaux employés (presse, communication digitale) et du contenu des prises de parole qui présentent une hétérogénéité forte. Par ailleurs, la difficulté relève également de l'absence de travaux universitaires et scientifiques spécifiquement dédiés à ce sujet. Si la question de la perception du lobbying, ainsi que de l'évolution du cadre réglementaire s'appliquant aux représentants d'intérêts ont largement intéressé les politologues, la question de la communication professionnelle des lobbyistes reste, quant à elle, en marge des publications. A ce titre, le cadrage de notre objet a peut-être manqué, faute de sources existantes, d'apports théoriques permettant d'en définir les contours avec plus d'acuité.

⁹⁷ Source : Profil LinkedIn de Joshua Adel (Ibid p. 63)

Au vue de ces remarques, notre travail se veut avant tout propédeutique. Il permet essentiellement de dresser des pistes de réflexion sur les synergies qui existent parmi les professionnels de la représentation d'intérêts, et sur leurs déclinaisons en termes de communication. Alors que la question des lobbies fait couler beaucoup d'encre dans les médias, « la pauvreté de la recherche sur ce type de mobilisation demeure »⁹⁸. Face à ce constat dressé par Charles Mercier, nous avons donc tenté d'apporter une première contribution, qui, nous l'espérons, pourra être complétée, dans les mois et les années à venir, par de nouveaux travaux sur la communication et la structuration de la profession des affaires publiques.

⁹⁸ MERCIER Charles et Stéphane PELTAN, « Les lobbies vus par les sciences sociales », *La vie des idées*, Revue en ligne du Collège de France, 4 mai 2019 (Ibid p.19)

BIBLIOGRAPHIE

I – Ouvrages :

- HOREL Stéphane, *Lobbytomie*, Les Editions La Découvertes, 2019, p. 308
- NONJON Magalie, *Le marché de la démocratie participative*, Edition du Croquant, 2018
- POSTEL Nicolas, *Dictionnaire critique de la RSE*, Septentrion, 2013, p.58 reprenant D'ALMEIDA Nicolas, *La Société du jugement*, Armand Colin, 2007
- RAMONET Ignacio, *L'explosion du journalisme*, Éditions Galilée, 2011

II – Articles universitaires :

- BOULESNANE Sabrina et BOUZIDI Laïd, « Les innovations sociales numériques dédiées à l'e-participation citoyenne : quelle place pour la Civic Tech ? », *Terminal*, n°122, 2018
- CARLES Christophe, « Le pantouflage en France, vers 1880 – vers 1980 », *Annales, Economie, Persée*, 1987
- CHENTEAU Jean-Pierre, « Où sont les médias ? Analyse sociologique du discours journalistique », *Langage et Société*, n°85, 1988, pp. 55 à 92
- CLAMEN Michel, « Lobbying : de l'histoire au métier », *Géoéconomie*, n°72, 2014, pp. 165 à 182
- COURTY Guillaume, « L'attitude ambivalente en France à l'égard du lobbying et les évolutions perceptibles », *Lobbying Portraits croisés, Autrement, Acteurs de la société*, 2008
- DE BLIC Damien, « Moraliser l'argent : ce que Panama a changé dans la société française », *Politix*, n°71, 2005, pp. 61 à 82
- ESCURAT Anthony, « Le lobbying : outil démocratique », *Fondapol*, février 2016, pp.12 à 14
- GARAUULT Emmanuel et LECERF Géry, « Le lobbying, un métier encore en devenir dans une France rétive au dialogue avec la société civile », *Géoéconomie*, n°62, 2012, pp. 109 à 116
- GROSSMAN Emiliano, « Lobbying et vie politique », *Problèmes économiques et sociaux*, n° 918, novembre 2005, La documentation française, p. 8
- MUZERGUE Thibault, « Démocratie sous tension, une enquête planétaire », « Qui détient le pouvoir ? », *Fondation pour l'innovation politique*, 2019, p.69
- MARION Philippe, « Narratologie médiatique et médiagenie des récits », *Recherches en communication*, n°7, Université de Louvain, 1997
- MENA Laure, « Lobbies : de l'ombre à la lumière sur la décision publique », *Lepetitjuriste.fr*, 23 juillet 2017

- MERCIER Charles et PELTAN Stéphane, « Les lobbies vus par les sciences sociales », *La vie des idées*, 2019
- NOËLLE NEUMAN Elisabeth, « La spirale du silence / une théorie de l'opinion publique », *Revue Hermès*, n°4, *Le nouvel espace public*, CNRS Editions, 1989, pp. 181 à 190
- POLERE Cedric, « Lobbying : l'influence des groupes d'intérêts s'accroît, et favorise une transformation de notre modèle démocratique », *Millénaire*, 2007, p. 9
- SURAUD Marie-Gabrielle, « Vitalité et structuration de l'opinion publique : la perspective d'une démocratie délibérative », *Revue Hermès*, n°47, *Parole publique, communiquer dans la cité*, 2007
- THIERRY Patricia, « Marketing et responsabilité sociétale de l'entreprise : entre civisme et cynisme », *Décisions Marketing*, n°38, avril 2005, pp. 56 à 59

III – Articles de presse :

- ADEL Joshua et GOLOUBTZOFF Alexandra, « Pour sortir de la suspicion, faire du lobbying une profession réglementée », *Tribune, L'Opinion*, 15 mai 2019
- ADRACA Robin, « La journaliste Emmanuelle Ducros a-t-elle été rémunérée par les lobbies de l'industrie agro-alimentaires ? », *Libération*, 27 juin 2019
- AMBEC Stefan et CRAMPES Calude, « Les lobbies sont une force de mobilisation et de sensibilisation des citoyens », *Le Monde*, 4 septembre 2018
- BERROD Nicolas, « Un député veut rendre obligatoire la publication des rendez-vous entre politiques et lobbyistes », *Le Parisien*, 14 avril 2019
- BOY Louis et MATALON Vincent, « Ils sont partout mais c'est la vie : d'anciens ministres racontent leurs relations avec les lobbys », *Franceinfo.fr*, 2 septembre 2018
- BROSSAT Ian, « Le mal grandissant des lobbies », *Tribune, Libération*, 30 août 2018
- BRUNET Romain et CHABOUR Karima, « Les lobbies en France : entre fantasmes et réalités », Introduction, *France 24*, Janvier 2019
- D'ALMEIDA Fabrice, « Pourquoi la loi Sapin II sur le lobbying ne sert à rien ? », *Le Huffington Post*, 19 juillet 2018
- DALOUAS Jean-Baptiste, « Comment les lobbies s'adaptent au macronisme », *L'Express*, 2 février 2018
- DAVID Romain, « Au fait, comment travaille un lobbyiste ? », *Europe 1*, 31 août 2018
- DELEAZ Thibault, « Qui se cache derrière la start-up Cap Collectif ? », *Le Point*, 25 janvier 2019

- FOUCART Stéphane et HOREL Stéphane, « Fichiers Monsanto : des dizaines de personnalités classées illégalement en fonction de leur position sur le glyphosate », *Le Monde*, 9 mai 2019
- GARRIGOS Raphael, « Les lobbyistes », *Les jours*, novembre 2017 – novembre 2019
- GAVOILLE Emilie, « Jeux d'influence » sur Arte : des lobbys et des hommes », *Telerama*, 13 juin 2019
- GULLY Hélène, « Ce que révèle le répertoire définitif des lobbies », *Les Echos*, 7 janvier 2018
- IWEINS Delphine, « Lobbying et entreprises : les points essentiels à retenir », *Les Echos Executive*, 31 août 2018
- LEMARCHAND Julia, « Climat : Make.org veut vous faire passer de l'indignation à l'action », *Les Echos Start*, 5 novembre 2019
- LEPELETIER Pierre, « Lobbyistes et politiques : l'éternelle zone grise », *Le Figaro*, 29 août 2019
- SALSAT Geneviève, « Et si on faisait confiance aux lobbyistes ? », *L'Opinion*, 8 février 2019
- MAZILLE Laurent et ALEXANDRE Fabrice, « Loi Sapin II : le lobbying doit faire respirer la vie démocratique », *Le Monde*, 6 juin 2016
- MICHEL Anne, « Jean-Louis Nadal : « Les responsables publics se plient de mieux en mieux à leurs obligations de transparence », *Le Monde*, 23 mai 2019
- VIGOUREUX Caroline, « Chasse aux lobbys : les député LREM indiqueront qui inspirent leurs amendements », *L'Opinion*, 3 juillet 2019
- RIVASI Michèle et BARLES Sebastien, « Réarmer notre démocratie pour en finir avec l'emprise des lobbys », *Le club Médiapart, Médiapart*, 3 septembre 2018
- ROLAND Sylvain, « Comment les civic tech réinventent la démocratie à l'ère d'internet », *La Tribune*, 26 mai 2016
- VIGNAL François, « Lobbys : un encadrement encore insuffisant », *Publicsénat.fr*, 30 août 2018
- WADJIZIK Arnaud, « Les dîners secrets de François de Rugy avec des lobbyistes », *Ouest France*, 12 juillet 2019
- WONG Camille, « Qui est Cap Collectif, la startup derrière le Grand Débat National ? », *Les Echos Start*, 21 janvier 2019
- Collectif, « Lobbying : pour des pratiques radicalement nouvelles et volontaristes en matière de transparence », *Tribune collective, Le Monde*, octobre 2019
- « Grand débat national voulu par Macron : à quoi faut-il s'attendre ? », *L'Obs*, 19 décembre 2018

- « Les deux tiers des actions des lobbies ciblent le Parlement », *Le Parisien*, 3 juin 2019
- « Les lobbyistes et leurs clients face au Grand débat », *Contexte*, 30 janvier 2019
- « Lutte contre les lobbies : deux OGN lancent une campagne pour inciter les politiques à rendre leur agenda public », *France Info*, 30 septembre 2019
- « Métiers du lobbying : l'explosion bruxelloise », *La Tribune*, 24 février 2007
- « Transparence de la vie publique : les lobbyistes traînent les pieds pour s'inscrire au registre », *La Tribune*, 31 octobre 2017

IV – Émissions et séries :

- FAUQUEMBERGUE Anne, « Civic Tech : de la marge au centre du jeu politique », *France culture*, 1^{er} novembre 2019
- LUNEAU Aurélie, « Traquer les lobbys ... et défendre la démocratie », *Causes à effets*, *France culture*, 16 décembre 2018

V – Etudes :

- « Les Français et le Lobbying », Ifop pour WWF et Transparency, septembre 2019
- « Démission de Nicolas Hulot : les Français saluent sa décision », Odoxa Dentsu Consulting pour France Info et le Figaro, septembre 2018

VI – Sites :

- Site internet de l'AFCL : <http://www.afcl.net/>
- Site internet de la HATVP : <https://www.hatvp.fr/>
- Site internet du cabinet Communication & Institutions : <https://www.cominst.com/fr/>
- Site internet du cabinet We Mean : <https://www.wemean.com/>
- Site internet du cabinet KOZ : <http://www.koz-conseil.com/>
- Blog sur les civic tech : <http://civictechno.fr/2016/01/16/cest-quoi-la-civic-tech/>
- Portail de la vie publique : <https://www.vie-publique.fr/>

RÉSUMÉ DU MÉMOIRE :

Ce mémoire s'intéresse à la question de la communication professionnelle des lobbyistes dans un contexte où, aussi bien les médias que l'opinion publique, manifestent une forte défiance à leur encontre. Dans cette perspective, ce travail s'attache à montrer la manière dont les lobbyistes tendent à se défendre sur le plan médiatique, tout en faisant évoluer leurs pratiques pour les mettre en phase avec les attentes de la société.

Notre développement montre, tout d'abord, que le rejet du lobbying est ancré dans la culture institutionnelle et politique française. Pour autant, celui-ci a été particulièrement alimenté au cours des derniers mois par différentes polémiques qui mettent en lumière les dérives autour de l'activité des représentants d'intérêts (démission de Nicolas Hulot, fichage de personnalités par Monsanto). En conséquence, notre travail rend compte d'une recrudescence des prises de parole dans la presse et les médias pour dénoncer le risque que font peser les lobbies sur la démocratie. Dans cette perspective, notre développement s'attache à analyser les principaux griefs adressés aux lobbies, ainsi que les différents types de discours médiatiques mobilisés pour traiter de cette question.

En contre-point de cette première étape, la deuxième partie du mémoire s'intéresse à la manière dont les lobbyistes font face à cette défiance. Ainsi, notre développement analyse la construction d'un contre-discours des professionnels des affaires publiques, qui se décline aussi bien dans les médias que dans la communication commerciale des cabinets d'affaires publiques. De même, notre travail s'intéresse à l'influence de cette communication, axée autour de la probité et de la transparence des représentants d'intérêts, sur les pratiques des professionnels des affaires publiques.

Par ce biais, nos analyses nous amènent à faire état de certaines limites à l'évolution des modes d'action des lobbyistes. Pour autant, l'observation des perspectives de transformation de l'environnement des lobbyistes, profondément modifié par l'émergence des civic tech, permet à ce travail, dans un dernier temps, de proposer une approche prospective de l'évolution de la profession.

MOTS-CLES :

- Affaires publiques
- Agence
- Bien commun
- Civic Tech
- Communication
- Citoyenneté
- Démocratie
- Discours
- Défiance
- Elu
- Gilets jaunes
- Glyphosate
- Gouvernement
- Green washing
- HATVP
- Hulot
- Influence
- Institution
- Législateur
- Lobbying
- Loi
- Macron
- Médias
- Nouveau journalisme
- Opinion
- Parlementaire
- Politique
- Presse
- Relations publiques
- LREM
- Représentant d'intérêts
- RSE