Extrait du Site de l'Association Adéquations

http://www.adequations.org/spip.php?article1118

Concours, trophées et galas de lobbyistes

- Nos projets & actions en cours - Démocratie & veilles citoyennes - Lobbying et conflits d'intérêt : réalités et impacts - Points de vue de lobbyistes -

Date de mise en ligne : mardi 5 juin 2012

Description :

Les "Trophées des diplomates d'entreprise" de l'Institut Choiseul ; le "Concours du Lobbying" et le "Trophée des relations institutionnelles" du cabinet Spin Partners ; le "Gala de l'Intelligence Economique" de l'Ecole de Guerre Economique...

Site de l'Association Adéquations

Copyright © Site de l'Association Adéquations

Les cabinets de conseil en lobbying des milieux d'affaire communiquent par différents événements (concours, prix, trophées) pour faire reconnaitre leur activité comme servant l'intérêt des entreprises et des décideurs politiques, dans un contexte de concurrence et même de guerre économique, ou l'intelligence économique et les stratégies d'influence, voire "l'infoguerre" deviennent un enjeu essentiel.

"Oscars" du lobbying : quand les groupes d'influence français s'affichent au grand jour

Article repris du site atlantico.fr (publié le 5 juin 2012 ici)

Pour la première fois, des trophées vont être décernés, mardi, aux lobbies les plus influents de France. C'est l'institut Choiseul, un club de réflexion spécialisé dans les relations internationales, qui est à l'origine de cette initiative. Une petite révolution dans un pays où la pratique du lobbying a longtemps été niée.

Atlantico : *Comme aux Oscars, des trophées vont récompenser les lobbies les plus influents de France. Le lobbying s'assumerait-il-enfin en France ?*

Nicolas Bouvier : On a fait beaucoup de progrès depuis 20 ans. Les lobbies ont toujours existé, mais la France a évolué vers un système beaucoup plus transparent et c'est tant mieux. Cette remise de prix est donc un bon signe.

Comment expliquer la différence de perception entre les lobbies en France et dans les pays anglo-saxons ?

C'est une différence structurelle. La France a une conception politique différente des pays anglo-saxons. En France la démocratie s'est construite autour de la notion d'Etat de droit. Dans les démocraties anglo-saxonnes c'est l'individu qui prime : les libertés individuelles sont parfois placées au-dessus de l'intérêt général. Cela explique que les lobbies sont mieux perçus dans ces pays. Mais en France, les mentalités évoluent.

Certains lobbies rédigent eux-mêmes des amendements. Cela ne pose-t-il pas un problème démocratique ?

C'est le rôle des parlementaires et des ministres d'écrire des amendements, pas celui des lobbies. Mais dire que les lobbies rédigent eux-mêmes des amendements relève du raccourci de langage. Les lobbies discutent de tel ou tel problème posé par tel ou tel article, éventuellement proposent des simplifications. Le législateur ne peut pas connaître tous les sujets. Les lobbies peuvent lui apporter une expertise, une aide extérieure. Dans une démocratie ouverte, il est bon qu'un dialogue s'installe entre la société civile et les institutions.

Ces dernières années, l'Assemblée Nationale a ouvert un registre pour les lobbies. Pourtant les députés peuvent toujours recevoir qui ils veulent dans leur bureau. Finalement, les lobbies ne préfèrent-ils pas l'ombre à la lumière ?

Le système des registres est sans doute perfectible mais il a le mérite d'enclencher un progrès vers plus de transparence. Il permet en partie de sortir de l'omerta, d'éviter les dérives et la complaisance de certains

Copyright © Site de l'Association Adéquations

parlementaires. Le plus dangereux pour la démocratie serait de continuer à se voiler la face, de dire : « ça n'existe pas en France. ». Les lobbies ont toujours existé. Il faut donc les encadrer.

Plus de transparence ne va-t-il pas avantager les multinationales ?

Le lobbying ne doit pas être réservé à une caste de gens privilégiés abonnés à l'Assemblée Nationale. La démocratie a vocation à être partagée par tout le monde. N'importe quel citoyen est légitime à aller à la rencontre d'un parlementaire pour débattre d'un projet de loi qui pourra avoir des conséquences sur son quotidien. Le système n'est pas fermé. Ce n'est pas parce qu'il existe un registre que le citoyen lambda ne peut pas demander à rencontrer un parlementaire. La seule condition est de prendre rendez-vous !

Propos recueillis par Alexandre Devecchio
Nicolas Bouvier est directeur général du bureau de Paris d'APCO Worldwide.
Il est responsable de la commission de déontologie de l'Association Française des Conseils en Lobbying et Affaires Publiques (AFCL).
Nicolas Bouvier est co-auteur de « *Lobbying, règles du jeu* » (2000, Editions d'Organisation) et contributeur à l'ouvrage collectif « *Lobbying, portraits croisés, pour en finir avec les idées reçues* » (2008, Editions autrement)

Sur le site de l'Institut Choiseul : voir l'annonce du Forum Choiseul du 5 juin 2012 et le communiqué publié à l'issue du Forum, donnant les lauréats du "Trophée 2012 des diplomates d'entreprises".

Concours du Lobbying du cabinet Spin Partners : remise des prix le 17 juin 2009

Christian Harbulo, Directeur de l'Ecole de Guerre Economique (ESLSCA Paris) et Directeur du cabinet Spin Partners, signe dans *L'Usine nouvelle* du 12 juin 2009 un article intitulé *Le Lobbying, outil indispensable de la compétitivité*.

Selon l'auteur, *le politique français a admis la nécessité de promouvoir les intérêts des entreprises françaises à Bruxelles ou Strasbourg*, après une période marquée par *le manque de professionnalisme relevé du côté des entreprises et la difficulté des pouvoirs publics à positionner leurs représentants aux endroits clés des niveaux de décision*. Il faut par exemple *savoir prendre la mesure des enjeux des manoeuvres d'influence* et *mobiliser le nombre de juristes nécessaires*.

Aujourd'hui, l'un des principaux enjeux se présente sur un autre plan et concerne l'image du lobbyiste dans l'opinion. Il faut *changer la perception négative du lobbying et en faire enfin une activité reconnue largement et au service de l'intérêt de tous*. Heureusement, *depuis quelques années, de nouvelles initiatives voient le jour pour tenter de renforcer le caractère éthique et professionnel de cette activité*, et Christian Harbulo cite en exemple celle du cabinet qu'il dirige : *une des démarches les plus pédagogiques est le concours du lobbying, qu'organise depuis 2001 le cabinet Spin Partners et dont la cérémonie de remise des prix aura lieu le mercredi 17 juin 2009. Ce concours permet à des entreprises de montrer, en toute transparence, la manière dont elles communiquent intelligemment et de manière éthique avec les pouvoirs publics*.

Cliquez sur l'image
pour aggrandir

Cérémonie Concours lobbying 2009

Pour cette 9ème édition du concours, 5 sujets ont été proposés aux étudiants par des fédérations professionnelles qui partagent les exigences de transparence et de déontologie des organisateurs en matière de transparence et d'éthique...

Selon le site www.spinpartners.fr/concours-lobbying, le concours du lobbying a pour objectif de *promouvoir la pratique du lobbying en France comme "outil du dialogue par lequel l'homme de l'art informe l'homme de loi des conséquences de ses décisions"*.

Sa priorité actuelle est de *former les cadres de demain et diffuser la pratique du lobbying au profit de la défense des intérêts des entreprises*.

La remise des prix du concours du lobbying 2009 se déroulera au Conseil supérieur du notariat à Paris sous la Présidence de Patrice Debray, Député de Haute-Saône et membre du groupe d'étude parlementaire *Pouvoirs publics et groupes d'intérêt*.

Le cabinet Sprint Partner

Se définit comme *Conseil en communication d'influence.*

La Communication d'Influence se présente comme un ensemble de moyens et d'actions visant à convaincre ou dissuader, de façon individuelle ou collective, les décideurs et leaders d'opinion dont les choix et les prises de positions constituent un enjeu majeur pour la réussite de votre entreprise.

La communication d'influence se situe à la convergence de l'intelligence économique et du lobbying. (...)

En amont : elle s'appuie sur des outils de veille et des analyses pour anticiper, décrypter et comprendre le jeux des acteurs.

En aval : elle se traduit par des actions de communication pour séduire, convaincre ou dissuader les acteurs décisionnaires ou influents.

4ème Gala de l'Intelligence Economique, organisé par l'Association des Anciens Elèves de l'Ecole de Guerre Economique, jeudi 25 juin 2009

Copyright © Site de l'Association Adéquations

La plaquette de présentation précise que le lieu choisi pour cet événement exceptionnel est la Rotonde de l'Ecole Militaire, Paris 7ème.

Cette soirée sera l'occasion de rencontrer, dans un contexte prestigieux et convivial, les grands acteurs de l'Intelligence Economique (décideurs politiques, directeurs de cabinets et responsables de services d'Intelligence Economique) ainsi que les dirigeants de grands groupes industriels, sans oublier les anciens de l'Ecole de Guerre Economique (EGE). L'Association de l'Ecole de Guerre Economique (AEGE), aujourd'hui plus important réseau d'Intelligence Economique français, place l'organisation de ce Gala dans la continuité de son action de fédération et d'animation de la communauté de l'IE.

Une décennie de promesses et de succès. *Tel pourrait être le bilan de l'EGE, née dans le prolongement du Rapport Martre*.

Alors que naissaient les premiers enseignements de veille stratégique, l'EGE a seule posé comme principe que l'intensification des rivalités concurrentielles nécessitait la formalisation de nouvelles pratiques : influence et lobbying, infoguerre (maîtrise du risque informationnel et protection de la réputation, études des stratégies de déstabilisation).

L'EGE est considérée aujourd'hui comme l'école de référence dans le champ du management stratégique et de l'intelligence économique (...) 80% [des diplômés] travaillent dans le domaine de l'IE. Cette statistique exceptionnelle est notamment due à la contribution majeure de l'Association des anciens élèves. Elle est aussi le fruit d'une volonté : professionnaliser les étudiants dès leurs premiers pas dans l'Ecole notamment avec les 25 projets d'entreprises qu'ils mènent chaque année avec des partenaires de renom : Gaz de France, Alstom, EADS, etc.

Le Trophée des relations institutionnelles

Il s'agit d'une autre initiative du cabinet Spin Partners, dont le Concours du lobbying est mentionné plus haut. Le site de Spin Partners en donne cette description :

Comment se construit l'image d'une société auprès de la classe politique française ? Comment informer efficacement les décideurs politiques des enjeux d'un secteur ?

Pour répondre à ces questions, Spin Partners s'est associé à la Revue Parlementaire *pour lancer auprès des parlementaires français (Assemblée nationale, Sénat, Parlement européen) une grande enquête annuelle.*

(...) *A l'issue de ce sondage, une cérémonie de remise des Trophées des Relations Institutionnelles vient récompenser les entreprises et fédérations qui ont su, au cours des douze derniers mois, délivrer de la manière la plus appropriée un message en direction des décideurs politiques*.

Le site ne précise pas s'il est prévu de nouvelles remises de trophées dans le futur, mais donne tous les détails de l'édition 2006.

Trophées des Relations Institutionnelles - Edition 2006

Extraits de www.spinpartners.fr/trophee/edition-2006

Aux termes d'une consultation de l'ensemble des parlementaires français, Spin Partners et la *Revue Parlementaire* ont organisé, le mercredi 18 octobre 2006, la cérémonie de remise des Trophées des Relations Institutionnelles dans les salons de Boffrand de la Présidence du Sénat, sous le Haut Patronage de Christian PONCELET, Président du Sénat et de Thierry Breton, Ministre de l'Economie, des Finances et de l'Industrie.

Palmarès de l'édition 2006

Accueil
Romain Chetaille, Directeur de la *Revue Parlementaire*

Introduction
Jean-Pierre Raffarin, Ancien Premier Ministre, Sénateur de la Vienne

Remise des prix

Fédération Professionnelle de l'Année : CGPME
Ce prix a été remis à M. Jean-François Roubaud, Président, par Mme Chantal Brunel, Député de Seine-et-Marne

Entreprise Citoyenne : Accor
Ce prix a été remis à Mme Cathy Kopp, Directeur Général en charge des ressources humaines et du développement durable, par Nathalie Kosciusko-Morizet, Député de l'Essonne

Entreprise Européenne : Suez
Ce prix a été remis à Mme Valérie Alain, Directeur des relations institutionnelles, par Alain Lamassoure, Député au

Copyright © Site de l'Association Adéquations

Parlement Européen

Entreprise de l'Année : Air France
Ce prix a été remis à M. Yorik Pelhâte, chargé des relations avec le Parlement, par Eric Woerth, Député-Maire de Chantilly, Ancien Secrétaire d'Etat

Conclusion
Par Christine Lagarde, Ministre Déléguée au Commerce Extérieur

Copyright © Site de l'Association Adéquations