

PLACE DES LOBBIES

De quoi parlons-nous ?

Le lobbying des organisations vise à faire connaître leurs points de vue et leurs intérêts auprès des parlementaires, des ministres et des administrations publiques. Il peut jouer un rôle important dans le processus législatif en France. Les lobbies font ainsi partie d'un écosystème complexe qui comprend également d'autres acteurs : citoyens, partis politiques, administration publique, associations, entreprises etc.



HISTORIQUE

Si le terme «lobbying» est relativement récent dans le paysage politique français, les pratiques qu'il désigne sont bien plus anciennes. En effet,

les actions visant à influencer les décisions politiques pour défendre des intérêts particuliers est aussi ancienne que la politique elle-même.



SITUATION ACTUELLE

En France, il existe un certain nombre de dispositions visant à garantir la transparence des activités des groupes d'intérêts et à limiter leur influence sur les décisions publiques (registre public, règles de déontologie).

Malgré ces encadrements, l'influence des lobbies sur le processus législatif fait l'objet de débats. Certains estiment que les lobbies ont trop de pouvoir et d'autres qu'ils sont utiles au processus démocratique.

QUALIFICATION DU FACTEUR



Tendance lourde

Tendance émergente

Signal faible

MATURITÉ DU FACTEUR



Naissant

Croissant

À maturité

Déclin

Disparition

MAÎTRISE DU FACTEUR PAR LES ACTEURS DU TERRITOIRE



Les acteurs du territoire ont une maîtrise sur ce facteur en suivant des règles de déontologie et un cadre de discussion avec les différentes parties prenantes, pour garantir la transparence des débats.

IMPACT DU FACTEUR SUR LE MODÈLE TERRITORIAL



Les prises de décision, l'élaboration des politiques publiques et les projets qui en découlent, conditionnent la capacité d'évolution du modèle territorial.

IMPACT DU MODÈLE TERRITORIAL SUR LE FACTEUR



Le modèle territorial semble avoir peu d'influence sur la présence et le poids des groupes d'intérêts dans la sphère publique.



HYPOTHÈSES D'ÉVOLUTION

HYPOTHÈSE 1 : les lobbies sous contrôle.

Les évolutions de la société (vieillesse net de la population, métropolisation), la complexification des enjeux (dérèglement climatique, interdépendance entre les territoires) et la montée en puissance du numérique rendent les politiques publiques de plus en plus complexes. Les décideurs politiques ont besoin d'expertises spécifiques. Les lobbies usent de leurs connaissances pour apporter cette expertise et conforter leur poids dans les décisions publiques.

Face à ce phénomène, l'Etat français opte pour une évolution de la réglementation du lobbying afin de garantir la transparence et le processus décisionnel politique. Pour cela, est créé une autorité indépendante chargée de surveiller les activités de lobbying, de contrôler leurs pratiques et de les rendre publiques dans un grand registre national. Depuis que cette autorité existe des évolutions notables sont constatées :

- Le renforcement de la réglementation en place depuis les années 2000 et les obligations de transparence à destination des entreprises et des organisations, qui se doivent désormais de déclarer de manière plus précise leurs activités de lobbying, les sommes investies et les personnes contactées.
- L'élargissement de la réglementation a de nouveaux acteurs, comme les think tank ou

les plateformes numériques, qui exercent une influence croissante (fake news, manipulation de l'opinion publique).

- Le renforcement des sanctions administratives et pénales en cas de non-respect des règles (comme par exemple, la condamnation du PDG de Recitreugot, entreprise de l'automobile, et du maire de Béthune à une amende record d'1 milliard d'euros pour le versement d'intérêts en lien avec l'installation de la dernière usine d'assemblage du groupe dans la ville).
- La mise en place de formations obligatoires à destination des élus et des fonctionnaires aux enjeux du lobbying et aux techniques de manipulation.
- La désignation d'un médiateur des lobbies sur chaque territoire, qui avec son pouvoir de police veille au respect des règles de transparence et de déontologie, facilite le dialogue entre les différents acteurs.

Les effets se font ressentir au sein de la société. Les citoyens ont une confiance forte vis-à-vis de la démocratie et ses institutions. Chaque intérêt est écouté, comparé, pesé et les choix s'effectuent en toute transparence.

HYPOTHÈSE 2 : des lobbies de plus en plus forts.

Le paysage du lobbying s'est diversifié avec l'émergence de nouvelles méthodes et de nouveaux acteurs, ce qui les rend plus difficile à appréhender et à contrôler.

Les campagnes d'influence en ligne, les botnets, les fake news et les campagnes de désinformation sont de plus en plus utilisées pour manipuler l'opinion publique et influencer les décisions publiques. Les entreprises et les organisations augmentent considérablement leurs budgets de relations publiques et de marketing d'influence

pour bâtir et maîtriser leur notoriété et influencer les perceptions du public.

Les organisations de la société civile se multiplient et se mobilisent pour faire pression sur les décideurs politiques, notamment en organisant des manifestations, des pétitions et des campagnes de désobéissance civile.

Les think tanks et les experts produisent des études et des analyses à leur avantage et qui servent de base à l'élaboration des politiques publiques.



RESSOURCES

- Le lobbying en France : vers un contrôle accru ? Vie-publique.Fr 2020 <https://www.vie-publique.fr/eclairage/271135-groupes-dinterets-lobbying-vers-un-controle-accru>

- Exigeons la transparence du lobbying ! WWF France <https://www.wwf.fr/sengager-ensemble/relay-campagnes/lobbying-a-decouvert>