

AcCoMEEx

• Réflexion et Stratégie • Actualités du Commerce Extérieur
Janvier-Février 2006 - Numéro 67

INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE

**Etat-entreprise : le temps
de l'action**

Le rôle des think tanks

Le knowledge management

**Influence et contre influence :
les conflits entre société civile
et entreprise**

**Quelle défense économique
pour la R&D ?**

LOBBYING

Introduction sur le lobbying

**Le lobbying : défense et
intérêts des entreprises**

**Lobbying et trafic
d'influence : quelles limites ?**

**Les nouvelles règles du jeu
internationales**

- IDÉES

LE LOBBYING ET LE DROIT

- FICHES TECHNIQUES

PROCESSUS DÉCISIONNEL DE L'UE ET
CAS PRATIQUES

UN EXEMPLE DE LOBBYING ÉTATIQUE :
LE CONGRÈS AMÉRICAIN ET L'ORD



CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE PARIS

ACTUALITÉS DU COMMERCE EXTÉRIEUR ACCOMEX

JANVIER - FÉVRIER 2006 - N° 67

SOMMAIRE

ÉDITORIAL	3
RÉSUMÉS DES ARTICLES	4
INTELLIGENCE ECONOMIQUE : UNE PREOCCUPATION DES ENTREPRISES	7
• INTRODUCTION : ETAT - ENTREPRISES - LE TEMPS DE L'ACTION (CHRISTIAN ANNINO)	7
• LE RÔLE DES THINK TANKS (PIERRE LEPETIT)	10
• LE KNOWLEDGE MANAGEMENT (JACQUES-OLIVIER GUICHARD)	14
• INFLUENCE ET CONTRE INFLUENCE : LES CONFLITS ENTRE SOCIÉTÉ CIVILE ET ENTREPRISES (LUDOVIC FRANÇOIS)	18
• QUELLE DÉFENSE ÉCONOMIQUE POUR LA R&D ? (JEAN-LUC MOULLET)	24
LOBBYING : LES ENTREPRISES, ACTEURS DE L'INTÉRÊT GÉNÉRAL	27
• INTRODUCTION SUR LE LOBBYING (JEAN-CHRISTOPHE ADLER)	27
• LE LOBBYING : DÉFENSE ET INTÉRÊTS DES ENTREPRISES (MICHEL CLAMEN)	29
• LOBBYING ET TRAFIC D'INFLUENCE : QUELLES LIMITES ? (JEAN-CHRISTOPHE ADLER)	35
• LES NOUVELLES RÈGLES DU JEU INTERNATIONALES (CLAUDE REVEL)	39
IDEES	
• LE LOBBYING ET LE DROIT (THIBAUT DU MANOIR DE JUAYE)	42
FICHES TECHNIQUES	47
• PROCESSUS DÉCISIONNEL DE L'UE ET CAS PRATIQUES (1 ^{ère} partie) (MANUEL SZAPIRO)	47
• UN EXEMPLE DE LOBBYING ÉTATIQUE : LE CONGRÈS AMÉRICAIN ET L'ORD (JACQUES BOURGEOIS)	53



CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE DE PARIS

– RÉSUMÉS –

DOSSIER INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE

Etats-entreprises : le temps de l'action (Christian ANNINO). Les autorités françaises s'emploient, depuis quelques années, à rattraper le retard qui est celui de la France en matière d'intelligence économique. Les réalisations et les chantiers visant à sensibiliser la plus grande partie des acteurs sont déclinés, que ce soit aux niveaux national, régional ou territorial. Les enjeux sont, en effet, de taille, y compris pour les PME qui sont encore insuffisamment sensibilisées à l'intérêt d'une démarche d'intelligence économique.

Le rôle des *think tanks* (Pierre LEPETIT). Les *think tanks* passent pour des institutions spécifiquement américaines, fruit de la pratique démocratique pluraliste des Etats-Unis. Il est vrai que ces organisations pour lesquelles il est difficile de retenir une définition unique - tant est divers leur statut - n'appartiennent pas à la culture politique française et suscite méfiance. Toutefois, les *think tanks* font l'objet, depuis peu, d'une certaine curiosité. Leur développement est quelque peu amorcé en Europe.

Le *knowledge management* (Jacques-Olivier GUICHARD). La gestion des connaissances, plus connue sous son terme anglais "*knowledge management*", est un concept simple, mais sa mise en oeuvre apparaît plus complexe. Partie intégrante de l'intelligence économique ou complément à celle-ci, elle est un outil d'aide à la décision. Appliqué à la veille concurrentielle, le *knowledge management* peut, à titre d'exemple, permettre d'alimenter le catalogue de production dans le cadre de la "boîte à outils" d'un décideur.

Influence et contre influence : les conflits entre société civile et entreprise (Ludovic FRANÇOIS). Parce que les entreprises sont ressenties comme les nouveaux détenteurs du pouvoir, elles font l'objet de contestations de la part des groupes

qui considèrent qu'il s'ensuit captation du projet politique. Ces conflits entre entreprises et société civile sont, avant tout, informationnels au sens de guerre de l'information, cette dernière étant entendue comme l'ensemble des actions informationnelles destinées à nuire ou à se défendre dans le cadre d'un conflit de grande ampleur comprenant au moins une entreprise. Ces actions peuvent s'exercer dans une logique d'influence ou de contre-influence. Mais il est intéressant de noter que cette guerre est rarement utilisée pour des motifs concurrentiels. Les enjeux sont en effet plus larges.

Quelle défense économique pour la R&D ? (Jean-Luc MOULLET). La défense économique des activités de R&D résulte d'un processus multiple qui utilise, à la fois, des outils protecteurs des inventions de la société (brevets) mais également un panel de solutions visant à une meilleure commercialisation et valorisation des innovations de la société. L'exemple de Thomson est, à cet égard, tout à fait illustratif de cette conciliation d'une politique d'anticipation des marchés et d'une politique de brevets. La première politique vise à accorder une place à l'écoute pour faire remonter l'information des équipes *marketing* et à exercer de la prospective pour identifier les technologies qui seront accessibles dans les prochaines années. La seconde politique vise évidemment à protéger légalement les inventions. Ces démarches doivent, en outre, être complétées par une recherche de standardisation (via des logiques institutionnelles ou partenariales) et par une phase de *licensing* visant à encourager les tiers à utiliser la technologie d'une société donnée.

DOSSIER LOBBYING

Introduction sur le *lobbying* (Jean-Christophe ADLER). Si intelligence économique et *lobbying* ont en commun d'être des concepts et des vocables d'origine anglo-saxonne, ils méritent surtout d'être associés du fait qu'ils travaillent à partir



de la même matière première : l'information. Mais cette information est utilisée à des fins différentes s'agissant du *lobbying*. En effet, c'est l'information rigoureuse, reflet de l'état des connaissances disponibles, qui permet l'exercice d'influence de la puissance publique. Hier contestée, cette pratique du *lobbying* est aujourd'hui considérée comme plus légitime car elle permet la mise en concurrence de différentes expertises. Du fait de la technicité croissante des dossiers, elle fait de plus en plus montre de professionnalisme. Si la France est loin d'exceller en la matière, elle devrait en faire, à l'avenir, un usage sans précédent, son utilité sociale étant, enfin, reconnue.

Le lobbying : défense des intérêts des entreprises (Michel CLAMEN). Tout comme l'intelligence économique, le *lobbying* est défini de multiples façons. Plus que le *lobbying*, c'est peut-être la définition du *lobbyiste* qui est intéressante : à défaut de détenir un pouvoir, le *lobbyiste* possède l'information administrative et professionnelle qui fait défaut aux décideurs législatifs. La comparaison entre intelligence économique et *lobbying* permet, là encore, de mieux appréhender le *lobbying*. Il convient aussi de rechercher les différences plus que les similitudes : appréciation différente du facteur temps, insuffisance de l'information en tant que telle, variété des enjeux, gestion de l'information selon une autre finalité...

In fine, le choix de l'approche (par le droit, les enjeux ou les acteurs) mérite d'être appréciée selon la situation ; il peut aussi s'agir d'approche croisée ; le résultat de l'appréciation permettra de définir une stratégie du *lobbying* accompagnée, impérativement, d'une action de communication pour autant qu'aient été identifiés différents points (à qui parler ? que dire ? par quels canaux ? sous quelle forme ?) et qu'aient été pesés les risques.

Lobbying et trafic d'influence : quelles limites ? (Jean-Christophe ADLER). Si le *lobbying* fait l'objet d'une plus grande acceptabilité, il demeure tout à fait approprié, dans un souci d'éthique, de rappeler les limites entre *lobbying* et trafic d'influence. Tout ce qui sépare les deux concepts est une différence de nature et non de degré. Sous l'effet de plusieurs facteurs comme la moralisation de la vie publique, la montée en force d'autres acteurs dans les jeux de *lobbying*, le trafic d'influence a rencontré des limites. Il est alors possible d'être plus optimiste quant à l'exercice du *lobbying* dans des conditions plus transparentes et plus professionnelles.

Les nouvelles règles du jeu internationales (Claude REVEL). Le *lobbying* auprès des organisations internationales n'est pas légion. La conception qui y prévaut est que l'intérêt général repose sur un arbitrage par l'Etat entre l'expression des intérêts privés. Or, les institutions internationales qui émettent des règles mais aussi des normes ("soft law") sont telles que les représentants des Etats ne parviennent pas à tout suivre. Ils laissent, dès lors, le champ libre à d'autres acteurs comme les ONG, les syndicats, etc. qui sont particulièrement montés en puissance, ces dernières années, dans l'exercice de l'influence. Or, tout ceci intervient dans un contexte où les règles du jeu, au niveau international, sont bousculées avec l'importance de plus en plus grande du champ informel que représentent les codes, les déclarations, les principes directeurs et autres *guidelines*.

Le lobbying et le droit (Thibault du MANOIR DE JUAYE). Le droit se révèle un formidable outil de *lobbying* et de communication. Ce constat s'impose chaque jour un peu plus même si l'analyse de cette tendance n'en est encore qu'à ses prémices. Au demeurant, il importe pour l'entreprise, de savoir où se situe le pouvoir normatif compte tenu de la multiplication des niveaux de décision conduisant, par exemple, au renforcement du *lobbying* auprès des collectivités territoriales. Il importe également, pour elle, de savoir quelles sont les nouvelles normes à faire évoluer. Outre l'élaboration des normes techniques sur lesquelles il conviendrait que les entreprises renforcent leur contribution, deux domaines sont, à cet égard, pertinents : celui de la bioéthique et celui de la régulation de l'Internet. Enfin, le recours à des tribunaux peut être une forme de *lobbying* également pertinent, notamment pour mettre en évidence l'absurdité, d'une loi tandis que le procès se révélera un outil de communication auquel ont pu recourir certaines sociétés, ce procédé pouvant aller jusqu'à prendre à témoin les consommateurs ou la société civile.

Processus décisionnel de l'UE et cas pratique - 1^{ère} partie (Manuel SZAPIRO). Il y a lieu de se concentrer sur les trois acteurs du triangle institutionnel que sont la Commission européenne, le Parlement européen et le Conseil de l'Union européenne. L'objectif est de mettre en lumière la spécificité, pour l'action des groupes de pression, du processus décisionnel de l'UE (ses lieux de pouvoir et leur articulation) en distinguant trois phases du processus politique : la phase de développement (c'est celle qui sera analysée dans ce pre-

mier article), la phase de décision et la phase d'exécution (ces deux phases seront étudiées dans le prochain numéro d'Accomex). Dans cette phase initiale, la Commission a besoin d'expertise. Les modes de participation de la société civile et des entreprises sont à cet égard divers ; elles ont la possibilité de se positionner dans ces groupes d'experts qui se constituent suite à des appels à manifestation d'intérêt. D'importantes mesures ont ainsi été adoptées pour faciliter l'accès à ces groupes. Les consultations jouent également un rôle important dans la remontée d'information auprès des services de la Commission européenne. Les acteurs du *lobbying* ne sauraient oublier ces étapes avant même tout *lobbying* politique auprès des Cabinets.

Un exemple de *lobbying* étatique : le congrès américain et l'ORD (Jacques BOURGEOIS). Les dispositions constitutionnelles des Etats-Unis sont tout à fait spécifiques. Cela étant,

le système américain, marqué par des forces centripètes (Président) et centrifuges (Congrès), ne peut fonctionner comme il a été conçu. Il nécessite d'importantes délégations de pouvoir par le Congrès au Président, soit par une loi, soit par une résolution commune de la Chambre des représentants et du Sénat, soit encore par des *executive agreements*. En matière de commerce international, les délégations au Président sont encore plus indispensables puisque seul le Congrès a une compétence. Pour éviter des situations inextricables, de nombreux aménagements législatifs ont été apportés. Mais c'est probablement depuis la création de l'OMC et la mise en place de l'Organe de règlement des différends (ORD) que l'action du Congrès prend une toute autre dimension en exerçant un *lobbying* quelque peu nouveau dans le cadre des plaintes à l'OMC. Reste que l'Union européenne, par la recherche d'alliés aux Etats-Unis, pourrait également s'employer à défendre ses intérêts auprès du Congrès américain.

BIBLIOGRAPHIE SUR LES THINK TANKS (*)

- L'Europe et ses *think tanks* : un potentiel inaccompli - Une étude de Notre Europe, le *think tank* créé par Jacques Delors, sous la direction de Stephen Boucher, Paris, octobre 2004, <http://www.notre-europe.asso.fr>
- Diane Stone, Andrew Denham and Mark Garnett - Think Tanks Across Nations, a Comparative approach - Manchester University Press, 1998.
- Diane Stone, Andrew Denham - Think tanks Traditions: Policy research and The Politics of Ideas - Manchester University Press, 2004.
- James G. Mc Gann - R. Kent Weaver: Think tanks and Civil Societies, Catalysts for ideas and Action - Transaction Publishers, 2000.
- James G. Mc Gann and Erik C. Johnson - Comparative Think tanks, Politics and Public Policy, Edward Elgar Publishing Inc., 2005. <http://www.e-elgar.com>
- Jacques Floch, Rapport n° 1594 d'information sur La présence et l'influence de la France dans les institutions européennes, Assemblée Nationale, 2004. <http://www.assemblee-nationale.fr/Europe/rap-info/i1594.asp>

(*) Article de M. Pierre LEPETIT, *Le rôle des think tanks* p.10.