

La Tribune, 14 décembre 2005

La Chronique de NICOLAS VERON

Qui a peur de K Street ?

Moins visible du grand public que Wall Street (la communauté financière) ou que Main Street (les petites villes du pays profond), K Street, l'artère du centre de Washington où se concentre la profession des lobbyistes au niveau fédéral, est devenue au fil des décennies un rouage de la société américaine, jouant un rôle significatif et traditionnellement bien accepté pour alimenter les décideurs publics, élus et fonctionnaires, en informations et parfois en idées nouvelles.

Mais K Street est actuellement sous les feux de la rampe. Comme souvent outre-Atlantique, c'est l'actualité judiciaire qui a servi de révélateur, en l'occurrence les déboires de Jack Abramoff, un consultant accusé d'escroquerie et de fraude dans plusieurs affaires en cours.

Abramoff était l'une des figures de proue de la forte croissance récente des firmes de lobbying, dont les effectifs comme les tarifs ont doublé depuis 2000. Il était aussi, avec l'élu texan Tom DeLay et les militants associatifs Grover Norquist (Americans for Tax Reform) et Ralph Reed (Christian Coalition), un des pères du « K Street Project », un effort coordonné mené depuis 1995 pour faire en sorte, selon les mots de Grover Norquist, que ces firmes n'emploient plus « des gens idéologiquement neutres, mais seulement des militants conservateurs républicains ». Les procédures engagées contre Abramoff et ses alliés—notamment Tom DeLay qui a dû abandonner son rôle de Majority Leader à la Chambre des représentants—ont éveillé l'attention du public sur l'étroitesse inédite des liens entre K Street et les républicains, et sur les conflits d'intérêts correspondants.

Rapport de forces

Ce qui frappe dans cette histoire n'est pas l'influence des intérêts privés sur la vie publique, qui a toujours existé aux Etats-Unis, mais au contraire un glissement du rapport de forces entre entreprises et politiques, au détriment des premières. Le « K Street Project » consiste pour le mouvement conservateur à prescrire son agenda idéologique aux entreprises, quitte à aller parfois contre leurs intérêts. Plus généralement, et à rebours des clichés, l'administration Bush a souvent imposé ses vues à la communauté des affaires, parfois sans ménagement. Qu'il s'agisse de l'accès aux fichiers commerciaux dans le cadre de la législation antiterroriste (Patriot Act), de la restriction des visas pour les étudiants et chercheurs étrangers, de l'interdiction des expériences sur les cellules souches, ou de l'explosion du déficit budgétaire, ses choix suscitent de plus en plus d'inquiétudes chez les décideurs économiques, voire un sentiment nouveau de vulnérabilité face à l'arbitraire du pouvoir. Les polémiques sur la montée en puissance de K Street peuvent ainsi être lues selon le prisme de l'autonomie du monde des

affaires face aux tentatives de contrôle par un appareil partisan, qu'il soit de gauche ou de droite.

Ce débat très américain a un écho en Europe. Pas pour l'industrie du lobbying : celle-ci s'est aussi développée à Bruxelles, mais la faiblesse de la vie partisane au niveau européen lui donne un caractère bien plus technique, et moins engagé, que ce n'est le cas à Washington aujourd'hui. En Europe, la crise de légitimité et la décentralisation des systèmes politiques ont conféré aux entreprises une indépendance stratégique à laquelle beaucoup d'entre elles n'étaient guère habituées, particulièrement les groupes français qui se sont laissé dicter leurs choix par l'Etat pendant les Trente Glorieuses. Mais la contrepartie de cette libération des contraintes politiques est une perte de proximité avec les élus nationaux, ce qui crée pour les entreprises des risques nouveaux. De ce point de vue, le « patriotisme économique » proclamé par l'actuel gouvernement français, loin de n'être qu'une rhétorique d'arrière-garde, pourrait se révéler le signe avant-coureur d'une revendication soutenue de reprise de contrôle étatique, illustrée également par les tentatives de pilotage des prix de la grande distribution par Nicolas Sarkozy en 2004, ou par les récriminations de la gauche allemande contre les investisseurs internationaux qualifiés de « sauterelles » par Franz Müntefering, l'ancien président du SPD.

Comment les entreprises peuvent-elles réagir afin de ne pas se retrouver exposées, comme leurs consœurs d'outre-Atlantique, au risque d'être prises au piège d'affrontements partisans qui ne sont pas les leurs ? La mise en avant de leur « responsabilité sociale » est une forme de protection. Mais, après des années de discussions, le contenu opérationnel de ce concept n'est pas encore vraiment clarifié. Au-delà, les entreprises doivent renforcer leur légitimité quant à la validité de leur gouvernance et de leurs pratiques, par exemple en matière de rémunération des dirigeants. Surtout, les chefs d'entreprises devraient renoncer aux postures défensives et retrouver un rôle moteur dans les grands débats collectifs.

Leadership

En France, il y a certes l'engagement de Louis Schweitzer dans la lutte contre les discriminations, la vision mondiale de son successeur Carlos Ghosn et les prises de position de quelques dirigeants d'entreprises technologiques qui échappent aux schémas de pensée codifiés de la haute administration. Mais il faudra bien d'autres affirmations de leadership pour que les entreprises sauvegardent leur autonomie dans les turbulences politiques que l'avenir proche nous réserve à coup sûr.

() Associé d'ECIF et Research Fellow au sein de Bruegel. Courriel : n.veron@bruegel.org.*