



Entretien avec Guillaume Courty, lauréat du Prix de Recherche 2019

Professeur des universités et directeur du master de science politique à l'Université de Lille, Guillaume Courty est l'auteur de plusieurs publications sur les groupes d'intérêts et le lobbying. Il mène également en parallèle des recherches sur les politiques de mobilité et les inégalités sociales.

Publications :

- *Le lobbying en France. Normalisation d'une pratique politique*, Peter Lang, collection « La Fabrique du politique », 2018
- *La construction européenne* (avec Guillaume Devin), La Découverte, collection « Repères », 2018
- *La mobilité dans le système scolaire. Une solution pour la réussite et la démocratisation ?*, Presses universitaires du Septentrion, 2015
- *Le lobbying électoral. Groupes en campagne présidentielle* (avec Julie Gervais), Presses universitaires du Septentrion, 2012
- *Les groupes d'intérêts*, La Découverte, collection « Repères », 2006



Questions à M. Guillaume Courty, auteur de *Le lobbying en France. Invention et normalisation d'une pratique politique* (2018)

- **Votre ouvrage suit la progression du lobbying en France, de son apparition à son institutionnalisation. De quoi le lobbying est-il le produit ?**

Le lobbying est le produit d'une étrange alchimie largement franco-française. Le premier élément qui permet d'en isoler l'apparition est le mot lui-même. Le « lobbying » arrive des États-Unis à la fin du XIXe siècle et devient au début du XXIe un mot du vocabulaire courant de la langue française. En suivant ce mot, il est possible de retracer toutes les séquences contemporaines qui ont participé à son institutionnalisation. Des séquences politiques ont été nécessaires : les alternances à partir de 1981 et l'accroissement du nombre de collaborateurs politiques. Des séquences économiques l'ont soutenu : les crises économiques du XXIe ont à la fois perturbé le marché du conseil en le poussant à utiliser cette pratique anglo-saxonne pendant que les agents économiques ressentaient le besoin de signaux politiques rassurants et partaient à leur rencontre. Des séquences intellectuelles et médiatiques : les controverses et les affaires qui font la « une » de la presse ou la création de cursus formant à ces métiers ont à la fois poussé à réguler et fourni une main d'œuvre qualifiée.

- **La thèse de votre ouvrage est que, contrairement à l'imaginaire collectif, les lobbys n'influencent pas la politique mais qu'ils « font de la politique car ils la font vivre ». Qu'entendez-vous par cela ?**

Cette formule permet de faire la différence entre le système politique français et le système américain. Aux États-Unis, le lobbying fait vivre la politique en étant un des contributeurs financiers des élections. En France, le lobbying fait vivre la Ve République en étant un des apporteurs de programmes, d'idées, d'informations, de demandes les plus diversifiées entre lesquels les agents politiques font leur choix. Le plus ordinaire est de faire vivre le Parlement en introduisant des amendements, passant des auditions ou en organisant des rencontres. Le moins connu est de faire vivre les élections en animant Paris de soirées thématiques, en auditionnant les candidats ou en alimentant les candidats en propositions de programmes, de lois, de dispositifs.



- **À partir de vos enquêtes menées sur 717 lobbyistes et 155 cabinets de conseil sur près de 15 ans, quelles évolutions avez-vous pu constater sur la pratique du lobbying en France ?**

L'évolution majeure concerne la transformation de la carrière de « représentant d'intérêts ». Nous sommes passés d'une activité de milieu ou de fin de carrière qui concernaient des collaborateurs politiques à une activité de débutant tout juste sorti d'un master. Cette transformation permet de saisir l'accroissement des postes de représentants d'intérêts qui a marqué les trente dernières années. Au départ, les entreprises nationales et les fédérations professionnelles étaient composées d'un tel personnel. A l'arrivée, de très nombreuses entreprises, des associations, des établissements publics en sont pourvus. Cette évolution n'aurait pas eu lieu si elle n'avait été soutenue par son pendant dans les métiers du conseil avec la croissance d'un marché du conseil en lobbying plus généralement appelé « affaires publiques ».

- **Vous revenez longuement sur la notion d'influence des représentants d'intérêts sur le pouvoir politique, en développant notamment six lois de l'influence. Pouvez-vous revenir sur cette analyse ?**

L'influence est la grande mythologie des conseillers en affaires publiques. C'est également le grand fantasme des médias et des citoyens engagés. Pour les chercheurs de nombreuses disciplines c'est la grande question piège et rares sont les cadres théoriques satisfaisants. J'ai donc voulu synthétiser des processus qui aident à comprendre que l'influence ne s'explique jamais par une seule variable et certainement pas par une simple intuition. Les six formes d'influence qui sont proposées permettent d'aller d'un pôle où elle est a priori nulle : les décideurs n'ont pas besoin des apports des groupes d'intérêt parce que ce lobbying ne fait que leur dire ce qu'ils pensent déjà. À l'opposé, l'influence est au maximum quand un texte a été intégralement rédigé, pensé et proposé par un représentant d'intérêt. Cette formule de l'influence se retrouve notamment dans les textes sous-traités par les pouvoirs publics à des groupes d'intérêts. Entre ces deux pôles, on trouve plusieurs variantes allant de la coproduction où des parties d'un texte sont élaborés ou suggérés par un représentant d'intérêts à la sérendipité où des demandes de représentant d'intérêts rencontrent « par hasard » les attentes des décideurs.

- **La reconnaissance juridique du lobbying est intervenue en France assez tardivement avec la loi dite « Sapin II » du 9 décembre 2016. Les acteurs socio-économiques qui cherchent à influencer sur le contenu d'une décision publique sont désormais tenus de s'inscrire sur un répertoire numérique des représentants d'intérêts.**

Quel bilan tirez-vous de ce dispositif d'encadrement et quelles pistes envisagez-vous pour renforcer la transparence autour de la prise de décision publique ?

Le premier bilan la loi « Sapin II » est historique : le lobbying a été au centre des premiers débats du champ politique sur cette question et a fait de la France un des pays tributaires d'un cadre législatif. Pour un pays que certains considéraient comme immunisé contre le lobbying, cette loi marque un tournant historique majeur. Elle n'en est pas moins perfectible. Ce premier débat a en effet montré toutes les difficultés et réticences des acteurs politiques à instaurer la transparence car des groupes d'intérêt classiques manquent à l'appel : partenaires sociaux, cultes, élus locaux notamment. C'est certainement aussi la philosophie de la transparence qu'il faut continuer à débattre. Il est difficile de continuer à la fonder sur le seul principe de l'intérêt du citoyen pour ce type d'informations contenues dans un registre. Il faut également suivre les usages que le répertoire Agora va susciter auprès de plusieurs publics potentiels dont les décideurs devraient être des usagers particulièrement assidus. Enfin, des pratiques de lobbying ont été considérées comme problématiques (les colloques parlementaires par exemple) sans qu'un débat public se tienne sur la question de la liste des pratiques imposant de s'enregistrer.