



UNE CARTE DU QUARTIER EUROPÉEN À BRUXELLES

ÉDOUARD

Français, 56 ans, Édouard a fait partie de la promo Jupiter du Collège d'Europe à Bruges, une école qui forme les spécialistes des institutions européennes. Il a travaillé deux ans pour la Commission puis comme assistant parlementaire. Il s'est fait ensuite recruter par une association professionnelle. Bon communicateur et senior dans son métier, il sait à qui parler pour faire pencher la balance du côté de ses clients. Il est expert du secteur de l'agroalimentaire et représente les intérêts de l'industrie des boissons sucrées.

Son objectif :
ne pas introduire de taxe soda européenne.

- 1 Monitoring :** Édouard suit l'actualité législative pour ses clients. Il dépouille la presse européenne, les questions parlementaires, les ordres du jour, les amendements déposés. Il regarde les interventions des eurodéputés pour en savoir plus sur la position des pays sur une taxe soda européenne.
- 2 Déjeuner à la Maison du Luxembourg** avec un fonctionnaire de la Commission : Édouard veut connaître l'avancée des discussions sur la taxe européenne sur les sodas. Le fonctionnaire lui montre le brouillon du projet de loi en question, ce qui permet à Édouard de savoir quel argument il peut utiliser pour le ralentir.
- 3 Dîner et remise du Prix européen de la meilleure campagne d'Affaires publiques :** Édouard présente des entreprises à des fonctionnaires et eurodéputés. Cet événement permet de faire discuter le privé et le public autour d'un verre et d'un bon repas. Édouard cherche également à recruter de nouvelles personnes issues du public pour son équipe.
- 4 Rencontre avec un scientifique :** Édouard propose de financer la réalisation d'une étude sur le cholestérol pour s'opposer aux études qui font un lien direct entre le sucre et certaines maladies.
- 5 Rendez-vous avec un leader d'opinion :** Édouard rencontre une personnalité médiatique du football et quelques joueurs connus lors d'une conférence qu'il a organisée. Des médias sont présents pour couvrir l'événement, c'est l'occasion pour Édouard de rappeler que le soda n'est pas mauvais pour la santé tant qu'on fait du sport.
- 6 Afterwork :** il retrouve une fois par mois les amis de sa promo du Collège d'Europe. Ils et elles en profitent pour partager leurs infos sur les députés, ceci les aide à mettre à jour leurs carnets d'adresses.



IGOR

Polonais, 33 ans, Igor a fait des études de droit européen. Devenu juriste, il a fait plusieurs stages dans des entreprises du monde de la technologie. Il a été par la suite embauché en tant que spécialiste juridique dans une équipe de lobbying protégeant les positions des multinationales des technologies de l'information et de la communication.

Son objectif :
limiter le taux d'imposition maximum des GAFAM, les « géants » du numérique.

- 7 Politico magazine :** Igor lit la revue d'actualité taillée sur mesure pour l'industrie numérique.
- 8 Préparation d'une position pour son secteur industriel :** Igor doit connaître tous les enjeux de la taxe GAFAM pour pouvoir bâtir un argumentaire le plus convaincant possible. Il récolte notamment les arguments des pays qui sont opposés à cette taxe : le nombre d'emplois fournis par les GAFAM, les dons offerts pour faire vivre des ONG dans l'UE...
- 9 Coordination d'une position commune avec les GAFAM :** Igor rencontre une équipe de lobbyistes des différents GAFAM pour écrire une position. Celle-ci sera diffusée partout pour que le message porté ait plus d'impact. « Les GAFAM

proposent des services pour la plupart gratuits. Les taxer entraînera inévitablement des coûts pour les consommateur·ices qui ne veulent pas ça ».

- 10 Rendez-vous chez un Think Tank :** Igor a recours aux services d'un groupe de réflexion. Cet accompagnement en communication « positive » est cher mais de qualité. Il souhaite produire une publication référencée par des articles scientifiques. Celle-ci mettra en évidence l'augmentation des prix des services des GAFAM engendrée par la taxe. Les consommateur·ices seraient au final les seuls perdants dans cette affaire.
- 11 Entretien avec un journaliste de la presse économique :** on interroge Igor en tant qu'expert du secteur des technologies. Il donne son avis

sur la taxe GAFAM en répétant ses éléments de langage.

- 12 Afterwork :** Igor donne souvent rendez-vous ici aux nouveaux assistant·es parlementaires qui vont s'occuper du marché numérique. Ils et elles font connaissance. Igor leur fait découvrir le quartier européen. Il en profite pour poster un selfie avec les « nouveaux » sur les réseaux sociaux.

1 Acronyme pour Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft.

URSULA

Allemande, 44 ans, Ursula est diplômée d'un master en sciences politiques de l'université de Cambridge. Elle a travaillé 10 ans pour la représentation permanente de la République fédérale d'Allemagne à l'UE. Elle s'est ensuite reconvertie dans les relations publiques. Elle est cheffe de la communication d'un cabinet de conseil spécialisé dans les pesticides.

Son objectif :
maintenir la commercialisation du glyphosate.

- 13 Politico magazine :** Ursula lit la revue privilégiée des fonctionnaires européens et des lobbyistes, subventionnée par des entreprises. La lettre d'info du jour a été financée par son cabinet. Elle appelle son collègue en charge du dossier pour le féliciter.
- 14 Contact téléphonique informatif :** Ursula appelle des anciens collègues de la représentation allemande auprès de l'UE pour en savoir plus sur la position de l'Allemagne concernant la prolongation du glyphosate.
- 15 Rendez-vous du groupe d'expert·es** sur le renouvellement du glyphosate : Ursula demande à la Direction Générale Santé de la Commission de se positionner sur la question des étiquettes

sur les produits au glyphosate. Leur taille doit être plus grande pour une meilleure lisibilité en faveur des agriculteur·ices utilisant le pesticide. Son but est de préserver la commercialisation de ces produits et de transférer la responsabilité d'effets nocifs collatéraux sur les utilisateur·ices.

- 16 Consultation d'un cabinet d'avocat·es :** Ursula se renseigne sur ce qui est possible de faire pour ralentir le processus de prise de décision contre le renouvellement du glyphosate. Le cabinet lui propose d'écrire un amendement sur le manque de preuves et d'études fiables sur le sujet.
- 17 Organisation d'un débat-déjeuner sur l'agriculture moderne** avec l'intervention d'un parlementaire : Ursula répète le mot d'ordre du secteur

des pesticides, « à ce jour, il n'y a toujours pas de consensus scientifique clair sur le glyphosate. Il faut donc maintenir sa commercialisation jusqu'à preuve du contraire ».

- 18 Afterwork :** Ursula a l'habitude de se rendre à la Place du Luxembourg pour retrouver des journalistes et discuter de l'actualité. Les journalistes relayent les infos données par Ursula sur les réseaux sociaux.

LÉGENDE

- Un aperçu des lobbies et entreprises
- Un aperçu des institutions européennes
- Des habitations, bureaux et des bâtiments vides

LOBBYING ?

LE Selon le CEO (*Corporate Europe Observatory*⁴, une ONG qui surveille les lobbies à Bruxelles), « le lobbying est souvent défini comme une **action visant à influencer**, directement ou indirectement, un **processus décisionnel en faveur de groupes d'intérêts particuliers**. Il inclut de nombreuses formes différentes de communication et de campagnes dont le but est de **convaincre les décideur-ses de soutenir** ou de **rejeter** telle ou telle **politique** ». Cependant, il est nécessaire de distinguer le lobbying des ONG, qui a pour vocation de soutenir un intérêt public, du lobbying industriel se concentrant sur des intérêts privés et lucratifs.

Le lobbying à Bruxelles, capitale des institutions européennes, est **extrêmement banal**, c'est une affaire quotidienne. Contrairement à ce que l'on pourrait penser, le lobbying, en particulier industriel, n'est pas une dérive de l'UE mais en est une partie intégrante dans son processus de décision. L'UE s'est construite à partir d'une relation non

délimitée entre le public et le privé pour construire sa légitimité en tant qu'Union. Les rencontres informelles entre fonctionnaires et lobbyistes sont continues. Il est très fréquent que **d'anciens fonctionnaires travaillent pour des lobbies industriels**. Ils et elles vendent alors leurs connaissances des institutions européennes et leurs réseaux professionnels au secteur privé, et que des lobbyistes industriels entrent dans les institutions pour se reconverter. Le passage du privé au public et inversement a même un nom : le système des « **portes tournantes** ». De nombreux-ses fonctionnaires européens exercent également d'autres fonctions dans le privé (membre d'un conseil d'administration d'une entreprise, consultant-e, avocat-e...) et cela n'est actuellement pas considéré comme un **conflit d'intérêt** pouvant porter **préjudice à l'intérêt public**.

⁴ corporateeurope.org/fr

⁵ Lobby Planet Bruxelles, *Petit guide de la lobbyeratie à Bruxelles*, Corporate Europe Observatory, Bruxelles, Octobre 2017, p.6



Cette carte est née de l'envie d'informer tout-e citoyen-ne sur le fonctionnement des lobbies industriels, et en particulier, de rendre explicite leur rôle majeur dans les processus de prise de décision de l'Union européenne (UE). Nous avons volontairement fait le choix d'aborder exclusivement le lobbying sous l'angle des pratiques du secteur industriel car il nous semble nécessaire de mettre en lumière un « **système qui maintient structurellement et durablement à l'écart des décisions politiques une large part des citoyens** »¹. Le lobbying industriel dépense au minimum 1,5 milliard d'euros² par an pour faire entendre ses intérêts auprès des décideur-ses européens. Certain-es lobbyistes, au service des industries, gagnent souvent un salaire plus élevé que celui que touchent les Commissaires européens. Face à ces sommes d'argent colossales dépensées, le lobbying pour l'intérêt public des associations et des ONG³ a une emprise limitée sur les décisions européennes et leur élaboration.

Puisqu'une grande partie des directives européennes sont directement implémentées dans les lois nationales des membres de l'UE, les influences industrielles qui pèsent sur elles (et qui en sont à l'origine) doivent être connues de toutes et tous.

À travers cette carte, vous découvrirez des stratégies employées par les lobbies industriels pour influencer les lois européennes. Vous suivrez le parcours de trois lobbyistes fictifs, leurs activités, les lieux qu'ils et elle fréquentent pour répondre à leur objectif principal (ce pour quoi ces lobbyistes sont payés). Cette carte a pour décor le quartier européen à Bruxelles où institutions européennes, représentations nationales, régionales, cabinets de conseil, avocat-es et entreprises y sont concentrés, parfois partagent le même bâtiment.

Cette carte propose sur son verso quelques informations clés pour mieux comprendre cet univers.

¹ Laurens Sylvain, *Les courtiers du capitalisme. Milieux d'affaires et bureaucraties à Bruxelles, Marseille, Agone, 2015, p.12*

² Lobby Planet Bruxelles, *Petit guide de la lobbyeratie à Bruxelles*, Corporate Europe Observatory, Bruxelles, Octobre 2017, p.6

³ Organisation Non-Gouvernementale.



LA CAPITALE EUROPÉENNE

BRUXELLES, À Bruxelles, environ **25 000 lobbyistes** travaillent dans le quartier européen et en grande majorité **pour le secteur privé**. Paradoxalement, le nombre déclaré, sur un **registre de transparence** établi sur une base volontaire, n'en représente que la moitié : **11 250 lobbyistes y sont inscrits**. Parce que Bruxelles concentre un nombre important d'institutions européennes et nationales avec les représentations des gouvernements

DES **LOBBIES** de chaque État membre, les moyens consacrés pour faire pression et infléchir les réglementations sont considérables (**au minimum 1,5 milliard d'euros** selon le CEO). Au sein de la capitale des lobbies, tout le monde n'est pas logé à la même enseigne : les organisations de la société civile n'ont généralement pas le même budget que le privé pour représenter les intérêts de la population. Ceci constitue un **déséquilibre important**.

LES PRINCIPALES INSTITUTIONS EUROPÉENNES



LE PARLEMENT :

Il est **élu tous les 5 ans** par les électeur-ices des États membres de l'UE. Il n'a pas le droit de proposer des textes de loi mais son pouvoir législatif (en co-décision avec le Conseil) lui permet de **modifier les propositions de directives de la Commission**. Il représente donc une cible de second plan pour les lobbies. Une des principales méthodes employées est de soumettre des **amendements déjà rédigés** aux parlementaires européens. Selon le CEO, le nombre d'amendements déposés est alors « un bon indicateur de l'intensité du lobbying s'exerçant sur une décision du Parlement ».



LE CONSEIL DE L'UNION EUROPÉENNE :

C'est l'organe qui regroupe les ministres des États membres. Il adopte le budget de l'UE et les textes de lois avec le Parlement. Il coordonne l'orientation des politiques budgétaire, économique et sociale des États membres afin qu'elles respectent les lignes politiques de l'UE. Il définit la politique étrangère et de sécurité commune de l'UE. Toutes ses missions sont préparées par des fonctionnaires nationaux des différents États membres pour aider les ministres dans leur travail. Aucune information interne n'est publique c'est pourquoi cet organe est considéré comme le **plus opaque** de l'UE.



LA COMMISSION :

C'est elle qui propose les directives (lois) qui vont ensuite être votées au Parlement européen. La direction politique de la Commission est constituée d'un-e représentant-e de chaque État membre, soit 27 commissaires. Le nombre de fonctionnaires à la Commission est aux alentours de **33 000** ce qui est peu pour une institution censée réfléchir à des réglementations s'appliquant à **511,8 millions d'habitants**. Les fonctionnaires de la Commission possèdent donc **beaucoup de pouvoir mais pas assez de moyens**. Puisqu'elle n'a pas assez d'employés pour développer sa propre expertise dans tous les domaines (agriculture, santé, climat, commerce, sécurité...), elle doit faire appel à des **expert-es externes** qui peuvent être des membres de gouvernements nationaux, des universitaires, des ONG et des lobbyistes. Ils et elles donnent leur définition des problèmes, des besoins de la population européenne et proposent leur vision pour y répondre. Ils-elles sont réunis par les **Directions générales de la Com-**

mission (DG) qui représentent ses différentes administrations, équivalentes à des ministères au niveau national (Affaires économiques et financières, Éducation et culture, Emploi, Recherche et innovation...). En tant que « **groupe d'expert-es** », ils-elles esquissent les orientations des nouvelles lois et politiques de l'UE. Il existe environ 800 groupes d'expert-es qui sont constitués, en dehors des membres gouvernementaux, à **70% de représentant-es des intérêts privés** et ce sont souvent les mêmes profils voire les mêmes personnes que l'on y retrouve. Pour être le plus efficace possible en lobbying, il faut donc agir en amont, dans la définition du problème, des « besoins » et de l'écriture de la loi. Il est donc nécessaire de tisser des liens avec les fonctionnaires de la Commission, cibles privilégiées des lobbies et de faire partie des groupes d'expert-es.

⁶ Lobby Planet Bruxelles, *Petit guide de la lobbyeratie à Bruxelles*, Corporate Europe Observatory, Bruxelles, Octobre 2017

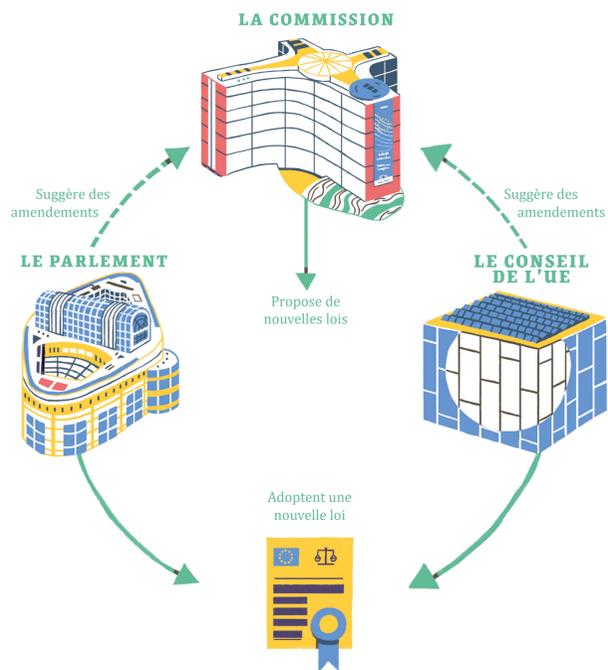


Illustration inspirée du schéma dans Lobby Planet Bruxelles, Corporate Europe Observatory et l'Observatoire des Multinationales, octobre 2017, p.8

PROFESSION : LOBBYISTE

Le métier de lobbyiste est plutôt **affaire de relations et de réseaux**. Être **sympathique** est donc nécessaire pour faire carrière. Il n'y a pas de cursus universitaire particulier à suivre pour le devenir bien que de plus en plus d'écoles proposent des formations sur mesure. La plus connue d'entre elles est le **Collège d'Europe** situé à Bruges où s'y côtoient souvent des filles et fils de fonctionnaires européens.

Le profil des lobbyistes étant varié (études juridiques, politiques, économiques...), ils et elles peuvent exercer leurs compétences en tant que consultant-e ou salarié-e dans un cabinet de conseil, une entreprise privée, un cabinet d'avocat-es ou dans un **Think Tank** (groupe de réflexion privé).

Les lobbyistes et les fonctionnaires européens évoluent souvent dans le **même environnement**, voisin-es, camarades de promo ou de stages voire ancien-nes collègues. Ils et elles partagent des compétences en commun, de fines connaissances des mécanismes institutionnels européens et **fréquentent quotidiennement les mêmes lieux** au sein du quartier européen.



ET LES ÉTATS DANS TOUT ÇA ?



L'Union européenne a souvent mauvaise presse. Les États membres n'hésitent pas à l'incriminer lorsqu'il s'agit de mesures impopulaires, de mauvaise « conjoncture économique » et d'austérité budgétaire. Pourtant, **derrière l'Union européenne**, il y a les États, que ce soit dans les institutions européennes (Commission, Parlement, Conseil) ou à leurs alentours, avec les différentes **représentations permanentes des États membres auprès des institutions européennes**. Des représentant-es nationaux-les sont également présent-es dans les divers

groupes d'expert-es et comités de la Commission. Les gouvernements nationaux font ainsi partie intégrante du processus législatif et communautaire de l'Union européenne, faisant d'eux une cible indispensable du lobbying. Une enquête du CEO a montré que **les États entretiennent une relation étroite avec les lobbies industriels** présents à Bruxelles : « Les intérêts privés représentent – quand les données sont disponibles – une large majorité des rendez-vous de lobbying accordés par les fonctionnaires des représentations permanentes des États membres à Bruxelles. Les agent-es de la représentation perma-



⁷ États capturés : les gouvernements nationaux, défenseurs des intérêts privés au sein de l'UE, Corporate Europe Observatory, en collaboration avec l'Observatoire des multinationales pour la version française, Février 2019

FAIRE PRESSION, FAIRE CONTREPOIDS : LE PLAIDOYER POUR L'INTÉRÊT GÉNÉRAL



Face à l'emprise des lobbyistes industriels-les, **des citoyens et citoyennes** essayent, tant bien que mal, de **s'intéresser au fonctionnement de l'UE** et de **comprendre ses processus de décision**. Ils et elles analysent les stratégies des lobbies du secteur privé pour pouvoir **mettre en**

garde la population sur leur poids dans les orientations politiques. Des organisations non-gouvernementales, des associations, collectifs et personnalités plaident pour l'**intérêt général** afin de faire entendre les **voix citoyennes** et exercer une influence sur les **responsables politiques**.

Pour n'en citer que quelques-un-es : Corporate Europe Observatory, Les Amis de la Terre Europe, Finance Watch, Transparency International, Agir pour la Paix, Oxfam International, Attac, Financité, L'Observatoire des multinationales, Transnational Institute, Désorceler la finance, Euros For Docs (en France), LobbyControl (en Allemagne)...



PAROLES DE LOBBYISTES

« Dans le lobbying vous voyez le résultat cash, vous réussissez ou vous ratez, y'a pas d'entre deux. »

« Le métier de lobbyiste c'est faire du plaidoyer, c'est aussi représenter et défendre des intérêts comme un avocat pourrait le faire pour un criminel (rire) ou pour quelqu'un d'innocent. »

« Le travail de lobbyiste, c'est savoir : à qui il faut parler, qui peut causer sur un dossier ou pas... parler à la bonne personne et au bon moment. »

« J'ai commencé à travailler au Parlement européen, comme assistant parlementaire. J'ai d'abord été du côté des gens qui reçoivent des lobbyistes avant de passer du côté du lobbying. »

« Le problème à Bruxelles n'est pas tellement d'avoir un premier rendez-vous, le problème c'est d'avoir le deuxième. Lors de la première rencontre vous devez apporter quelque chose. Un bon lobbyiste, c'est un facteur de solution. Un mauvais lobbyiste, c'est un facteur de problème. »

Remerciements

Cultures&Santé remercie **Lora Verheecke** pour sa précieuse expertise et le temps qu'elle nous a consacré pour mener à bien cette production.

Nous remercions chaleureusement **Aline Fares** pour ses conseils et son aide.

Nous tenons à remercier **les lobbyistes** que nous avons rencontrés pour leur accessibilité et leur disponibilité.

Réalisation : Cultures&Santé asbl
Éditeur responsable : Denis Mannaerts
Rue d'Andelecht 148
1000 Bruxelles
EP 2019
D/2020/4825/4
Cette carte peut être commandée gratuitement auprès de notre centre de documentation
cdoc@cultures-sante.be
+32 (0)2 558 88 10
Avec le soutien de