

Louvain School of Management

Analyse comparative des stratégies employées par le lobby pharmaceutique, gazier et automobile visant à influencer les réglementations de l'UE

Auteurs : GILAIN Henri et MERGEAI Simon

Promoteur(s) : CORNUEL Éric

Année académique 2019-2020

Nos remerciements vont à notre promoteur, le professeur Éric Cornuel pour son aide et ses conseils donnés tout au long de ce mémoire. Nous le remercions pour sa patience et son soutien continu pendant ces deux ans. Nous remercions également Jeannette D pour son témoignage en tant qu'ancienne lobbyiste pour le groupe GlaxoSmithKline. Sa contribution nous a été extrêmement bénéfique en fournissant certains détails manquant sur les stratégies de communication de lobbying européen. Cela nous a constitué un point de départ inestimable pour la suite de nos recherches. Nous sommes également redevables à Paul Grosjean, rédacteur en chef de la revue LOBBY pour son expertise et ses conseils. Enfin, nous souhaitons remercier nos familles et amis qui se sont montrés à la fois indispensables et d'un grand soutien.

A l'heure actuelle, le lobbying attire de plus en plus le regard du grand public et a une connotation plutôt négative. Mais grâce aux mesures pour rendre les activités plus transparentes cette mauvaise réputation s'atténue peu à peu. De plus, le rôle des lobbys est primordial au bon fonctionnement de l'Union européenne notamment avec leur rôle d'expert pour la Commission européenne.

Etant donné l'importance de l'influence des lobbys sur les législations, nous trouvons important et intéressant de montrer comment ce lobbying est effectué au sein de l'UE. Pour ce faire, nous nous sommes intéressés aux différentes stratégies de relation et de communication mises en place par trois secteurs industriels puissants, celles-ci visant à influencer les législations. Nous avons comparé ces stratégies établies par le secteur pharmaceutique, du gaz et automobile dans le but de voir s'il existait une méthode uniforme de lobbying reprise par l'ensemble des lobbys ou si au contraire chaque lobby possède ses propres méthodes. Nous nous sommes également intéressés aux moyens financiers utilisés pour effectuer ces stratégies.

Dans un premier temps, nous avons non seulement défini ce qu'était un lobby, l'évolution de l'activité et les différents

types de lobbys mais également comment fonctionne le système de création des lois de l'UE ainsi que les différents endroits de la chaîne de prise de décisions où l'on peut exercer le lobbying.

Ensuite, pour les trois secteurs étudiés, nous avons identifié les différents acteurs jouant un rôle essentiel pour leur lobby respectif, leurs dépenses pour effectuer leur activité, les affinités pouvant exister avec les pays de l'UE et les acteurs principaux qui s'opposent à leur lobbying. Nous avons également effectué une présentation du secteur expliquant le marché actuel, la consommation, la production, les prix et l'impact du COVID-19 sur le secteur. Et enfin, les différentes stratégies regroupées en deux grandes catégories, les stratégies de relation et celles de communication.

La dernière partie du travail porte sur la comparaison de la puissance des différents acteurs des trois secteurs, ainsi que sur la mise en évidence des différences et ressemblances existant entre les stratégies déployées par les lobbys des secteurs respectifs.

Ce qui nous a permis d'en déduire que malgré des différences de budget de lobbying, les stratégies d'influence employées par les différents secteurs sont sensiblement les mêmes.

Table des matières

A.	Introduction	8
B.	Partie théorique	9
1.	Définition	9
2.	Histoire et développement	10
3.	Les différents types de lobbys.....	13
4.	Fonctionnement du système de création des lois dans l'UE	14
5.	Avis d'une lobbyiste sur son métier	16
C.	Lobby pharmaceutique	17
1.	Histoire de la pharmaceutique.....	17
2.	Acteurs majeurs	19
a)	Pays.....	19
b)	Entreprises.....	21
c)	Associations	22
d)	Acteurs principaux opposés.....	24
3.	Présentation du secteur pharmaceutique européen.....	25
a)	Marché.....	25
b)	Consommation	26
c)	Production	28
d)	Prix.....	29
e)	L'impact du Covid-19 sur le secteur	29
4.	Stratégies du lobby pharmaceutique.....	31
a)	Être un expert.....	31
b)	Revolving door.....	32
c)	Les forums	33
d)	Avoir des relations proches	33
e)	Différentes sources de lobbying	34
D.	Lobby du gaz.....	37
1.	Histoire du gaz naturel.....	37
2.	Acteurs majeurs	39
a)	Pays.....	39
b)	Associations	41
c)	Acteurs principaux opposés.....	43
3.	Présentation du secteur gazier européen.....	45
a)	Marché.....	45
b)	Consommation	47
c)	Production	48
d)	Prix.....	50

e)	L'impact du COVID-19 sur le secteur	51
4.	Stratégies du lobby du gaz	53
a)	Partenaire complémentaire aux énergies vertes	54
b)	Différentes sources de lobbying	55
c)	Être un expert	58
d)	Revolving door	58
e)	L'importance des bonnes relations	59
E.	Le lobby de l'automobile	60
1.	L'histoire de l'automobile	60
2.	Acteurs majeurs	62
a)	Pays	62
b)	Entreprises	62
c)	Associations	64
d)	Acteurs principaux opposés	66
3.	Présentation du secteur automobile européen	67
a)	Marché	67
b)	Consommation	68
c)	Production	70
d)	Prix	73
e)	Impact du COVID-19 sur le secteur	74
4.	Stratégies du lobby automobile	75
a)	Être un expert	76
b)	Revolving door	77
c)	Doubles casquettes	77
d)	Maintenir les relations	78
e)	Forums et Intergroups	78
f)	Différentes sources de lobbying	79
F.	Comparaison	82
1.	Acteurs	82
2.	Les stratégies	85
3.	Impact du COVID sur le lobbying	88
G.	Conclusion	89
H.	Bibliographies	90
I.	Annexes	98

Acronymes

ABPI : Association of British Pharmaceutical Industries
 ACEA : Association des constructeurs européens d'automobiles
 AESGP : Association of the European Self-Medication Industry
 AVGI/pharma.be : Algemene vereniging van de Geneesmiddelenindustrie
 BASF : Badische Anilin- & Soda-Fabrik
 BDEW : German Association for Energy and Water Management
 BEI : Banque européenne d'investissement
 CAN Europe : Climate Action Network Europe
 CCFA : Comité des Constructeurs Français d'Automobile
 CEFIC : Conseil européen des fédérations de l'industrie chimique
 CEO : Corporate Europe Observatory
 CEPS : Center for European Policy Studies
 COP21 : Conference of the Parties
 DIHK : German Chamber of Commerce
 DLR : Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V
 EAACI : European Academy of Allergy and Clinical Immunology
 EFPIA : The European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations
 EGA : European Genome-phenome Archive
 EKHA : European Kidney Health Alliance
 EMA : Agence européenne des médicaments
 EPHA : European Public Health Alliance
 ERS: European Respiratory Society
 ERTICO : l'European Road Transport Telematics Implementation Coordination Organisation-Intelligent Transport Systems & Services Europe
 ERTRAC : l'European Road Transport Research Advisory Council
 EUCAR : European Council for Automotive R&D
 EUCOPE : European Confederation of Pharmaceutical Entrepreneurs
 EUGMS : European Union Geriatric Medicine Society
 FMS : Forum pour la mobilité et la société

GNL : Gaz naturel liquéfié

GRTgaz : Gestionnaire du réseau de transport du gaz

GSK : GlaxoSmithKline

HEAL : Alliance pour la santé et l'environnement

HEV : véhicules électriques hybrides

HTA : Health Technology Assessment

IOGP : Association internationale des producteurs de pétrole et de gaz

LEEM : Les entreprises du médicament

MWh : Mégawatt-heure

ONG : Organisation non gouvernementale

OMS : Organisation mondiale de la santé

PhRMA : Pharmaceutical Research and Manufacturers of America

PIB : Produit intérieur brut

PIC : Projet d'intérêt commun

PPTA : Plasma Protéine Thérapeutiques association

R&D : Recherche et Développement

SFEE : Hellenic Association of Pharmaceutical Companies

SMMT : The Society of Motor Manufacturers and Traders Ltd

SPC : "supplementary protection certificate" ou Certificat complémentaire de protection

SPD : Social Democratic Party of Germany

T&E : Transport & Environnement

TTF : Title Transfer Facility

TTIP : partenariat transatlantique de commerce et d'investissement

TWh : Téra watt-heure

UE : Union européenne

VDA : Verband der Automobilindustrie

VFA : Verband Forschender Arzneimittelhersteller e.V

WLTP : Worldwide Harmonised Light Vehicle Test Procedure

A. Introduction

Nous vivons aujourd'hui en Europe dans une société mondialisée où les multinationales, gouvernements et autres organisations sont en perpétuelle évolution. Notre monde se construit dans un tumulte constant d'opportunités et d'incertitudes. Derrière les prises de décisions européennes qui façonnent notre société se cache en coulisse un acteur controversé en raison de ses connotations négatives et de son implication dans les choix de gouvernances. Pour atténuer cette perspective négative, le terme représentation d'intérêts est généralement utilisé. Il s'agit bien entendu du lobbying dont l'objectif est d'influencer différents intervenants dans les processus de décisions. Toutefois chaque acteur n'est pas armé de la même manière pour affronter les changements continus et rapides de notre époque.

Ce travail vise à expliquer par quels moyens de communication et par quelles relations le lobbying influence l'élaboration des décisions européennes, mais aussi de comparer ces différentes stratégies entre acteurs. Notre décision est de nous concentrer sur le lobbying européen ; pour ce faire nous nous sommes intéressés à trois lobbys influents en Europe : le lobby pharmaceutique, le lobby du gaz et le lobby automobile. Ce sujet sur les stratégies de lobbying nous a rapidement intéressés. Nous voulions connaître ce théâtre bruxellois de prises de décisions et tous les jeux d'acteurs s'y trouvant. Nous nous sommes donc demandés quelles sont les ressemblances et différences entre les stratégies de lobbying mises en place par le secteur pharmaceutique, gazier et automobile ?

Pour aborder cette question, nous avons établi un plan de recherche qui consiste à analyser, grâce au registre de transparence de la Commission européenne, les acteurs influents dans nos trois secteurs. Nous avons également mené des entretiens avec des spécialistes du sujet. Notre recherche a été complétée par la lecture de nombreux rapports officiels d'institutions sur le sujet. Nous souhaitons en effet comprendre les différentes stratégies utilisées par ces lobbys européens ainsi que leur efficacité.

Ce travail est divisé en trois grandes sections afin d'assurer une bonne structure de toutes les informations et analyses disponibles. Dans un premier temps nous analyserons l'aspect théorique et historique autour de la notion de lobby. Dans un second temps nous analyserons nos trois lobbys séparément. Nous commencerons par l'histoire du secteur suivi de ses acteurs majeurs. Une analyse de l'industrie et des différentes stratégies du lobby sera bien évidemment effectuée. Enfin nous terminerons par une analyse comparative des différentes stratégies observées.

B. Partie théorique

1. Définition

"Le lobbying est habituellement défini comme le fait de chercher à influencer la législation, les politiques ou les règlements, habituellement contre rémunération. Une compréhension étroite du lobbying se concentre uniquement sur les représentations directes des groupes de pression auprès des législateurs. Une définition plus large et plus réaliste inclut les différentes formes de communications et d'activités de recherche qui sous-tendent, informent et soutiennent la préparation de propositions politiques avant que les lobbyistes ne les soumettent aux législateurs et aux décideurs" (ALTER-EU, 2010a).

Étant donné que ce travail est centré sur les lobbys au sein de l'Europe, la définition suivante doit également inclure les éléments suivants : selon la définition de la Commission européenne, le lobbying signifie *"toutes les activités exercées dans le but d'influencer l'élaboration des politiques et les processus de prise de décisions des institutions européennes"* (ALTER-EU, 2010a). Puisque le lobbying est considéré comme un moyen d'influencer le processus décisionnel, nous voulons introduire la définition du plaidoyer. Celui-ci est aussi un moyen d'influencer les décideurs dans certains domaines pour atteindre son but. L'utilisation courante du plaidoyer est basée sur l'envoi d'un élément d'information, d'un message afin d'influencer le décideur. Cela peut se faire notamment par des manifestations, des pétitions, des articles et des campagnes médiatiques. Compte tenu de la définition du plaidoyer et du lobbying, on peut affirmer avec certitude que le lobbying est une forme de plaidoirie. Celle-ci est réfléchie et représente un moyen informel d'influencer les décideurs. Néanmoins, le lobbying a des caractéristiques différentes du plaidoyer : il s'agit d'une communication ouverte, travailler à influencer en tirant parti de l'intérêt des différentes parties prenantes afin de créer une situation de Win-Win. Le lobbying a sa force dans la façon dont il fonctionne : la persuasion et la coopération. Contrairement, le plaidoyer repose sur le fait de forcer le décideur à changer sa décision avec une situation Win-Lose marquée par une stratégie d'attaque et de confrontation forte.

2. Histoire et développement

Le secteur du lobbying en Europe a évolué au cours des 30 dernières années. De plus en plus de lobbyistes s'installent à Bruxelles, attirés par l'importance croissante de la prise de décisions au niveau européen. Aujourd'hui, la majorité des lois et réglementations nationales des États membres sont directement adoptées par l'UE.

À partir des années 80, les lobbyistes des entreprises ont commencé à s'intéresser à ce que l'UE faisait et à la manière dont ils pouvaient l'influencer. On dit qu'à ce moment-là, plus de 15 000 lobbyistes exerçaient une influence active sur les institutions de l'UE et que la plupart d'entre eux avaient leur siège à côté du Parlement européen. Cela place Bruxelles au même niveau que Washington en ce qui concerne le titre de capitale mondiale du lobbying.

À Bruxelles, il y a beaucoup de lobbyistes qui travaillent pour des intérêts commerciaux. Au contraire, les groupes de citoyens et les lobbys d'intérêt public ne sont que peu nombreux. Il y a en fait cinq fois plus de lobbys d'entreprises que de groupes d'intérêt public. Les lobbyistes d'entreprises sont ceux qui ont le plus de ressources financières alors que les lobbyistes d'intérêt public n'ont que leur réputation. Cela donne une bataille inégale quand les deux sont opposés. En effet, les lobbys d'entreprises peuvent embaucher toutes sortes d'experts, créer des groupes de réflexion et autres travaux d'intérêt public avec un personnel restreint.

Le lobbying dans l'UE est un peu unique. En effet, les nombreux liens entre les différents organes de décision au sein de l'Union européenne permettent aux lobbyistes de trouver plus facilement des points d'accès pour défendre leurs intérêts (Oanta & Vasilcovschi, 2014). La complexité du système, en revanche, peut devenir un obstacle. Au départ, la Commission européenne et le Conseil de l'Union européenne étaient les principales cibles des lobbyistes. Cependant, au fur et à mesure qu'il a acquis des responsabilités au fil du temps et des réformes, le Parlement européen a à son tour été pris pour cible par les lobbys. La Commission européenne reste la plus grande institution européenne faisant l'objet de lobbying. En effet, cet organe encourage le lobby et est l'un des principaux responsables de l'application de la loi dans l'UE, ce qui en fait un partenaire important. Le Conseil de l'Union européenne est plus difficile à atteindre pour les lobbyistes car il est particulièrement loyal envers ses états membres.

L'histoire du lobbying a commencé à la fin du XVIIIe siècle, après la révolution américaine. En effet, à cette époque a été créée la Constitution américaine dont l'un des principaux amendements est le droit pour chaque citoyen de se rassembler et d'exprimer son point de vue

à ses dirigeants. Dans le même temps, la France abolissait les entreprises et rendait difficile le rassemblement des personnes exprimant leurs intérêts. Cela a duré jusqu'à la fin du 19^e siècle où de nouvelles lois ont permis une action concertée et la création de syndicats et d'associations professionnelles.

La première action apparemment lobbyiste en France a été menée par Michelin quand l'entreprise a recueilli plus de 200 000 signatures pour avoir des routes numérotées. Le monde du lobbying a continué d'évoluer, en particulier entre les deux guerres mais c'est véritablement avec la création de l'Union européenne que le lobbying a vraiment décollé. Effectivement, la création de la Commission européenne ainsi que le traité de Rome en 1958 ont changé beaucoup de choses. La Commission a commencé à consulter les groupes privés concernés et à leur demander conseil avant de mettre en place ses politiques. Cette culture du dialogue et de la concertation s'est maintenue et développée pendant de nombreuses années, tant elle fait désormais partie de l'identité de la construction européenne. Le développement de la politique agricole commune en est un bon exemple, et représente encore aujourd'hui une grande partie des dépenses de l'UE, par rapport à sa taille relative dans le PIB des États membres. La fin des années 1980 avec les négociations et les discussions autour de Jacques Delors (président de la Commission à l'époque) et de son Livre blanc fut un autre grand développement en la matière. Les différents élargissements de l'UE, en particulier l'arrivée des pays de l'Est qui a apporté la nécessité d'une nouvelle structure régionale pour les aides au développement, ont aussi apporté beaucoup de changements. Le traité de Maastricht et le transfert progressif des fonctions de régulation entre les États membres et l'Union Européenne ont également permis au lobbying d'évoluer. Bruxelles est encore aujourd'hui la deuxième plus grande ville du monde en concentration de lobbyistes (Michael CLAMEN, 2014).

Le lobbying a encore changé récemment. Le développement international de toutes sortes d'échanges a rendu indispensable la participation des organisations et des actions de lobbying à l'international ainsi que le développement de nouveaux sujets. De plus, la révolution Internet a apporté de nouveaux besoins, de nouvelles informations et de nouvelles façons de penser. Le lobbyiste moderne est maintenant confronté à beaucoup plus d'informations qu'auparavant et il doit donc choisir soigneusement ce qu'il veut utiliser. Il doit donc désormais construire des cas et pas seulement donner des informations.

Les nouvelles méthodes qui ont été mises à disposition sur Internet ont également profité aux organisations non gouvernementales (ONG). De fait, ces organisations ont vu de nouveaux moyens d'action disponibles et ont vu leurs positions renforcées par l'arrivée de cette nouvelle

technologie. Les ONG jouent un rôle important dans le lobbying. Grâce à leur image souvent positive, ils peuvent avoir une grande influence sur la population et donc sur les décideurs. En effet, les objectifs de ces organisations sont souvent l'écologie, l'environnement, les droits de l'homme, etc. Même si cette image est peut-être idyllique, elle permet aux ONG d'avoir une bonne crédibilité.

Il existe différentes façons de faire du lobbying. Certains se servent de l'opinion publique pour aider leur cause, mais le meilleur type de lobby est souvent celui dont le public n'a pas entendu parler. Le lobbying change également en fonction du type d'organisation dans laquelle il s'exerce. Les lobbys peuvent être représentés dans différents types d'organisations tels que les secteurs économiques ou sociaux, entreprises, cabinets d'avocats, consultants en affaires publiques, représentants des autorités locales et régionales... (Michael CLAMEN, 2014).

Il faudrait encore au lobbying une véritable légitimité, un cadre juridique. Il occupe donc une position très discutable dans la décision publique. En effet, dire que le lobbying est indispensable signifierait que les décideurs ont besoin d'influence, ce qui reviendrait à dire que le système démocratique est en train d'échouer. Cependant, un système démocratique a besoin de citoyens exprimant leurs préoccupations, ce qui peut se faire par le biais du lobbying. Nous pouvons donc dire qu'un bon lobbying serait bénéfique car il aiderait les décideurs. Toutefois, il existe aussi du mauvais lobbying, des organisations qui influencent des décideurs, pour leurs propres intérêts.

3. Les différents types de lobbys

Le registre de transparence est un des principaux outils créés conjointement dans le cadre d'un accord interinstitutionnel entre la Commission et le Parlement européen en 2011. Celui-ci *“s'applique à toutes les organisations et à toutes les personnes agissant en qualité d'indépendants qui exercent des activités visant à influencer les processus de prise de décisions et de mise en œuvre des politiques des institutions de l'Union européenne. En mettant la lumière sur les intérêts défendus, les entités qui les défendent et les ressources dont elles disposent”* (European Parlement & European Commission, 2018).

Selon le registre de transparence, les lobbys peuvent être séparés en 6 catégories d'enregistrement (Parliament & European Commission, 2018).

La première catégorie (catégorie I) est composée des différents cabinets de consultants spécialisés, cabinets d'avocats et consultants agissant en qualité d'indépendants. Les inscriptions pour celle-ci sont en légère diminution mais restent aux alentours des 10%.

La catégorie II est celle des “représentants internes”, groupements professionnels et associations syndicales et professionnelles”. Nous retrouvons donc parmi les différents inscrits de cette catégorie : les “sociétés & groupes” (38,82%), les “associations syndicales et professionnelles” (14,98%), les “groupements professionnels commerciaux ou industriels” (40,58%) et les “autres organisations” (5,62%).

La troisième catégorie “organisations non gouvernementales” reste la seconde catégorie la plus représentée avec 26,54%. Celle-ci se compose des différentes organisations non gouvernementales, plates-formes, réseaux et assimilés.

Les trois dernières catégories ont la plus faible répartition des représentants d'intérêts avec un total ne dépassant pas les 14%. Il s'agit de la catégorie IV “Groupes de réflexion, organismes de recherche et institutions académiques”, de la catégorie V “Organisations représentant des églises et des communautés religieuses” et de la catégorie VI “Organisations représentant des autorités locales, régionales et municipales, autres entités publiques ou mixtes, etc.” (Parliament & European Commission, 2018) (Annexe 1).

4. Fonctionnement du système de création des lois dans l'UE

Pour expliquer comment les lobbys fonctionnent, comment ils influencent et où ils entrent en jeu dans le système de création de loi et de traité, il est important d'expliquer comment les lois sont établies et votées au sein de l'Union européenne.

Le processus le plus courant est une procédure de codécision aussi appelée procédure législative ordinaire. Celui-ci implique principalement 3 institutions européennes : la commission européenne, le conseil de l'UE et le parlement européen. C'est la Commission européenne qui va initier la procédure législative en faisant une proposition de loi relative à un des domaines de compétence de l'Union européenne. Ensuite, la commission va soumettre cette proposition de loi au conseil de l'UE et au parlement européen. Ces deux institutions ont autant de pouvoir l'une que l'autre dans la décision de création de cette nouvelle loi. Cependant, les deux institutions ne recevront pas la proposition de loi en même temps. Dans un premier temps, le parlement va recevoir la proposition et devra soit l'accepter, soit la modifier et ensuite l'envoyer au conseil de l'UE qui devra également accepter ou modifier le texte. Il s'agira de la première lecture des textes pour les deux institutions. Si le conseil de l'UE a choisi d'accepter la proposition (modifiée ou non par le parlement) le processus de création de la nouvelle loi sera terminé et le texte sera adopté. Mais si le conseil de l'UE veut modifier la proposition de loi, la deuxième lecture prendra place. Cette deuxième lecture sera similaire à la première sauf que le parlement aura en plus la possibilité de rejeter la proposition de loi. L'autre différence majeure c'est que lors de la première lecture il n'y avait pas de délai pour les votes alors que durant la deuxième lecture il y a un délai de trois mois avec la possibilité d'avoir une prolongation d'un mois (Parlement européen, s. d.). Si à la fin de la deuxième lecture des textes par les deux institutions, il n'y a toujours pas de compromis, un comité de conciliation sera réuni pour trouver un terrain d'entente. Ce comité assurera donc le rôle de médiateur et sera composé de membres du parlement, du Conseil de l'UE et de la Commission. Soit ce comité trouvera une proposition qui conviendra à tous les membres présents dans un délai de 6 semaines, soit la proposition de loi sera abandonnée. Si un accord a été trouvé au sein du comité alors la troisième et dernière lecture prendra place où les deux institutions approuveront ou non la dernière tentative de loi (Toute l'Europe.eu, 2017).

Maintenant que nous connaissons le processus de décision des nouvelles lois, nous pouvons essayer de voir où les lobbys vont essayer de l'influencer. Tout d'abord, il faut savoir que les lobbys ne sont pas présents qu'à un seul endroit. En effet, nous pouvons les retrouver à

différents niveaux de la chaîne de prise de décisions. Premièrement, ils peuvent être présents à la base de la création de loi en proposant des lois à la commission européenne tout comme les citoyens peuvent le faire. Deuxièmement, lorsque la commission essaye de mettre en place une loi, il est fréquent que l'on fasse appel à des experts qui peuvent être des externes aux institutions européennes. Parmi les experts externes, nous retrouvons des universitaires, des membres d'ONG ou des lobbyistes. Le troisième endroit, où nous pouvons les retrouver, qui est celui auquel tout le monde pense lorsque nous parlons de lobbys, est à la commission européenne en influençant les différents députés pour obtenir le vote dans le sens qui les arrange le mieux. Un dernier endroit où nous pouvons les retrouver, mais qui n'est plus vraiment dans le processus de création de loi, est dans les contrôles de celle-ci. En effet, les lobbys exercent aussi des pressions sur les agences réglementaires qui contrôlent le respect des normes de secteur spécifique (Dagorn & Horel, 2019).

Lorsque nous voyons tous ces endroits où les lobbys peuvent intervenir, nous constatons qu'il peut facilement y avoir un problème de transparence. C'est ce que la commission a également remarqué et a essayé d'y remédier en mettant en place le registre de transparence. Cependant, avant le 31 janvier 2019, la transparence des lobbys n'était pas vraiment garantie car le registre était facultatif et sans aucun attrait pour les lobbys. Mais dans l'optique d'encore augmenter la transparence des lobbys, la commission a amélioré le règlement afin de le rendre plus attractif pour les lobbys mais également plus efficace. En effet depuis février 2019, les lobbys ont un avantage à s'inscrire sur le registre car seuls ceux qui y sont inscrits auront le droit de rencontrer les députés, d'avoir accès au parlement et aux activités qui s'y dérouleront. De plus, des règles plus strictes ont été instaurées pour les députés. Ceux-ci devront communiquer toutes les réunions planifiées avec des représentants d'intérêt présent sur le registre ainsi que de publier un rapport de la rencontre (Nicolle, 2019).

5. Avis d'une lobbyiste sur son métier

Rôle du métier

Pour elle, le rôle premier d'un lobbyiste est d'améliorer les législations et est un acteur important de la démocratie car tout le monde peut être représenté. Le lobbying a toujours existé mais n'était pas appelé comme ça, par exemple pour les fermiers c'était les représentants de l'agriculture et pas les lobbyistes de l'agriculture. D'après elle, le terme a une connotation trop négative et est souvent mal vu bien que ça commence à aller mieux. Elle rappelle aussi qu'il y a des lobbyistes pour l'environnement et que même les lobbys les plus riches et les plus puissants ne peuvent pas faire n'importe quoi car il y a des règles strictes. Le métier est très important également pour les entreprises car quand une nouvelle loi est créée les parlementaires ne pensent pas spécialement à l'impact que ça peut avoir sur les entreprises et les lobbyistes leur font part des problèmes qui peuvent être liés à cette nouvelle loi. Le lobby est le moyen de communication entre le monde politique et le monde des affaires ou même des clients (Annexe A).

Le métier

Nous avons demandé en quoi consistait le métier. La semaine d'un lobbyiste peut varier énormément en fonction des différents projets qui leur sont attribués et de leur état d'avancement. Un lobbyiste peut avoir différents projets simultanément car ce sont plutôt des projets continus que spontanés. Mais en dehors de ces projets, le métier consiste essentiellement à surveiller les lois et leurs modifications, à voyager, à se rendre au parlement et à du travail en interne. C'est un métier de relations humaines avec beaucoup de challenges et où il faut réussir à penser différemment pour résoudre des problèmes ou créer des stratégies. En fonction du projet on peut devoir travailler seul comme en groupe. Nous voulions également savoir si être lobbyiste pour une entreprise, pour une association ou en tant que consultant c'était le même métier. D'après elle les trois ne sont pas vraiment comparables car quand tu es consultant tu ne connais pas toute l'entreprise, tu as juste un projet pour lequel tu es payé et on peut te mettre la pression car ce n'est qu'une tâche à réaliser et pour laquelle on t'a engagé. Alors qu'un lobbyiste pour une entreprise va avoir des projets à plus long terme comme nous l'avons expliqué avant donc la pression est moins forte. Être lobbyiste pour une association n'est pas non plus comparable car il s'agit principalement de la relation qu'il a avec les clients et il ne doit pas vraiment créer quelque chose, juste mettre en place ce que veulent les clients donc il y a encore moins de pression. Cependant « ces 3 différents métiers » sont souvent en contact, particulièrement entre les lobbyistes d'une entreprise et d'une association (Annexe A).

C. Lobby pharmaceutique

1. Histoire de la pharmaceutique

Depuis la nuit des temps, l'homme cherche à se soigner que ce soit d'une blessure ou bien d'une maladie afin de survivre. Le concept de traitement existe donc déjà depuis longtemps mais était fortement lié à la botanique. La majorité des soins venait de l'utilisation de plantes qui avaient des propriétés médicinales.

Au XVI^e siècle, c'est-à-dire durant la renaissance, la pharmacie va connaître un tournant historique car celle-ci ne sera plus exclusivement liée à la botanique. En effet, à cette époque la chimie va émerger comme une autre alternative pour trouver des traitements. Cette nouvelle méthode de recherche de soins va s'améliorer au XVIII^e et XIX^e siècles grâce aux savants de ces époques qui ont permis le développement du domaine de la chimie. A cette époque, la production de médicaments se fait en petites quantités et jusqu'en 1920 le secteur sera composé majoritairement de petites entreprises (X. Deroy, 2008). Durant cette même période apparaîtra le début de la production en masse grâce notamment à des recettes chimiques standardisées ainsi que des travaux sur la quinine et la codéine. La première transition de ce modèle artisanal vers un modèle industriel a eu lieu en 1827 en Allemagne avec Heinrich Emanuel Merck qui va produire et vendre des alcaloïdes avec un procédé industriel (R. Walsh, 2010). La première usine à produire uniquement des médicaments sera créée en 1859 par l'entreprise Beecham qui deviendra plus tard GlaxoSmithKline (GSK). D'autres acteurs majeurs du secteur pharmaceutique vont naître pendant cette deuxième moitié du XIX^e siècle notamment Pfizer, Bayer ou Roche (R. Walsh, 2010).

Cependant même si ces processus manufacturiers ont leur origine aux XVIII^e et XIX^e siècles, le développement des grosses multinationales pharmaceutiques que l'on connaît aujourd'hui commencera vers 1950 (X. Deroy, 2008). A cette époque la concurrence va devenir plus concentrée et succédera à un marché très divisé, avec de nombreux concurrents. La concentration du secteur sera moins forte que dans d'autres secteurs industriels à la même époque mais toutes les entreprises chercheront à devenir de plus en plus grosses afin d'augmenter leur budget de R&D. Ce n'est pas le seul changement qui aura lieu à cette époque car après la guerre, le secteur pharmaceutique va connaître un bouleversement avec l'apparition de services de santé nationaux qui vont réguler la prescription de médicaments ainsi que leur remboursement. L'un des impacts importants de ce changement c'est que des prix seront fixés,

ce qui laissera moins de marge aux fabricants et verra également des potentielles questions d'éthique apparaître concernant la vente de médicaments. Cependant le modèle économique de toutes ces entreprises qui consistait à avoir une croissance basée sur l'immense succès d'un médicament et qui permettait de financer la recherche pour de nouveaux produits va s'essouffler car de nombreux produits seront des échecs ou les nouvelles innovations ne seront tout simplement pas rentables. Ce qui va mener à diminuer fortement le profit des gros laboratoires pharmaceutiques à la fin du XXème siècle.

Ce modèle économique va commencer à être remis en question dans les années 80. A cette période les géants de l'industrie vont investir énormément dans la biotechnologie. Cependant les résultats immédiats espérés vont être surestimés et la mutation des anciens produits vers ceux de la biotechnologie va être lente. Ces deux types de médicaments vont coexister et vont être complémentaires pour l'industrie, où nous verrons les anciennes grosses multinationales pharmaceutiques collaborer avec des récentes petites entreprises de la biotechnologie.

2. Acteurs majeurs

a) Pays

Avant de décrire les entreprises influentes et les lobbys du secteur pharmaceutique, il est intéressant de voir quels pays de l'Union européenne ont un secteur pharmaceutique développé et lesquels n'en ont pas. Le but est d'identifier quels pays pourraient être réticents à l'idée de modifier les lois qui affecteraient leur économie nationale. L'objectif est également de voir s'ils sont de grosses puissances européennes ou non, ce qui pourrait expliquer l'absence ou la lenteur des changements.

Pour voir quels pays ont un secteur développé nous avons décidé d'analyser 3 indicateurs différents : le premier étant les dépenses en recherche et développement, ensuite la production et pour finir la valeur de marché

Lorsque nous regardons les investissements en termes de R&D dans l'UE nous pouvons constater que les pays avec plus d'1 milliard d'euros d'investissement sont les suivants : l'Allemagne, le Royaume-Uni, la France, la Belgique, le Danemark, l'Italie, la Suède et l'Espagne (EFPIA, 2018) (Tableau 1). Selon le même rapport de l'EFPIA de 2018, si l'on regarde aux producteurs avec plus de 10 milliards d'euros de production on constate que les pays sont sensiblement les mêmes en retirant la Suède et en ajoutant l'Irlande (Tableau 2). Pour la valeur de marché, on constate que les pays pour lesquels cette valeur est la plus grande sont toujours l'Allemagne, la France, l'Italie, le Royaume-Uni et l'Espagne (EFPIA, 2018) (Tableau 3).

Tableau 1 : Dépenses en R&D du secteur pharmaceutique en Europe en 2016

EFPIA 2016	€ million		€ million
Austria	294	Latvia	n.a
Belgium	2,889	Lithuania	n.a
Bulgaria	n.a	Malta	n.a
Croatia	40	Netherlands	642
Cyprus	85	Norway	126
Czech Republic	77	Poland	289
Denmark	1,497	Portugal	75
Estonia	n.a	Romania	109
Finland	198	Russia	412
France	4,451	Slovakia	n.a
Germany	6,227	Slovenia	180
Greece	42	Spain	1,085
Hungary	178	Sweden	1,104
Iceland	n.a	Switzerland	6,429
Ireland	305	Turkey	66
Italy	1,470	U.K.	5,679
TOTAL			33,949

EFPIA, 2018, p.7, https://efpia.eu/media/361960/efpia-pharmafigures2018_v07-hq.pdf

Tableau 2 : Production pharmaceutique

EFPIA 2016	€ million		€ million
Austria	2,737	Latvia	120
Belgium	12,821	Lithuania	n.a
Bulgaria	121	Malta	n.a
Croatia	615	Netherlands	6,180
Cyprus	180	Norway	745
Czech Republic	n.a	Poland	2,893
Denmark	14,219	Portugal	1,686
Estonia	n.a	Romania	655
Finland	1,721	Russia	4,228
France	19,040	Slovakia	n.a
Germany	29,197	Slovenia	1,936
Greece	895	Spain	15,144
Hungary	3,050	Sweden	7,302
Iceland	89	Switzerland	46,280
Ireland	19,305	Turkey	4,439
Italy	30,010	U.K.	22,445
TOTAL			248,053

EFPIA, 2018, p.11, https://efpia.eu/media/361960/efpia-pharmafigures2018_v07-hq.pdf

Tableau 3 : Valeur de marché du secteur pharmaceutique

EFPIA 2016	€ million		€ million
Austria	3,657	Lithuania	538
Belgium	4,771	Malta	77
Bulgaria	1,026	Netherlands	5,052
Croatia	710	Norway	1,835
Cyprus	180	Poland	5,744
Czech Republic	1,639	Portugal	2,983
Denmark	2,446	Romania	2,547
Estonia	290	Russia	13,269
Finland	2,333	Serbia	564
France	28,362	Slovakia	1,216
Germany	30,815	Slovenia	587
Greece	4,890	Spain	15,595
Hungary	2,225	Sweden	3,917
Iceland	147	Switzerland	5,132
Ireland	1,977	Turkey	7,752
Italy	25,959	U.K.	20,774
Latvia	225		
TOTAL			199,234

EFPIA, 2018, p.15, https://efpia.eu/media/361960/efpia-pharmafigures2018_v07-hq.pdf

D'après ces chiffres, nous pouvons donc dire que l'Allemagne, la France, l'Italie, le Royaume-Uni et l'Espagne seraient les pays les plus touchés par un changement du secteur pharmaceutique, tout comme la Belgique, le Danemark et la Suède mais dans une moindre mesure car la valeur de marché est plus petite dans ces pays. Cette analyse pourrait être un élément de réponse à la question de pourquoi la législation change peu et lentement. En effet les pays les plus touchés sont les pays les plus influents (la France, l'Allemagne et le Royaume-Uni). Mais peut-être que la sortie de l'Angleterre de l'UE (BREXIT) pourrait avoir un impact sur ces législations.

b) Entreprises

Maintenant pour avoir un point de vue plus précis et savoir quelles entités veulent exercer une influence auprès de l'UE nous allons découvrir quelles étaient les 10 plus grosses entreprises du secteur pharmaceutique en 2019 ainsi que l'argent qu'elles déclarent avoir utilisé pour le lobbying.

Pour donner un ordre de grandeur aux dépenses renseignées dans le registre de transparence, il faut savoir que le top 10 des entreprises mondiales du secteur pharmaceutique représentait un total de 1792 milliards de dollars de capitalisation boursière en 2019 et est composé des entreprises suivantes : Johnson & Johnson (\$345,907 milliards), Novartis (\$226,539 milliards), Merck & Co. (\$216,409 milliards), Roche (\$211,409 milliards), Pfizer (\$205,039 milliards), AbbVie (\$128,791 milliards), AstraZeneca (\$124,44 milliards), Sanofi (\$114,421 milliards), GlaxoSmithKline (\$110,224 milliards) et Eli Lilly (\$108,677 milliards) (A. Philippidis, 2019).

Mais ce qui nous intéresse particulièrement c'est l'argent dépensé, tel que déclaré dans le registre de transparence de l'UE par ces 10 compagnies pour voir les moyens mis à disposition. Comme nous pouvons le constater dans le tableau 4, ces 10 multinationales ont déclaré entre 10.130.442€ et 11.780.443€ en 2018. Or ces chiffres sont à prendre avec des pincettes étant donné que le registre est rempli de manière volontaire. De plus, lorsque l'on compare les dépenses entre celles faites aux USA et celles faites en Europe, on constate une énorme différence. Les dépenses en matière de lobbying aux USA selon OpenSecrets.org pour 9 de ces 10 compagnies sont de 45.753.213,93€ soit 4,5 fois plus qu'en Europe.

Tableau 4 : Comparaison UE - USA des dépenses déclarées par les 10 plus grosses entreprises du secteur pharmaceutique

Compagnie	UE 2018**	USA 2018***
Johnson & Johnson	Entre 1.000.000€ et 1.249.999€	6.680.000 \$ = 6.116.543,97€*
Novartis	Entre 2.250.000€ et 2.499.999€	5.950.000\$ = 5.448.119,25€*
Merck & Co.	980.442€	6.890.000\$ = 6.308.830,53€*,
Roche	Entre 1.000.000€ et 1.249.999€	/
Pfizer	Entre 800.000€ et 899.999€	11.450.000\$ = 10.484.195,88€*
AbbVie	Entre 200.000€ et 299.999€	6.100.000\$ = 5.585.466,80€*
AstraZeneca	Entre 700.000€ et 799.999€	2.490.000\$ = 2.279.969,23€*
Sanofi	Entre 1.000.000€ et 1.249.999€	4.680.000\$ = 4.285.243,38€*
GlaxoSmithKline	Entre 1.500.000€ et 1.749.999€	4.560.000\$ = 4.175.365,34€*
Eli Lilly	Entre 700.000€ et 799.999€	7.180.000\$ = 6.574.369,12€*
TOTAL	Entre 10.130.442€ et 11.780.443€	49.968.000\$ = 45.753.213,93€*

*taux de change du 18/03/2020 (1euro = 1.09\$), **registre de transparence de l'Union Européenne consulté le 18/03/2020, ***

OpenSecrets.org consulté le 18/03/2020

c) Associations

Dans cette section nous allons voir, à l'inverse de la partie précédente, les exécutifs et non les commanditaires, c'est-à-dire les lobbys et donc les organisations qui vont influencer directement ou indirectement les législations mises en place par l'UE pour le secteur pharmaceutique.

Comme nous l'avons vu dans la partie théorique de ce travail, il existe plusieurs types d'organisations reconnues en tant que lobby par l'UE et nous allons faire le point sur les lobbys en les différenciant par ces catégories.

Premièrement, il existe de nombreuses associations professionnelles de l'industrie pharmaceutique. Dans une première sous-catégorie, nous avons les associations internationales dont l'European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations (EFPIA) qui est le lobby principal pour le secteur pharmaceutique. Pour montrer à quel point ce lobby est important, nous pouvons appuyer sur le fait qu'au début de la Commission Junkers, en 4 mois et demi, il y a eu plus de 50 rencontres entre ces deux acteurs (CEO,2015c). L'EFPIA aurait d'ailleurs dépensé 5.414.776€ pour exercer son influence. Selon ce qui est indiqué dans le registre de transparence, ce lobby est financé par :

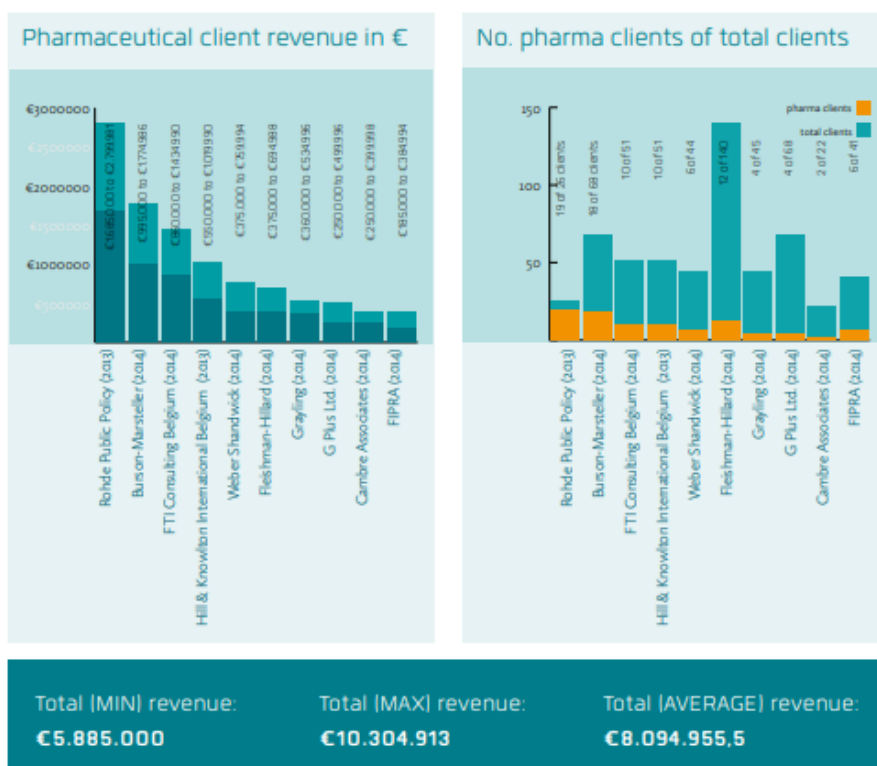
- la plupart des grosses entreprises, au total 39 compagnies du secteur dont l'ensemble du top 10 , qui se trouvent dans la partie précédente et d'autres entreprises comme par exemple Bayer
- 36 associations nationales
- 29 partenaires de recherche
- 2 groupes spécialisés au sein de l'EFPIA : l'European Biopharmaceutical Enterprises et Vaccines Europe

En plus de tous ces liens existants, l'EFPIA joue un rôle dans de nombreux autres lobbys et sert d'expert pour la Commission européenne (CEO,2012). Le reste du top 8 des plus gros organismes européens pharmaceutiques est complété par l'EGA, l'EUCOPE, l'AESGP, Plasma Protéine Thérapeutiques association et la COSTEFF (Annexe 2). La seconde sous-catégorie des associations professionnelles quant à elle est composée des associations nationales où l'on peut retrouver les organisations des différents pays et notamment des plus gros pays pharmaceutiques présentés dans la partie sur les pays. Sont également présentes dans le registre de transparence avec leurs dépenses, Les Entreprises du médicament (LEEM) pour la France (193 050 €), Verband Forschender Arzneimittelhersteller e.V. (VFA) pour l'Allemagne (365 000 €) et Algemene vereniging van de Geneesmiddelenindustrie (pharma.be) pour la Belgique

(48 396 €). Mais d'autres entités nationales en dehors de l'UE sont également présentes telles que l'Hellenic Association of Pharmaceutical Companies (SFEE) (entre 25.000€ et 49.999€) ou la Pharmaceutical Research and Manufacturers of America (PhRMA) pour les USA (entre 100.000€ et 199.999€). Cependant certains pays ne sont pas représentés dans le registre tel que le Royaume-Uni. En effet l'Association of British Pharmaceutical Industries (ABPI) n'y est pas déclarée.

Deuxièmement, il y a les cabinets de consultance en lobbying engagés par les entreprises du secteur pour défendre leurs intérêts. De nouveau pour ce secteur, comme pour les autres types de lobbys, les multinationales sont fortement représentées. Comme le montrent les graphiques ci-dessous, nous pouvons constater que les multinationales du secteur représentaient en 2015 une grosse partie des revenus mais également un grand nombre de clients (proche d'1/10) pour les cabinets de consultance qu'elles employaient à défendre l'intérêt du secteur pharmaceutique. De plus, la somme moyenne d'argent reçue par ce type d'entité en 2015 est comprise entre 5.885.000€ et 10.304.913€ (CEO,2015)(Graphique 5) ce qui est énorme quand on sait qu'en 2018 le top 10 des plus grosses compagnies pharmaceutiques ont déclaré dans le registre entre 10.130.442€ et 11.780.443€ (Tableau 4) de dépenses et qu'en 2015 les acteurs du monde des lobbys dans l'ensemble étaient moins transparents qu'en 2018 et avaient donc tendance à déclarer moins d'argent que ce qu'ils dépensaient réellement.

Graphique 5 : Top 10 des cabinets de consultance par revenu lié au secteur pharmaceutique



Troisièmement, le dernier type d'acteur représentant le lobby sont certaines ONG. Ces organisations ont des noms qui ressemblent à des associations de consommateurs alors qu'en fait, elles sont majoritairement financées par l'industrie pharmaceutique ou ses lobbys. Comme c'est par exemple le cas pour l'European Kidney Health Alliance (EKHA), l'European Respiratory Society (ERS), l'European Union Geriatric Medicine Society (EUGMS) ou encore l'European Academy of Allergy and Clinical Immunology (EAACI) (CEO, 2015c).

d) Acteurs principaux opposés

La société civile la plus influente est l'European Public Health Alliance (EPHA). Celle-ci n'est pas spécifique aux médicaments mais traite tous les sujets qui peuvent avoir un impact sur la santé de la population européenne (CEO, 2012). L'EPHA a renseigné dans le registre qu'elle avait un budget global de 1 413 398 € en 2018. Cependant lorsque l'on compare les moyens des sociétés civiles à ceux des entreprises pharmaceutiques, on peut constater qu'elles ne peuvent pas rivaliser avec celles-ci, que ce soit en termes d'argent, de personnel ou d'accès au parlement. En effet, d'après le rapport de Corporate Europe Observatory de 2015, les 8 plus grosses sociétés civiles qui étudient partiellement les traitements approcheraient seulement un huitième de ce qu'ont dépensé les lobbys pour exercer leurs activités (Graphique 6). En terme, d'employés permanents les lobbyistes travaillant à temps plein sur la question sont 176.5 alors que pour les sociétés civiles, il y a seulement 48.4 personnes qui ne travaillent pas uniquement sur les affaires pharmaceutiques. Ce qui mène également à moins d'accès au parlement et donc moins de rencontres avec les preneurs de décisions (CEO, 2015c).

Graphique 6 : Dépenses des big pharma vs sociétés civiles



CEO, 2015c, p. 9, https://corporateeurope.org/sites/default/files/20150904_bigpharma_web.pdf

3. Présentation du secteur pharmaceutique européen

a) Marché

La première chose à savoir pour le marché pharmaceutique c'est qu'il connaît toujours une croissance. D'après les prédictions de l'IQVIA, la croissance du secteur devrait s'approcher des 3,9% en Europe entre 2017 et 2020 (IQVIA, 2019).

Ensuite, lors de l'analyse du marché mondial pharmaceutique, nous constatons une grande différence entre les pays de l'hémisphère nord généralement plus riches et donc plus enclins à avoir une industrie aussi développée que l'industrie pharmaceutique et les pays de l'hémisphère sud. En effet, historiquement, les régions spécialisées dans la production de médicaments étaient l'Amérique du Nord, l'Europe et le Japon. Mais progressivement nous remarquons qu'il y a un changement dans la composition des plus gros pays en termes de part de marché du secteur pharmaceutique. Les pays émergents commencent à développer leur industrie pharmaceutique, ce qui va avoir un impact sur la répartition des anciens pays présents dans le top 10 des plus gros marchés.

En 2018, les pays d'Amérique du nord restent ultradominants sur le marché pharmaceutique avec presque la moitié des parts de marché (47,5%) dont 45,5% aux Etats-Unis. L'Europe en tant que région est à la seconde place avec 23,2 %. La part des 5 acteurs majeurs identifiés auparavant (Pays) représente 15,7% du marché mondial et sont tous les 5 dans le top 10 des principaux marchés mondiaux. Le top 10 de ce classement 2018 étant complété par le Japon en troisième place avec 7,1% et les deux pays émergents qui viennent bouleverser l'ancienne hiérarchie c'est-à-dire la Chine avec 8,2% et le Brésil avec 2,2% du marché mondial (LEEM, 2019a) (Annexe 3).

Lorsque l'on compare les chiffres de 2018 avec ceux de 2008, nous pouvons constater que les Etats-Unis (+7,9%) ont réussi à augmenter leur part de marché tout comme le Brésil (+2,2%) et la Chine (+8,2%) qui n'étaient pas ou peu présents en 2008 et ceci aux dépens des pays européens (-4,2% en cumulé pour les 5 pays dont 2,2% de perte pour la France), du Japon (-2,8%) et du Canada (-0,3%). Il faut noter qu'une grosse partie des parts de marché gagnée par le Brésil, la Chine et les Etats-Unis provient des pays en dehors du top 10 étant donné qu'en 2018 le top 10 mondial représentait 80,8% du marché mondial alors qu'en 2008 cela représentait seulement 69,6% du marché soit une différence de 11,2% (LEEM, 2019a).

Tableau 7 : Les principaux marchés pharmaceutiques dans le monde en 2008 et 2018

	En % du marché mondial en 2018	En % du marché mondial en 2008	Evolution
Etats-Unis	45,5%	37,6%	=
Chine	8,2%	nd	Entrée à la 5 ^e place en 2009 ↗
Japon	7,1%	9,9%	-1 ↘
Allemagne	4,8%	5,3%	=
France	3,3%	5,5%	-2 ↘
Italie	3,1%	3,3%	-1 ↘
Royaume-Uni	2,3%	2,9%	=
Brésil	2,2%	nd	Entrée à la 10 ^e place en 2010 ↗
Espagne	2,2%	2,9%	-3 ↘
Canada	2,1%	2,4%	-2 ↘

nd : non disponible.

Leem.org, 2019a, <https://www.leem.org/marche-mondial>

b) Consommation

D'après l'IQVIA, d'ici la fin de 2020 l'Europe en tant que continent devrait avoir consommé environ 900 milliards de doses unitaires de médicament. Ce qui représente une augmentation de 100 milliards de doses depuis 2015 (IQVIA, 2015). Mais lorsque nous analysons la consommation de médicaments au sein de l'Union européenne, ce qui nous intéresse ce sont les tendances de consommation et nous en avons constaté plusieurs en fonction des médicaments prescrits ou non.

Tout d'abord, d'après une enquête d'Eurostat conduite entre 2013 et 2015 où chaque personne interrogée indiquait elle-même l'utilisation ou non de médicaments pendant une période de deux semaines avant le sondage, on constate que l'utilisation de médicaments, qu'ils soient prescrits ou non sont consommés davantage par les femmes que par les hommes avec un écart moyen dans tous les pays de l'UE d'environ 10%. Cette différence peut notamment être expliquée par la consommation de pilules contraceptives et de pilules d'hormones pour la ménopause.

Ensuite, la deuxième constatation que l'on peut faire grâce au rapport d'Eurostat concerne l'âge. De manière générale, les personnes âgées (plus de 75 ans) consomment plus de médicaments prescrits que la moyenne tandis que les plus jeunes 15-24 ans sont généralement ceux qui en consomment le moins. Cependant lorsque nous analysons la prise de médicaments non-prescrits, les tendances sont moins claires. Toutefois les jeunes restent ceux qui prennent le moins de médicaments. Pour les tranches d'âges intermédiaires, 25-34 ans et 35-44 ans, la consommation de médicaments non-prescrits est plus grande que pour les médicaments prescrits. Lorsque nous nous attardons sur les personnes âgées, nous constatons deux cas totalement différents. En effet, dans certains pays, les plus de 75 ans sont toujours ceux qui

utilisent le plus de médicaments alors que dans d'autres pays, ce sont les tranches d'âges intermédiaires qui en consomment le plus.

La troisième et dernière tendance que l'on peut dégager de ce rapport, c'est que pour les médicaments prescrits, les personnes ayant au maximum leur diplôme d'études secondaires sont ceux les plus susceptibles de consommer des médicaments, alors que pour les médicaments non-prescrits ce sont à l'inverse les personnes avec le degré d'études le plus élevé qui en consomment le plus (Eurostat, 2019b).

Maintenant que nous avons comparé la consommation entre médicaments prescrits ou non, voyons la consommation par rapport aux autres biens médicaux et aux autres biens et services en général.

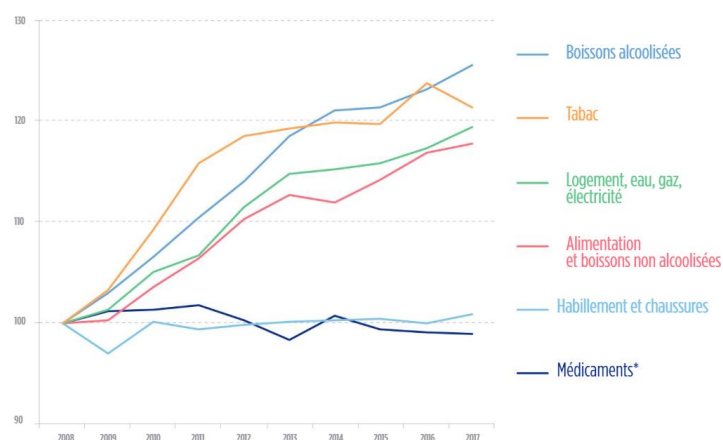
En France selon Leem la consommation de soins médicaux serait de 199.346 millions d'euros en 2017 dont 32.592 millions pour des médicaments c'est-à-dire en moyenne 487 euros par personne. Cependant lorsque nous comparons l'évolution de la consommation de médicaments avec celle des autres biens et services médicaux, on peut se rendre compte que la consommation de médicaments est assez stable entre 2010 et 2017 avec environ 33 milliards. De plus lorsque l'on regarde en termes de pourcentage du PIB, la consommation est restée sensiblement la même depuis 1970 tandis qu'à contrario pour les autres biens et services médicaux les chiffres montrent une augmentation continue de 1970 à 2017 que ce soit en termes d'argent ou en pourcentage de PIB (Tableau 8). Nous pouvons constater la même chose lorsque nous analysons le panier du consommateur. Les consommations d'alcool, de tabac, d'alimentation et frais de logement augmentent alors que la part des médicaments décroît légèrement (Graphique 9) (Leem, 2019b).

Graphique 8 : évolution de la part de la consommation des soins et biens médicaux, et de la consommation de médicaments dans le PIB

Année	PIB	Dont consommation de soins et de biens médicaux		Dont consommation de médicaments*	
		en Md€	en % du PIB	en Md€	en % du PIB
1970	124	6,3	5,1%	1,6	1,3%
1975	233	14,0	6,0%	3,1	1,3%
1980	445	29,3	6,6%	5,1	1,1%
1985	745	55,6	7,5%	9,8	1,3%
1990	1 033	78,5	7,6%	14,7	1,4%
1995	1 196	101,9	8,5%	19,4	1,6%
2000	1 440	114,6	8,0%	24,0	1,7%
2005	1 718	148,1	8,6%	30,7	1,8%
2010	1 999	173,5	8,7%	33,7	1,7%
2011	2 059	178,7	8,7%	33,5	1,6%
2012	2 087	182,6	8,7%	33,0	1,6%
2013	2 117	186,1	8,8%	32,4	1,5%
2014	2 132	191,2	9,0%	33,2	1,6%
2015	2 181	194,0	8,9%	32,7	1,5%
2016	2 229	198,5	8,9%	32,7	1,5%
2017	2 229	199,4	8,7%	32,6	1,4%

* Y compris autres produits pharmaceutiques, produits sanguins, préparations magistrales, honoraires spéciaux du pharmacien d'officine mais hors médicaments hospitaliers.

Graphique 9 : évolution de la consommation de médicaments et quelques autres postes de consommation des ménages



Leem.com, 2019b, <https://www.leem.org/consommation-repartition-et-financement>

c) Production

En matière de production, nous allons analyser plus en détail le tableau 2 de la partie pays. Premièrement, la valeur de la production de l'ensemble des pays européens est de 250.868 millions d'euros (EFPIA, 2019). Le plus gros producteur d'Europe est la Suisse avec 46.280 millions d'euros de production. Elle n'a pas été mentionnée dans la partie pays car elle ne fait pas partie de l'UE, cependant ses intérêts sont représentés auprès de l'UE par la SFEE qui est l'association des groupes pharmaceutiques nationaux.

Tout comme nous l'avons déjà mentionné auparavant les cinq grands pays sont bien les principaux producteurs de l'UE. Toutefois en 2016 le plus important de ceux-ci a changé. En effet, l'Italie a connu en 5 ans une augmentation de 20% de sa production et ainsi dépassé l'Allemagne (Sciences et avenir, 2018). Mais ces 5 pays ne sont pas seuls. Lorsque nous analysons la production nous pouvons voir que d'autres pays ont un impact relativement important sur la production totale de l'UE. Les autres pays en dehors du top 5 de l'UE ayant produit pour plus d'un milliard d'euros sont nombreux : l'Autriche, la Belgique, le Danemark, la Finlande, la Hongrie, l'Irlande, les Pays-Bas, la Pologne, le Portugal, la Slovaquie et la Suède (EFPIA, 2019).

Pour faire un lien rapide entre la consommation et la production de médicaments en Europe, nous pouvons constater que les pays européens produisent plus de médicaments que ce qu'ils en consomment étant donné que leur balance commerciale est positive et s'élève à 101 milliards d'euros d'exportation comme le montre le tableau 10 (EFPIA, 2019).

Tableau 10 : Balance commerciale du secteur pharmaceutique

EFPIA 2016	€ million		€ million
Austria	56	Lithuania	-236
Belgium	7,217	Luxembourg	-117
Bulgaria	-363	Malta	701
Croatia	-314	Netherlands	7,410
Cyprus	29	Norway	-892
Czech Republic	-1,598	Poland	-2,625
Denmark	8,697	Portugal	-1,298
Estonia	-309	Romania	-2,044
Finland	-1,171	Russia	-8,237
France	5,130	Slovakia	-1,276
Germany	24,792	Slovenia	1,349
Greece	-1,794	Spain	-2,704
Hungary	825	Sweden	3,385
Ireland	23,931	Switzerland	41,147
Italy	-1,600	Turkey	-3,313
Latvia	-159	United Kingdom	252
TOTAL			94,871

EFPIA, 2018, p.20, https://efpia.eu/media/361960/efpia-pharmafigures2018_v07-hq.pdf

d) Prix

Le prix des médicaments est très variable et dépend fortement de l'origine et de la nature de ceux-ci. En effet, le prix des médicaments va être influencé par le coût de recherche et développement ainsi que par la quantité que les industries espèrent vendre. En d'autres termes un médicament générique va coûter moins cher à produire qu'un médicament original d'une des grandes firmes pharmaceutiques car il n'y aura pas ou peu de coût de recherche et développement alors que pour les médicaments originaux ces frais sont très élevés. Concernant la nature du produit, un remède pour soigner une maladie rare sera plus cher qu'un médicament pour les maux de tête, étant donné que le nombre de personnes à soigner sera plus faible mais que les coûts de R&D devront quand même être absorbés par la vente du produit final. Nous parlerons à nouveau du prix par la suite étant donné que c'est une des questions clé concernant le secteur et expliquant en partie la raison pour laquelle ces entreprises dépensent autant en lobbying.

e) L'impact du Covid-19 sur le secteur

L'apparition du virus COVID-19 a posé d'énormes défis à l'économie mondiale et aux populations. Avec la progression de cette épidémie, la société a accordé une plus grande attention aux soins de santé et à l'industrie pharmaceutique, ce qui aura des conséquences à la fois positives et négatives sur différents sous-secteurs. À court terme, l'épidémie aura des répercussions diverses sur les entreprises pharmaceutiques, sur les établissements de soins de santé, sur la distribution et la vente au détail de produits pharmaceutiques et sur les assurances maladie. L'impact sur les soins de santé et les industries pharmaceutiques à long terme est

relativement positif. En effet, la demande d'assurance maladie privée va augmenter, actuellement dominée par les prestations sociales de l'État. Les autorités vont favoriser le développement de systèmes médicaux hiérarchisés, en renforçant la compétence des institutions médicales communautaires. De plus, la société sera davantage sensibilisée au contrôle et à la prévention des maladies ainsi qu'aux soins de santé tout en accélérant la digitalisation de l'industrie, comme les hôpitaux sur Internet. Enfin, la valeur du développement et de la commercialisation de médicaments, de vaccins et de dispositifs médicaux par les marchés des capitaux sera renforcée.

Toutefois, nous risquons de connaître une baisse des ventes de médicaments contre les maladies chroniques dans les hôpitaux. Il y a également des risques d'obstruction au recrutement pour la recherche clinique, ce qui pourrait affecter le lancement de nouveaux médicaments. Le nombre de patients cherchant des traitements non urgents ou électifs diminue en raison du coronavirus. Ensuite, l'interruption du trafic affecte les opérations quotidiennes des entreprises de distribution et de vente au détail des pharmacies et les consommateurs dans les pharmacies hors ligne diminuent pour éviter les infections croisées (Xu, Gilbraith, & Cai, 2020).

Enfin, les effets perturbateurs du coronavirus ont exercé une pression énorme sur l'approvisionnement mondial en produits médicaux, augmentant le risque de pénurie. Bien que la production dans diverses industries et régions de Chine ait progressivement repris depuis fin février, les fabricants mondiaux de produits pharmaceutiques et de dispositifs médicaux, qui s'approvisionnent en grande partie directement et indirectement en Chine, sont désormais exposés à des risques élevés de pénurie d'approvisionnement au cours des prochains mois. Ces risques sont principalement dus à la capacité opérationnelle limitée en Chine et à la manière dont la reprise de la production sera priorisée (FTI Consulting, Inc, 2020).

4. Stratégies du lobby pharmaceutique

Comme pour de nombreuses autres industries, la question du prix est une question clé pour gérer son entreprise et les big-pharmas n'échappent pas à cette règle. Cependant les médicaments étant des produits de consommation particuliers, leur prix doit être réglementé afin de permettre à tous un accès à des prix abordables. Par le passé, le problème du prix était principalement présent dans les pays pauvres mais ce problème s'étend maintenant également aux pays riches. Pour montrer son importance, le Financial Times indique que le prix des médicaments augmenterait quatre fois plus vite que le taux d'inflation aux Etats-Unis, ce qui peut nous donner une idée de l'augmentation des prix des médicaments en Europe. Une étude de l'EPHA montre qu'il y a bien un problème : c'est que le traitement de 12 semaines pour soigner l'hépatite C coûte 55.000 € alors que l'estimation du coût de production d'une seule pilule est de moins de 1 euro (EPHA, 2017). Une autre étude, cette fois-ci menée par l'Organisation mondiale de la santé (OMS) démontre qu'il n'y a plus de lien entre les coûts de R&D et le prix des médicaments demandé par les grosses multinationales mais qu'il s'agit uniquement de maximisation de profit. Ces faits ont également été reconnus par la ministre de la santé Hollandaise Edith Schippers en 2016 lors de sa présidence au Conseil européen. Ceci va entraîner une demande de révision du système actuel de leur part. Ce sont toutes ces modifications de réglementations affectant le prix qui sont l'enjeu principal du lobbying des entreprises pharmaceutiques. Parmi ces éléments nous pouvons retrouver les prolongations de brevets, les financements gouvernementaux en R&D, les politiques nationales de remboursements des médicaments et autres avantages. Les différentes stratégies de lobbying que nous allons voir ont toutes pour but d'empêcher une modification du système actuel qui est favorable aux entreprises pharmaceutiques et qui ont un impact sur le prix des médicaments.

a) Être un expert

Le premier moyen d'influencer dont nous allons parler c'est d'être un expert pour la Commission. En effet la Commission n'a pas l'argent et les connaissances suffisantes pour développer une expertise sur chaque sujet qu'elle doit traiter. Elle fait donc appel aux lobbys ou aux entreprises directement pour apporter leurs expertises en la matière. Mais cette expertise va avoir un coût indirect pour la Commission. Elle va en fait perdre son objectivité car les lobbys vont agir en tant qu'expert mais vont aussi en profiter pour faire passer leur intérêt avant ceux des consommateurs.

Cette position d'expert est un vrai avantage pour les lobbys et ce pour plusieurs raisons : dès qu'une modification ou une création de loi est prévue, leur avis est demandé donc ils sont les premiers au courant et ont le temps pour préparer leur dossier afin d'essayer d'empêcher certains changements. Ils ont également accès au calendrier et vont donc pouvoir reculer les échéances auxquelles on prévoyait de voter les lois. De plus, ce sont souvent les groupes d'experts qui lancent des propositions de loi (CEO,2015c). Ceci implique que plus il y a de représentants pharmaceutiques, plus il y aura de chances de voir apparaître de nouvelles lois qui leur sont favorables et moins de probabilité d'avoir des propositions de loi en leur défaveur. En outre, en tant qu'expert ils auront un accès facilité à la Commission.

Dans le cas du secteur pharmaceutique nous remarquons que cette stratégie est fortement utilisée, bien qu'aucune entreprise pharmaceutique ne soit directement incluse dans les groupes d'experts, l'EIFPA (acteur central du lobbying pharmaceutique) y est bien présent avec pas moins de 8 participations à des groupes d'expertise pour la Commission comme nous pouvons le voir dans le registre de transparence (Annexe 4). De plus comme nous l'avons déjà fait remarquer auparavant, il y a eu plus de 50 rencontres en 4 mois et demi avec la commission Junkers. Ce qui a été possible grâce à sa position d'expert (CEO, 2015c).

b) Revolving door

La deuxième stratégie consiste à embaucher des personnes ayant travaillé à la Commission ou dans d'autres institutions travaillant pour celle-ci. Ce recrutement est assez logique car personne n'est mieux placé pour comprendre et éviter une loi que les personnes qui ont aidé à les créer et qui connaissent comment fonctionne le système d'un manière interne. De plus, pour peu que ces personnes aient travaillé assez longtemps dans ces institutions, elles auront des contacts plus faciles avec leurs anciens collègues et donc potentiellement plus d'influence.

Nous constatons que ce phénomène de « revolving door » qui veut dire littéralement « porte tambour » en français fonctionne dans les deux sens. En effet, le lobby pharmaceutique ne se contente pas d'engager des anciens fonctionnaires mais fonctionne également dans le mouvement inverse c'est-à-dire d'avoir d'anciens travailleurs occupant un poste plus ou moins important dans les institutions européennes.

L'exemple le plus frappant d'utilisation de cette stratégie se retrouve entre le lobby pharmaceutique et l'Agence européenne des médicaments (EMA) qui a pour rôle de contrôler les médicaments afin de garantir la santé au sein de l'Union européenne. On peut constater plusieurs échanges de personnel entre ces deux acteurs.

- En Juin 2013, Stefano Marino quitte sa carrière dans le lobby pharmaceutique après 23 ans en tant que président du comité des marques de l'EFPIA pour devenir le directeur des affaires légales de l'EMA en 2013 (EMA,2013).
- En 2012, Vincenzo Salavatore avait fait le chemin inverse et quitte le poste de directeur légal pour être engagé dans un cabinet juridique travaillant avec le lobby pharmaceutique (ALTER-EU, 2018a).
- Xavier Luria qui travaillait également à l'EMA et qui était chargé de superviser l'efficacité et la sécurité des médicaments est devenu un consultant pour le secteur pharmaceutique (ALTER-EU, 2018a).
- En 2011, Thomas Lönngren a lui quitté son poste de directeur de l'EMA pour créer sa propre agence de consultance pharmaceutique (ALTER-EU, 2018a).

c) Les forums

Les différents acteurs du lobby pharmaceutique vont organiser des forums sur des thématiques proches du lobby. Les forums sont des événements neutres pendant lesquels il n'est pas censé y avoir de lobbying direct et où l'on débat et informe sur un sujet précis qui est important pour un secteur. Les personnes invitées seront d'une part des représentants des big pharmas ou d'autres lobbyistes du secteur et d'autre part les parlementaires ou leurs assistants. Le prétexte de ces forums est d'informer les parlementaires sur un sujet mais en réalité, pour les acteurs du lobby pharmaceutique le but de ces forums est de créer des liens avec les fonctionnaires, apprendre à les connaître en leur parlant pour pouvoir mieux négocier par la suite. C'est également une bonne occasion de montrer aux parlementaires que le lobby pharmaceutique leur accorde de l'importance. On pourrait comparer cette stratégie à une invitation au restaurant lorsque l'on drague quelqu'un.

d) Avoir des relations proches

Ce n'est pas vraiment une stratégie, plutôt un constat des autres stratégies mais le but reste d'avoir un environnement le plus propice possible pour le secteur pharmaceutique. Les lobbys essayent d'avoir un maximum de personnes ayant un intérêt en commun pour le secteur pharmaceutique. De nouveau, le cas de l'EMA est intéressant. Dans la partie « revolving door » nous avons pu voir quelques cas où les intérêts des personnes pourraient être biaisés mais ils ne sont pas les seuls. En effet, d'après un rapport d'Alter-EU de 2018 près de 1000 experts de l'EMA ont des intérêts directs ou indirects avec le secteur pharmaceutique, ce qui représente environ un quart des experts de l'EMA (ALTER-EU, 2018a).

Comme nous l'avons déjà dit auparavant, les relations sont très importantes et durant l'interview avec la lobbyiste nous avons eu un peu plus d'informations. Nous avons donné l'exemple de l'EFPIA et de l'EMA qui ont des relations proches mais pour une entreprise ce n'est pas suffisant. L'entreprise en question doit avoir ses propres relations avec la commission

et ce n'est pas toujours facile. D'après elle, entrer en contact avec un parlementaire est très lent car ils ont beaucoup de choses à faire et rencontrer des lobbyistes n'est pas leur priorité. Il faut d'abord rentrer en contact avec leur assistant, leur expliquer le problème et après peut-être rencontrer le parlementaire. Cependant si vous avez des bonnes relations et que vous n'en abusez pas, le processus sera plus rapide. Elle explique également que la moindre bêtise commise par le lobbyiste engendre une rupture directe de cette relation et c'est pourquoi certaines entreprises n'envoient que leur propre lobbyiste parler avec les parlementaires pour être sûr de garder ces bonnes relations comme c'était le cas pour l'entreprise où travaillait notre intervenante (Annexe A)

e) Différentes sources de lobbying

Une autre stratégie utilisée par le lobby pharmaceutique est d'envoyer le même message via différentes institutions, plus ou moins liées au secteur pharmaceutique. Le but de cette stratégie est de rendre légitime le message qu'il essaie de faire passer. Le fait d'avoir plusieurs acteurs différents qui vont communiquer la même chose va convaincre les membres de la commission.

Les fausses ONG

Comme nous l'avons vu dans la partie sur les acteurs, il y a des organisations de santé et des groupes de patients qui sont financés par le secteur pharmaceutique. Si le lobby pharmaceutique investit de l'argent dans ces ONG qui sont en apparence éloignées de l'emprise du secteur c'est justement pour avoir différents moyens de communication avec la commission. En effet, qui se méfierait que derrière un message envoyé par l'European Kidney Health Alliance, qui veut dire littéralement en français l'Alliance européenne pour la santé rénale, se cache en fait des groupes pharmaceutiques. Plusieurs organisations de ce genre sont financées par le lobby comme nous l'avons vu auparavant (Annexe 5).

Alliés

Les multinationales du secteur pharmaceutique font également appel à leurs alliés pour faire passer le message à la commission. Par alliés, nous voulons parler des autres secteurs proches ou liés au secteur pharmaceutique, tels que le secteur de la biotechnologie, le secteur des technologies médicales ou encore les PME du secteur pharmaceutique. Un exemple de cette alliance est le « EU Health Summit » coorganisé par l'EFPIA où les différents alliés cités précédemment étaient représentés par leur lobby respectif le plus puissant (EuropaBio, MedTechEurope et EUCOPE). Parmi ces différents groupes de lobby, on retrouve souvent des acteurs en commun avec le monde pharmaceutique. En effet, EUCOPE a 7 multinationales en commun avec l'EFPIA et EuropaBio en a 12 en commun (CEO, 2019b).

Les médias

Le lobby pharmaceutique va également influencer les informations que peuvent trouver les politiciens par eux-mêmes. Par exemple : en octobre 2017, l'EFPIA a payé Euractiv, qui est spécialisé dans l'écriture de rapports politiques de l'UE et qui est lu par les politiciens, pour avoir une édition sur le secteur pharmaceutique. Dans cette édition spéciale pharma, il y avait plusieurs témoignages comme celui de Vytenis Andriukaitis qui était à l'époque commissaire de la santé pour la commission Junckers ainsi que celui d'une des patronnes du monde pharmaceutique. Les deux témoignages allaient dans le même sens : il faut soutenir l'innovation dans le secteur pharmaceutique (CEO, 2019b).

Les études sponsorisées

Un autre canal qui est utilisé par l'industrie pharmaceutique sont les études sponsorisées. Bien qu'assez similaire au point précédent, étant donné que cela montre que des acteurs différents sont d'accord sur un sujet donné, il en est différent par le fait que ces études sponsorisées vont donner de la crédibilité aux requêtes du secteur pharmaceutique et vont permettre d'avoir des arguments de poids pour lutter face aux changements proposés par la Commission. Un cas récent concernant le secteur pharmaceutique et les extensions de brevet (SPC) en est l'illustration parfaite : quand l'UE a voulu changer le système et notamment pour les SPC le secteur s'y est fortement opposé. L'EFPIA a communiqué que supprimer ces SPC enverrait un message de faiblesse et pourrait amener à moins d'investissement en Europe en disant que de nombreuses études l'ont démontré. Mais derrière ces « nombreuses études » se trouvent trois études financées par le secteur pharmaceutique (CEO, 2019b).

L'influence directe

Le dernier canal que nous allons traiter dans ce travail est le plus transparent de tous car il s'agit de l'influence directe que le lobby exerce auprès de la commission. En effet, en plus d'influencer via toutes les stratégies vues précédemment, le lobby peut simplement communiquer son opinion directement auprès de la Commission. Parmi cette communication nous retrouvons les menaces directes. Le lobby se positionne contre les changements proposés par la commission car l'environnement actuel lui est favorable en menaçant qu'un trop gros changement pourrait avoir comme conséquence un énorme désinvestissement en R&D en Europe (N. Moll, 2018). Une autre manière de lutter contre le changement consiste à exagérer énormément leur réaction face à de plus petits changements. Par exemple, en 2019 un accord a été trouvé concernant une proposition de loi sur les SPC qui est une défaite théorique pour le secteur pharmaceutique, mais en réalité cette bataille ne lui aura pas coûté énormément étant donné que la période de monopole restera la même qu'avant. Toutefois cela lui aura permis de

montrer ses moyens et de quoi il était capable pour un petit changement, donc on peut extrapoler ce qu'il ferait s'il y avait une plus grosse réforme du système.

Un autre moyen d'influence directe sont les rencontres en personne entre les lobbyistes et les députés. Il faut cependant apporter un peu de nuances à cette stratégie surtout dans cette stratégie d'avoir plusieurs sources pour communiquer un message. En effet, d'après la lobbyiste interviewée, « si différentes entreprises voulaient faire passer le même message à un même député il n'était pas question que chaque entreprise envoie son propre lobbyiste pour parler du même sujet avec cette personne et donc que dans ce cas-là, il fallait passer par une trade association commune aux différentes entreprises qui ont le même problème ». Donc un même message est bien communiqué via différentes sources mais pas n'importe comment et surtout pas par différents acteurs de même nature (Annexe A).

D. Lobby du gaz

1. Histoire du gaz naturel

Au cours du temps, l'utilisation du gaz naturel s'est développée. C'est en 1785 au Royaume-Uni que le gaz est utilisé pour la première fois. Celui-ci servait à éclairer le pays. Peu de temps après, en 1812 est fondée la première compagnie gazière à Londres. En 1872 on retrouve la première construction de gazoduc aux Etats-Unis tandis qu'en Allemagne le gaz commence à être utilisé pour la cuisson et le chauffage des habitations. On retrouve lors du 20ème siècle les premières centrales et transport du gaz. Il s'agit d'une période dite « gaz conventionnel ». Depuis les années 2000, le gaz est utilisé comme combustible grâce à son abondance et sa faible teneur en carbone (Annexe 6) (Energy European Commission, 2019).

Le gaz naturel est devenu une ressource clé pour les besoins d'énergie. Celui-ci est abondant et polyvalent. Il est principalement utilisé dans la production d'électricité, pour des applications industrielles, les bâtiments et les transports. Bien qu'historiquement il ait été extrait par des moyens conventionnels, les procédés d'extraction non-conventionnels jouent un rôle dans des régions comme l'Amérique du Nord. Le gaz naturel fait l'objet d'un commerce mondial, facilité par les investissements dans les technologies de transport et l'augmentation de la demande mondiale. La demande future de gaz naturel est susceptible de croître, en particulier pour la production d'électricité, où il peut être utilisé pour remplacer le charbon et pour combler les déficits de puissance créés par les sources d'énergie renouvelable intermittentes. Le gaz naturel a été, pendant une longue période, un sous-produit de la production pétrolière. En l'absence de méthodes économiques pour le mettre sur le marché, le gaz était principalement enflammé ou rejeté dans l'atmosphère. Toutefois, depuis quelques décennies, sa grande richesse et sa basse concentration en carbone en comparaison à d'autres combustibles fossiles ont grandement renforcé la popularité du gaz naturel.

Par rapport aux autres combustibles hydrocarbonés, le gaz naturel présente les principaux inconvénients suivants : sa basse densité énergétique volumétrique et sa nature gazeuse le rendent plus délicat à maîtriser que les combustibles solides ou liquides. Avant de pouvoir être transporté, le gaz naturel doit être conditionné d'une manière ou d'une autre, soit par compression, soit par liquéfaction. Cela entraîne une augmentation des coûts de transport et des résultats en quantité limitée (Energy Transition Institute, 2015).

L'un des moteurs géopolitiques de la nouvelle offensive en matière d'infrastructures consiste à réduire la dépendance vis-à-vis du gaz russe, mais en raison notamment des politiques en matière d'énergies renouvelables et d'efficacité énergétique, la demande de gaz dans l'UE a diminué de 13 % par rapport à 2010, alors que plus de 75 % des infrastructures GNL actuelles restent inexploitées. Par ailleurs d'ici 2040 d'après l'Agence internationale de l'énergie, il faudra que la demande de gaz de l'UE recule encore de 40 % afin que l'UE puisse respecter les engagements contractés dans le cadre de la Convention de Paris lors des négociations de 2015 pendant la COP21. L'Union européenne devrait donc imposer un gel sur toutes les nouvelles infrastructures gazières plutôt que de construire des installations qui, soit enfermeront le continent et ses fournisseurs dans 40 ans d'utilisation de gaz supplémentaires, soit se révéleront être d'énormes fosses financières. Il serait donc plus prompt de déplacer ces financements vers les énergies renouvelables et leur développement (CEO, Food & Water Europe, Friends of the Earth Europe, & Greenpeace EU, 2019a).

2. Acteurs majeurs

Selon une nouvelle recherche effectuée par la « Corporate Europe Observatory » les lobbys des énergies fossiles auraient dépensé plus de 250 millions d'euros avec plus de 104 millions uniquement pour le gaz en 2016. Tandis que les groupes d'intérêt public qui s'efforcent de stopper une génération de nouvelles infrastructures gazières n'ont dépensé que 3,4 millions d'euros. Selon les chiffres pour le lobby du gaz, plus de 1 000 lobbyistes ont été déployés et 460 réunions avec les deux commissaires en charge de la politique climatique et énergétique ont été obtenues avec du côté des groupes d'intérêt public 101 lobbyistes mobilisés et uniquement 51 réunions réalisées. Ces chiffres montrent bien l'importance et l'impact de ce lobby au sein de l'Europe.

En effet, leur objectif est de maintenir l'Europe accrochée aux combustibles fossiles, de sorte que leur business puisse se poursuivre pendant quelques années encore. Ils empruntent l'habit du lobby des énergies renouvelables pour présenter le gaz comme le combustible "écologique" de demain. Ils financent un grand nombre de cabinets d'avocats, de groupes de réflexion, d'ONG, d'associations et bien entendu de lobbyistes pour influencer les décisions. Un lobbying aussi intense a conduit les décideurs européens à reprendre l'affirmation infondée selon laquelle le gaz est un carburant "vert" qui se veut une complémentarité avec les énergies renouvelables, légitimant ainsi la réalisation de constructions d'une nouvelle génération de réseaux gaziers absolument insatisfaisants. En effet, la Commission européenne et les gouvernements nationaux se sont engagés dans un programme de construction d'infrastructures gazières de plusieurs milliards d'euros, dans l'intention de créer un marché gazier intégré à l'échelle de l'UE où l'industrie et les négociants en produits de base pourront vendre et acheter en un rien de temps.

a) Pays

D'après le rapport d'Eurostat 2019, les importations nettes ont augmenté de plus de 8%. Celles-ci ont montré quelques variations lors de l'année 2019, allant d'une baisse de 23% (en Suède) à une augmentation de 81% (aux Pays-Bas) en comparaison annuelle. Parmi les grands pays consommateurs de gaz, les importations nettes ont augmenté aux Pays-Bas (de 81 %, à partir d'une valeur de référence faible), en Allemagne (de 16 %), en France (1 %), mais elles ont diminué au Royaume-Uni (5 %), en Italie et en Espagne (3 % chacun). - Au quatrième trimestre de 2019, les importations nettes totales de gaz extracommunautaires ont atteint 107,4 milliards

de m3, soit une légère hausse par rapport aux 101,6 milliards de m3 de la même période en 2018.

Les cinq principaux importateurs de l'Union européenne fin 2019 étaient l'Allemagne (28 milliards de m3), l'Italie (15 milliards de m3), le Royaume-Uni (13 milliards de m3), la France (11 milliards de m3) et l'Espagne (9 milliards de m3), représentant ensemble environ 70 % des importations nettes totales de gaz de l'UE au cours de ce trimestre. En 2019, le total des importations nettes de gaz de l'UE s'est élevé à 398 milliards de m3, soit 10 % de plus qu'en 2018, dans un contexte d'augmentation de la consommation (+2,1 %) et de diminution de la production intérieure (-9 %), ce qui implique une nouvelle augmentation de la dépendance de l'Union européenne vis-à-vis des importations de gaz. Ces données nous prouvent que les plus grosses puissances de l'UE ne sont pas vraiment opposées aux lobbys. Etant donné que ces pays ont un grand impact dans la gestion de l'UE, il y a peu de chance que l'Europe sorte de sa dépendance de gaz (Sabido, 2017).

Selon plusieurs sources de données, dont Food & Water Europe, Friends of the Earth Europe, les importations de gaz naturel liquéfié (GNL) ont considérablement augmenté en 2019 de près de 30 % des importations totales de gaz extracommunautaires, ce qui représente la part la plus élevée des six dernières années.

La Russie est restée le premier fournisseur de gaz de l'UE, mais la part du gaz russe transporté par gazoduc dans les importations a chuté de 39 % en un quadrimestre, ce qui est le taux le plus bas depuis 2015. La Russie n'est toutefois pas le seul pays ayant connu une chute. En effet, les importations de gaz norvégien ont aussi diminué de 9 % en 2019. La part de ce pays dans les importations de gaz est tombée à 27 %, contre 32 % un an plus tôt. Cependant, pour la toute première fois depuis 2014, les importations de gaz naturel liquéfié ont dépassé les importations de gaz par gazoduc en provenance de Norvège, ce qui signifie que le GNL a remplacé la Norvège au cours du quatrième quadrimestre en tant que deuxième plus important fournisseur de gaz malgré une hausse de 5 % de la Norvège par rapport à 2018. En 2019, la Norvège a produit 100,8 milliards de m3, contre 107,4 milliards de m3 en 2018. La baisse de la production de gaz de la Norvège et de ses exportations vers l'Europe pourrait indiquer que la flexibilité de l'adaptation permet de faire baisser les prix du gaz en 2019. Tandis que les importations de gaz par gazoduc en provenance d'Algérie en 2019 ont connu une baisse annuelle de 26 %. Les importations en provenance de Libye ont été stabilisées par rapport à la même période de l'année précédente, mais leur part de marché n'a pas réussi à augmenter. On tourne autour des 2 % des importations totales de gaz de l'UE. Ceci montre bien que les pays principaux fournisseurs de

gaz n'ont peu ou pas d'impact direct sur les législations car ce sont des pays extérieurs à l'UE (Sabido, 2017).

b) Associations

Parmi les entités couvertes dans le Corporate Europe Observatory, 61 sont des associations professionnelles liées au gaz qui coordonnent les activités de lobbying de leurs membres, qui sont généralement de grandes entreprises ou des fédérations nationales du gaz. Ces associations ont une armée de 346 lobbyistes, qui participent à des réunions d'experts, inondent la Commission et le Parlement de documents d'orientation et assurent un suivi précis des détails de la mise en œuvre. Ils représentent toutes les parties de la chaîne gazière, des producteurs tels que l'Association internationale des producteurs de pétrole et de gaz (IOGP) aux utilisateurs tels que Fertilizers Europe. L'association chimique CEFIC est celle qui dépense le plus, mais pour ce qui est de l'association la plus puissante, il s'agit de GasNaturally. Celle-ci est composée de six associations professionnelles différentes qui couvrent toute la chaîne du gaz allant de la production jusqu'aux R&D. Chaque membre de GasNaturally a un rôle dans l'organisation : IOGP s'occupe de la production, Eurogas de la vente et distribution, Marcogaz de toutes les législations techniques, Natural Gas Vehicule du transport et enfin le GERG (Groupement européen de recherches gazières) s'occupe des R&D. Bien qu'elle ne dépense que 350 000 euros, si on la combine avec l'ensemble de ses membres, le chiffre est multiplié par 10 (3,5 millions d'euros). Le président de GasNaturally est Marco Alverà, actuel PDG de l'entreprise italienne TSO Snam, qui a une longue histoire avec le producteur de pétrole et de gaz Eni. (CEO, 2017b).

Le Conseil européen des fédérations de l'industrie chimique ou CEFIC, est le plus grand dépensier de l'industrie gazière. Avec un budget de 12,1 millions d'euros et 78 lobbyistes, il constitue un des principaux porte-parole d'Europe. Le CEFIC est composé du groupe belge Solvay, du géant allemand BASF, de l'américain Dow Chemical et du groupe britannique Ineos. Ceux-ci sont des défenseurs de la fracturation en Europe et de l'importation de ce gaz en provenance des États-Unis, notamment pour l'utiliser comme matière première dans la fabrication de produits plastiques et chimiques. L'ouverture du marché européen aux importations américaines de gaz fracturé était l'une des principales demandes du CEFIC lors des négociations de libre-échange UE/États-Unis, qui ont échoué entre 2013 et 2016, dans le cadre du Partenariat transatlantique pour le commerce et l'investissement (TTIP) (CEO, 2017b).

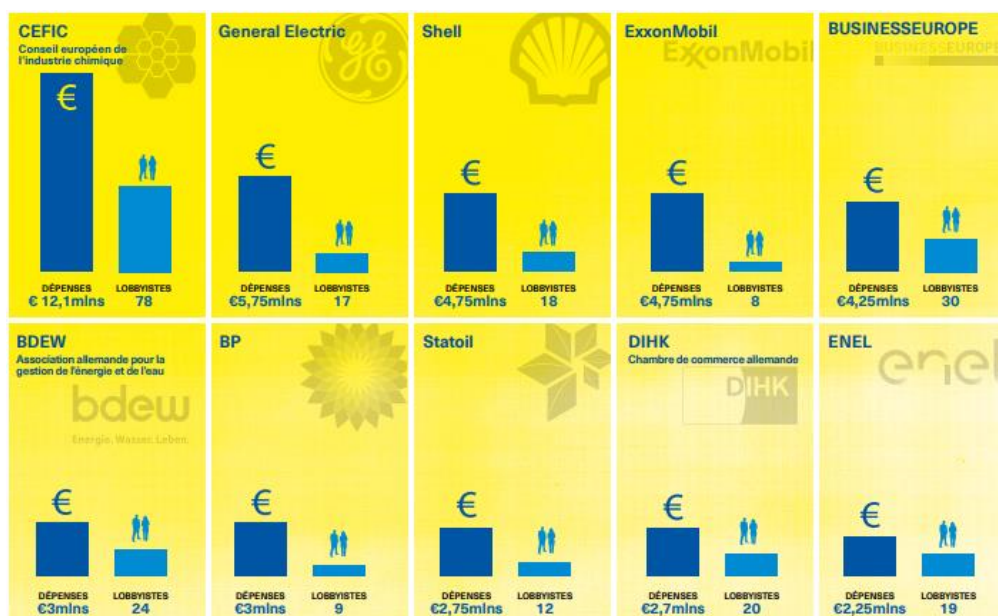
General Electric a le deuxième plus gros portefeuille, avec une dépense de 5,75 millions d'euros. Ce géant intervient tout au long de la procédure d'approvisionnement en gaz, avec une division

d'exploration et de production de ressources pétrolières et gazières en pleine expansion. Depuis le rachat des activités d'Alstom en 2015, il possède une division de turbines à gaz renforcée dans le secteur de l'électricité. S'ensuivent ensuite quatre noms importants du secteur pétrolier et gazier, Shell (3ème) avec 4,75 millions d'euros en dépense, de même pour ExxonMobil (4ème, il compte en effet moins de lobbyistes). BP tourne autour des 3 millions et Statoil le suit de près avec 2,75M (Graphique11).

Aux côtés de Statoil, qui arrive au numéro 8, Total et d'autres acteurs importants (Eni S.p.A, Repsol S.A., Royal Dutch Shell plc, Saudi Aramco...) ont créé en 2015 une initiative climatique sur le gaz et le pétrole appelée « Oil and Gas Climate Initiative ». (OGCI, 2017). Cet effort a été dirigé par les différents chefs d'entreprise juste avant le sommet à Paris de la COP21 (Nations Unies) sur le changement climatique. Leur objectif était de donner une nouvelle image à leurs activités gazières en tant que producteur et de promouvoir ces énergies en tant que solution au changement climatique.

Cependant, ExxonMobil, le quatrième plus grand groupe pétrolier et gazier (en termes de dépenses de lobbying) a rejeté l'idée de rejoindre le courant. La suite du « classement » est représentée par d'autres groupes ayant un impact national et conséquent sur le lobbying du gaz européen tels que les groupes allemands BDEW (German Association for Energy and Water Management), le DIHK (German Chamber of Commerce) (CEO, 2017d).

Graphique 11 : Les plus gros dépensiers de lobby du gaz à Bruxelles



CEO, 2017d, p. 8, https://corporateeurope.org/sites/default/files/leurope_enlisee_dans_le_gaz.pdf

En plus de ces multinationales, on retrouve bien entendu des associations. Au total, 37 sociétés de conseil ont gagné jusqu'à 8 millions d'euros en faisant du lobbying au nom de 60 acteurs différents de l'industrie du gaz. Le plus grand cabinet est Fleishman-Hillard (Graphique 12). C'est l'un des plus grands cabinets de relations publiques au monde et un pilier incontournable du lobby énergétique bruxellois, avec dix clients dans le seul secteur du gaz. Fleischman a également travaillé en collaboration étroite avec "GasNaturally", en l'aidant à présenter le gaz comme le partenaire fiable des énergies renouvelables. FTI Consulting travaille depuis longtemps avec le groupe Exxon sur la fracturation de la compagnie pétrolière et gazière américaine. En échange, elle veille à ce que les opinions d'Exxon soient entendues par les décideurs. Il s'agit d'une manœuvre de lobbying efficace car les assistants sont souvent chargés de rédiger les déclarations et demandes officielles afin de fournir des séances d'information pour leurs députés européens. En 2011 lors de la création de GasNaturally non pas comme une association commerciale, mais comme une campagne de sensibilisation, le cabinet Weber Shandwick a commencé à présenter le gaz comme un carburant complémentaire. Business Bridge Europe est un cabinet d'affaires publiques et de lobbying qui se concentre sur l'Union européenne et certains aspects des relations internationales (CEO, 2017b). Finalement, le cabinet d'avocats Linklaters LLP est un cabinet multinational fondé en 1838 à Londres.

Graphique 12 : Cabinets de consultance les plus utilisés par le secteur du gaz



CEO, 2017d, p. 18, https://corporateeurope.org/sites/default/files/leurope_enlisee_dans_le_gaz.pdf

c) Acteurs principaux opposés

CAN Europe est la plus grande alliance d'organisations dédiées aux questions de climat et d'énergie. CAN Europe compte plus de 130 organisations dans plus d'une trentaine de pays européens qui se consacrent à la prévention des dangers du changement climatique et à la promotion de politiques énergétiques durables en Europe. Une des fonctions premières de CAN Europe est de donner à la société civile une chance de concourir à l'élaboration de stratégies

mondiales de réduction des gaz à effet de serre et de contribuer à un mode de développement juste et écologique (Mathilde, 2017). En acteur opposé, on retrouve aussi bien entendu Greenpeace, Health & Environment Alliance. L'Alliance pour la santé et l'environnement (HEAL) est une organisation européenne à but non-lucratif de premier plan qui traite de la manière dont l'environnement affecte la santé dans l'Union européenne. Avec le soutien de ses plus de 70 organisations membres, qui représentent des professionnels de la santé, des assureurs santé à but non-lucratif, des patients, des citoyens, des femmes, des jeunes et des experts environnementaux, HEAL apporte une expertise indépendante et des preuves de la communauté de la santé aux différents processus de prise de décision. Parmi ses membres figurent des organisations internationales et européennes, ainsi que des groupes nationaux et locaux. (Brundtland & Health and Environment Alliance, 2019). Ces organisations ont par exemple écrit un rapport qui reflète les vues d'une large coalition de professionnels de la santé, de décideurs clé et de citoyens concernés, qui appellent collectivement les gouvernements à cesser de subventionner le lobby du gaz (Brundtland & Health and Environment Alliance, 2019).

Dernièrement, Energy Community est une organisation internationale qui s'occupe de la politique énergétique. L'un de ses objectifs est l'amélioration de la situation environnementale en matière d'approvisionnement énergétique en Europe.

3. Présentation du secteur gazier européen

a) Marché

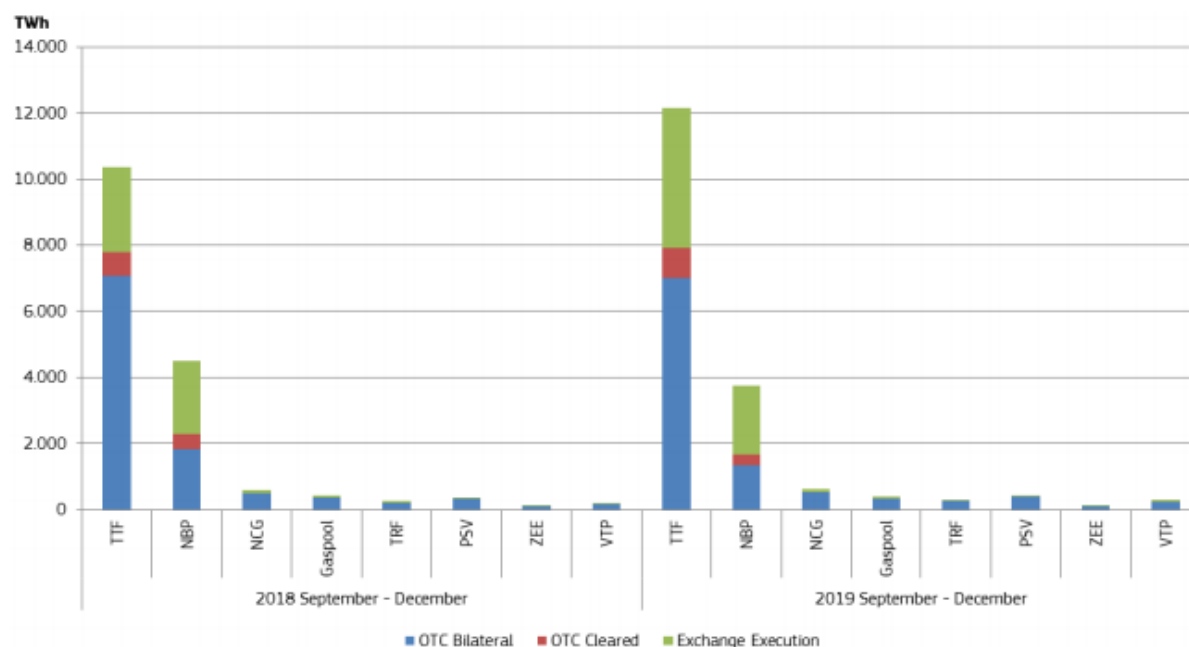
Le développement du commerce du gaz naturel est dû en grande partie aux technologies de transport à longue distance. Depuis longtemps, la faible densité énergétique du gaz naturel est un frein au transport longue distance et la plupart du gaz naturel est encore consommé à proximité des centres de production. Le commerce à longue distance a toutefois augmenté de façon constante au cours de ces dernières décennies. Outre les gazoducs, utilisés depuis le XIX^e siècle, le gaz naturel liquéfié (GNL) prend une place de plus en plus importante dans le transport maritime. Approximativement 20 % de tout le gaz naturel produit est désormais acheminé au niveau international par des pipelines. Fondamentalement, plus les distances de transport sont longues, plus le GNL est financièrement intéressant par rapport aux gazoducs. Le développement devrait se poursuivre avec la mise en place de nouvelles installations d'exportation et de gazéification. Entre-temps, les concepts flottants de liquéfaction et de gazéification ont attiré l'attention comme moyen de raccourcir le temps de développement, d'accroître la flexibilité et de réduire les coûts du capital. Les premières installations flottantes de stockage et de gazéification ont déjà été mises en service (Market Observatory for Energy of the European Commission, 2020).

Depuis 1990, l'utilisation du gaz naturel a augmenté à un taux annuel moyen de 2,5 % et sa proportion dans la demande d'énergie primaire a également grimpé. À terme, la progression de l'utilisation du gaz naturel devrait se maintenir, bien que moins soutenue qu'au cours des dernières décennies. Selon les prévisions de l'Agence internationale de l'énergie, un taux de croissance annuel moyen de 1,6 % est prévu d'ici à 2035. Dans ce cas, la demande de gaz naturel connaîtrait une croissance plus marquée que celle des autres sources fossiles, tout en étant en revanche plus faible que les énergies renouvelables telles que l'énergie éolienne et solaire. Néanmoins, ce nombre masque des disparités régionales. Si on prend le cas de la Chine, leur consommation devrait être multipliée par quatre d'ici à 2035 (Market Observatory for Energy of the European Commission, 2020).

Comme le montrent les graphiques (Graphique 13 et 14), la liquidité sur les principales plateformes gazières européennes a augmenté entre septembre et décembre 2019 : le total des volumes échangés était d'environ 1 508 milliards de m³, représentant en termes monétaires 215 milliards d'euros, soit 7,5 % de plus en volume qu'en septembre-octobre 2018. Ce chiffre est environ 13 fois supérieur à la consommation de gaz dans les sept États membres (Belgique,

Allemagne, Italie, France, Pays-Bas, Royaume-Uni et Autriche) couverts par l'analyse en septembre-décembre 2019.

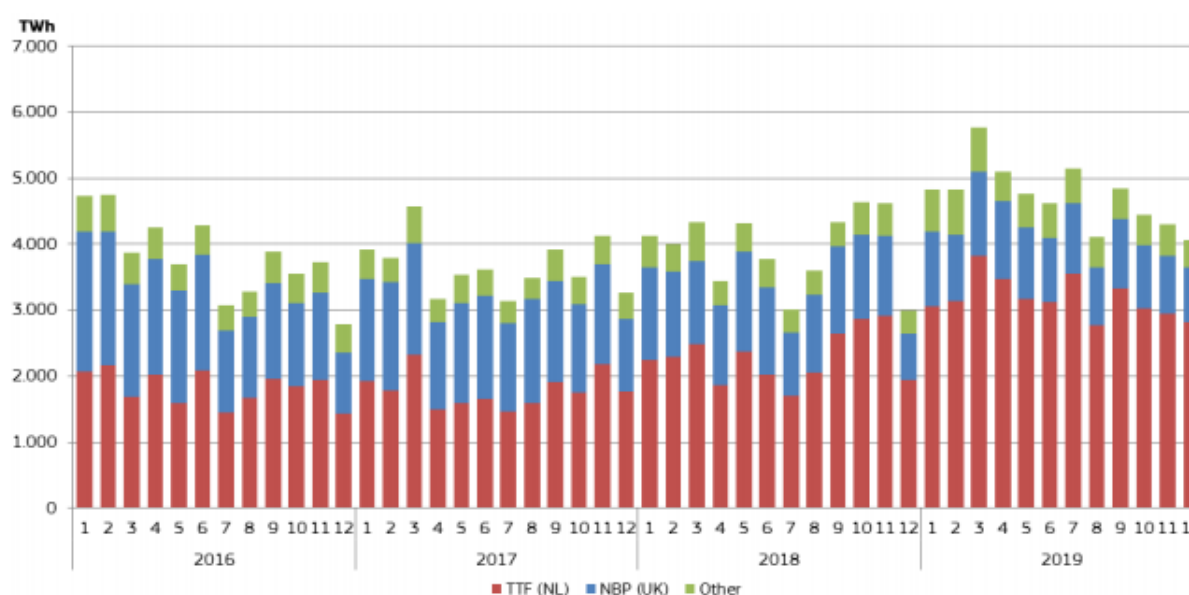
Graphique 13 : Volumes négociés sur les principaux centres gaziers européens de septembre à décembre 2018 et 2019



The chart covers the following trading hubs: UK: NBP (National Balancing Point); Netherlands: TTF (Title Transfer Facility); Germany: NCG (NetConnect Germany) and Gaspool; France: TRF (Trading Region France); Italy: PSV (Punto di Scambio Virtuale); Belgium: Zeebrugge beach, Austria: Virtual Trading Point (VTP).
Source: Trayport Euro Commodities Market Dynamics Report

Market Observatory for Energy of the European Commission, 2020, p.34,
https://ec.europa.eu/energy/sites/ener/files/quarterly_report_on_european_gas_markets_q4_2019_final.pdf

Graphique 14 : Volumes mensuels échangés sur les principaux centres gaziers européens

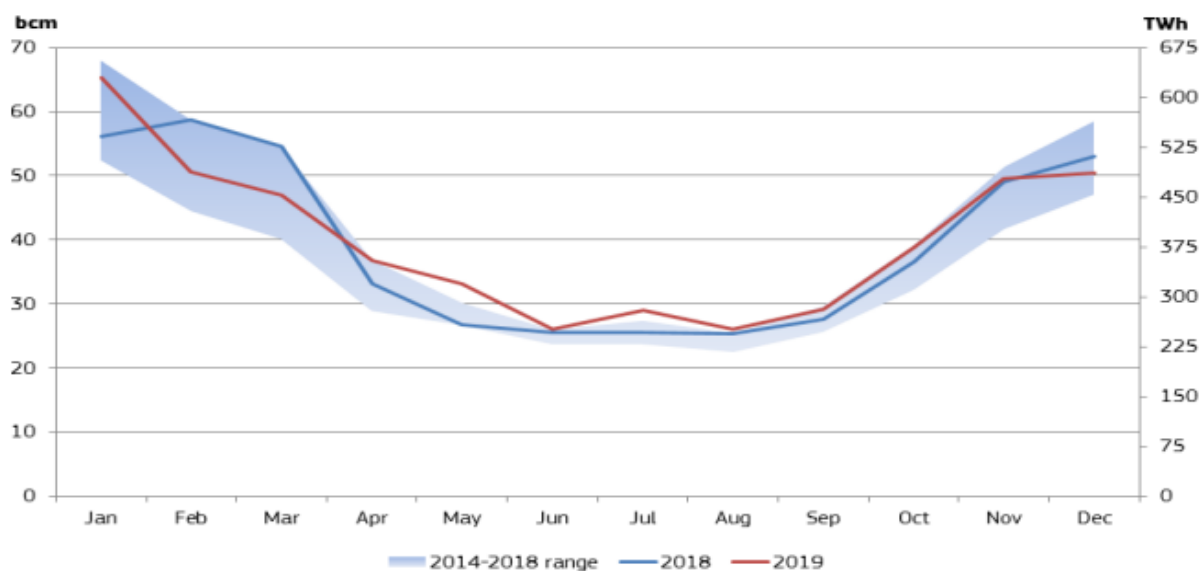


Market Observatory for Energy of the European Commission, 2020, p.35,
https://ec.europa.eu/energy/sites/ener/files/quarterly_report_on_european_gas_markets_q4_2019_final.pdf

b) Consommation

La consommation de gaz en 2019 a connu quelques secousses comme le montre le graphique ci-dessous. Après un début d'année flamboyant pour le secteur, on constate une chute logique lors du 2ème et 3ème trimestre dûe au retour du beau temps. La consommation du dernier trimestre est donc restée stable en comparaison à l'ensemble de l'année, n'augmentant que légèrement (de 0,1 %) selon la Commission, après avoir augmenté de 12 % et de 7 % au cours des deux trimestres précédents. En chiffres absolus, la consommation trimestrielle de gaz au quatrième trimestre 2019 a été estimée à 138,9 milliards de m³, après une augmentation saisonnière lors du troisième trimestre. La production de gaz a augmenté moins vite au quatrième trimestre de 2019 que dans les premiers trimestres de 2019 dans de nombreux pays européens (augmentation de 6 % seulement, soit 9,5 TWh au quatrième trimestre de 2019). D'autre part, le temps en Europe a été généralement plus chaud d'octobre à décembre 2019 par rapport à la moyenne saisonnière, ce qui a entraîné une diminution de la demande de gaz liée au chauffage dans le secteur résidentiel. Pendant tout le quatrième trimestre de 2019, la consommation de gaz a été de l'ordre de 2014-2018, comme le montre le graphique 15 ci-dessous (Market Observatory for Energy of the European Commission, 2020).

Graphique 15 : Consommation de gaz dans l'UE



Market Observatory for Energy of the European Commission, 2020, p.9,

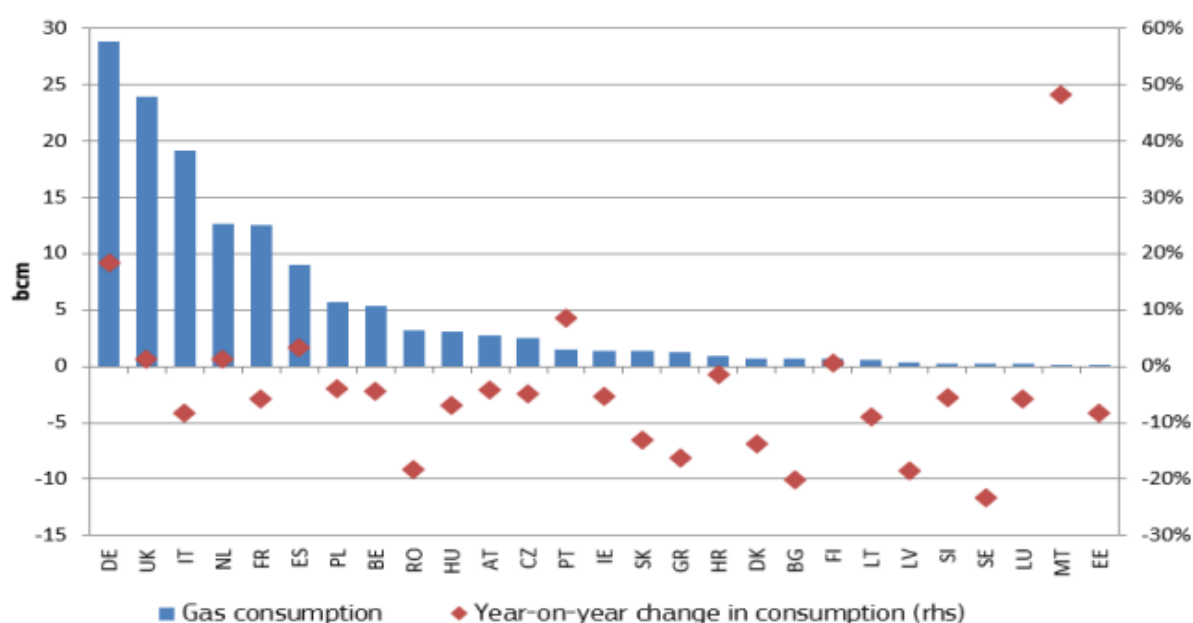
https://ec.europa.eu/energy/sites/ener/files/quarterly_report_on_european_gas_markets_q4_2019_final.pdf

Au quatrième trimestre 2019, toujours selon la Commission, la plus forte augmentation de la consommation de gaz en glissement annuel a été observée en Allemagne (18 %, représentant un volume de 4,4 milliards de m³ lors du quatrième trimestre 2019). La consommation de gaz n'a augmenté que dans 7 États membres de l'Union européenne, alors qu'elle a diminué dans 20

pays (à Chypre, il n'y a toujours pas de données sur la consommation de gaz naturel). En Grèce, Bulgarie, Slovaquie, Suède, Roumanie et au Danemark, la consommation trimestrielle de gaz a diminué de plus de 10 % par rapport à l'année précédente. De plus, la consommation de gaz a diminué en Italie, en France et en Pologne au quatrième trimestre 2019, respectivement de 8 %, 6 % et 4 % en glissement annuel. Cependant parmi les États membres où la consommation de gaz est plus importante, l'Espagne a vu sa consommation de gaz augmenter de 3,3% et le Royaume-Uni et les Pays-Bas de 1,3% (Market Observatory for Energy of the European Commission, 2020).

En 2019 dans son ensemble, la consommation de gaz dans l'UE a augmenté de 2,1 % (10,1 milliards de m³) par rapport à 2018. La plus forte augmentation en chiffres absolus a été observée en Allemagne (7,1 milliards de m³) et en Espagne (4,1 milliards de m³), tandis qu'au Royaume-Uni, la consommation a diminué de 2,5 milliards de m³. Dans les autres pays de l'UE, l'évolution en 2019 est restée inférieure à 1 milliard de m³ (Graphique 16).

Graphique 16 : Évolution annuelle de la consommation de gaz au quatrième trimestre 2019



Market Observatory for Energy of the European Commission, 2020, p.10,

https://ec.europa.eu/energy/sites/ener/files/quarterly_report_on_european_gas_markets_q4_2019_final.pdf

c) Production

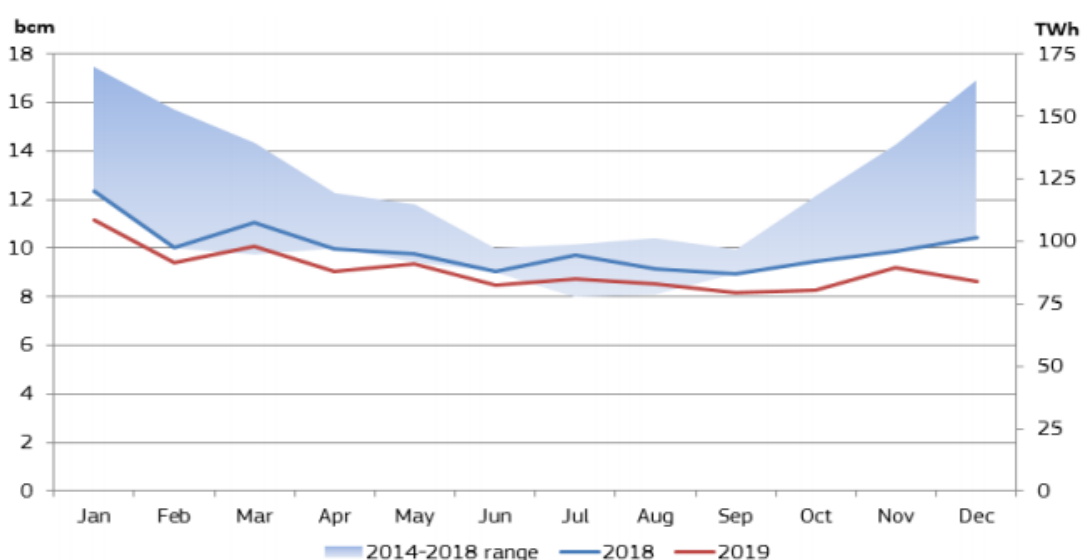
En termes de production de gaz en Europe, celle-ci a atteint environ 26,1 milliards de m³ lors du dernier trimestre de 2019, soit 12 % (3,7 milliards de m³) de moins qu'au cours du même trimestre de 2018 (voir graphique ci-dessous). Pendant tout le quatrième trimestre de 2019, la production de gaz a été inférieure à celle de 2014-2018, ce qui reflète la tendance à la baisse de la production de gaz dans l'UE (Graphique 17). Aux Pays-Bas, la production de gaz naturel au

quatrième trimestre 2019 a diminué de 23 % (2,1 milliards de m³), ce qui représente la plus forte baisse trimestrielle des quatre dernières années.

Au Royaume-Uni, en revanche, la production a légèrement augmenté (de 1 %, 0,1 milliards de m³) en glissement annuel. Au Danemark, la production de gaz a connu une très forte baisse (de 62 %, 0,7 milliards de m³ d'une année à l'autre, principalement en raison de la suspension de la production des champs de Tyra en mer du Nord danoise (Rénovation du champ pétrolier Tyra en mer du Nord, 2018), en prévision du réaménagement jusqu'en 2022. En Italie, en Irlande, en Allemagne et en Roumanie, la production a diminué en moyenne de 0,2 milliard de m³. En dehors du Royaume-Uni, aucun autre pays n'a connu une augmentation de la production d'au moins 0,1 milliard de m³.

En 2019, la production de gaz naturel dans l'UE s'est élevée, d'après le rapport du Market Observatory for Energy, à 109,1 milliards de mètres cube, soit 9 % de moins qu'en 2018, ce qui représente une baisse de 10,8 milliards de mètres cube. Le Royaume-Uni a produit 39,6 milliards de m³ de gaz en 2019, contre 40,7 milliards de m³ en 2018. Les cinq plus gros producteurs étaient les Pays-Bas (33,4 milliards de m³, contre 39,6 milliards de m³), la Roumanie (9,9 milliards de m³, contre 10,3 milliards de m³), l'Allemagne (5,7 milliards de m³, contre 6 milliards de m³), l'Italie (4,8 milliards de m³, contre 5,6 milliards de m³) et le Danemark (3,1 milliards de m³, contre 4,1 milliards de m³ en 2018).

Graphique 17 : Production mensuelle de gaz dans l'UE



Market Observatory for Energy of the European Commission, 2020, p.10,

https://ec.europa.eu/energy/sites/ener/files/quarterly_report_on_european_gas_markets_q4_2019_final.pdf

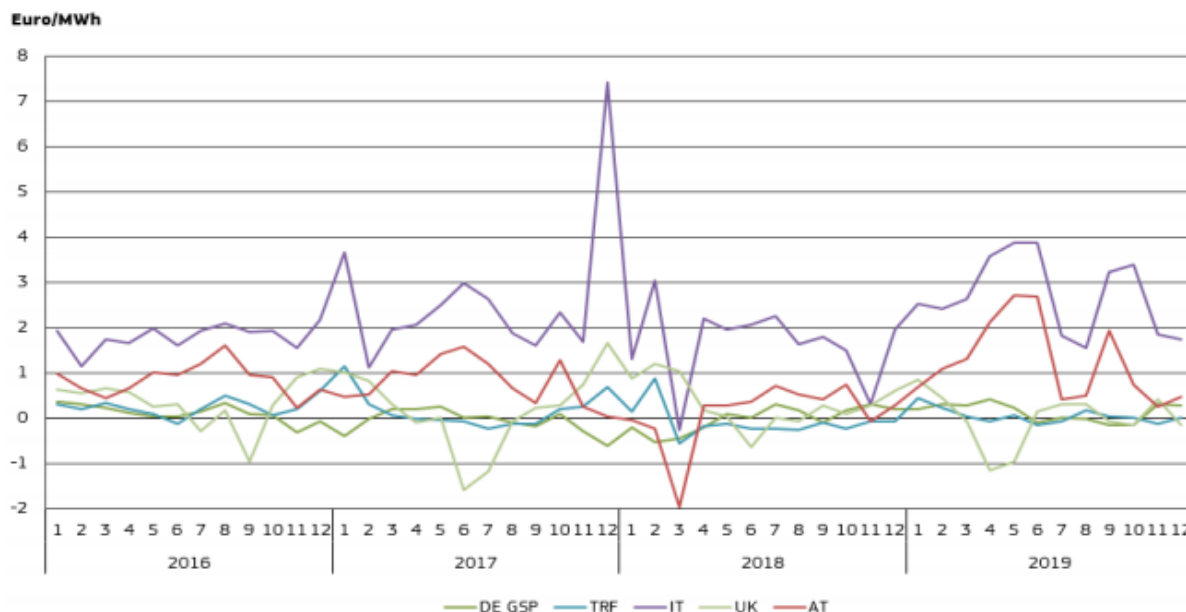
d) Prix

La tarification du gaz est entièrement basée sur les prix mondiaux des énergies fossiles, dont le pétrole (commission européenne, 2019a). Il est clair que la forte fluctuation des prix du gaz au cours de cette période s'est atténuée avec la croissance des marchés mondiaux du gaz naturel liquéfié (GNL) et des autres formes d'approvisionnement en énergie (nucléaire, solaire, etc.). Le redressement économique et la hausse des prix du pétrole ont entraîné une augmentation des prix du gaz ces dernières années. En juillet 2018, le président Juncker a souligné que l'UE demeurerait un marché ouvert aux exportations américaines (Commission Européenne, 2018). Toutefois, avec la pandémie actuelle de COVID-19, le baril de pétrole a chuté, ce qui entraînera sans doute une baisse du prix du gaz (Energy Transition Institute, 2015).

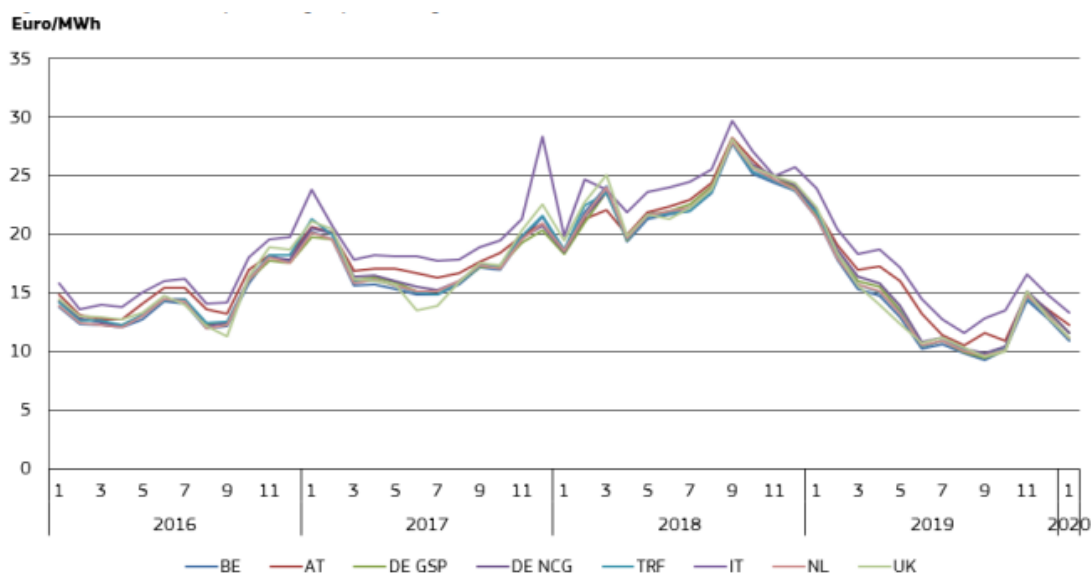
Comme montré dans le graphique 18, les prix européens se situaient en moyenne autour de 12,5-15 €/MWh (Megawatt hour), chiffres qui varient assez peu. Cependant en 2019, les prix des concentrateurs en Europe ont baissé de 40 à 50 % en comparaison annuelle. Le prix moyen des plaques tournantes du TTF (Title Transfer Facility) a baissé de 49 % en comparaison annuelle, mais a augmenté de 25 % depuis son niveau le plus bas en dix ans au troisième trimestre de 2019 (Market Observatory for Energy of the European Commission, 2020).

Les prix du gaz ont en effet été fortement influencés par les abondantes entrées de Gaz Naturel Liquéfié sur le marché européen. Ceux-ci ont augmenté de 42 % par rapport à la même période de l'année précédente (Graphique 19). Toutefois, des facteurs externes tels que les périodes de froid et l'incertitude quant à l'issue des négociations sur l'avenir de la fourniture de gaz russe par gazoduc à l'Europe, ont entraîné une augmentation générale des prix dans toute l'Europe. Cependant, à la fin de l'année, le temps doux, le ralentissement (voir la diminution) de la demande de gaz pour la production d'électricité ont agi comme des facteurs de réduction de la demande, ce qui a permis de contenir les prix du gaz dans toute l'Europe (Commission européenne, 2019a).

Graphique 18 : Prime des prix moyens mensuels de gros du gaz au jour le jour sur les plateformes sélectionnées par rapport au TTF



Graphique 19 : Prix du gaz au jour le jour sur les plateformes gazières de l'UE



e) L'impact du COVID-19 sur le secteur

Ce secteur est aussi impacté par le COVID-19. En effet, la récente chute des prix du pétrole est particulière car elle n'est pas seulement le résultat de la concurrence entre la Russie et l'Arabie Saoudite en matière d'approvisionnement, mais aussi de la chute de la demande mondiale pendant le passage de la pandémie COVID-19. Cette crise survient au pire moment possible

pour le secteur en amont, dont l'offre est déjà insuffisante après un hiver chaud et la signature d'un nouveau contrat de transit entre l'Ukraine et la Russie. Par conséquent, la probabilité d'un rétablissement du système ne se fera pas sentir avant le retour à la normale de la demande en Asie, en particulier en Chine, au moins jusqu'à la mi-avril. En conséquence, les exportateurs ont envisagé d'autres destinations de raffinage et de stockage, comme le grand marché de gros européen. Cependant, cela va probablement changer au cours des prochaines semaines, à mesure que le COVID-19 en Europe continuera à augmenter. Cependant, l'Italie et l'Allemagne qui sont en Europe les principaux acteurs du secteur du pétrole et du gaz sont durement touchés par COVID-19 et ont pris des mesures de confinement drastiques, telles que la fermeture temporaire des usines et le blocage des activités. Selon toute vraisemblance, des réactions similaires dans toute l'Europe devraient avoir d'autres répercussions négatives sur la croissance de la demande européenne de pétrole et de gaz pour le restant de l'année. Outre l'effet COVID-19, la régularité des importations et des expéditions par gazoduc et les importants volumes de stockage ont mis à rude épreuve la capacité de l'Europe à absorber des quantités de gaz supplémentaires. En Europe, l'utilisation des installations de stockage de gaz et de pétrole a augmenté ces dernières années, soutenue par des mouvements commerciaux et des volumes de stocks croissants. En outre, la faiblesse des prix du pétrole va probablement réduire les investissements dans les infrastructures énergétiques, ce qui limitera l'expansion des capacités de stockage en Europe (Yu, 2020).

Rystad Energy estime que les conséquences de la pandémie de Covid-19 sur la demande mondiale de gaz naturel ne seront pas aussi importantes que pour le pétrole mais le prix du gaz atteindra tout de même des moyennes inférieures à celles de l'année passée (Rystad Energy, 2020).

4. Stratégies du lobby du gaz

À l'heure où l'Europe réoriente ses systèmes énergétiques dans de nouvelles directions, certains lobbys se réveillent et prennent position. Les producteurs d'énergie fossile (pétrole, gaz et charbon) sont parmi les principaux responsables de la crise climatique. Cependant, l'industrie des combustibles fossiles, grâce à son pouvoir économique et politique et à un lobbying agressif, a bloqué tout accord contraignant et empêché toute action internationale. En effet, si l'on prend l'exemple des grandes compagnies pétrolières européennes telles que Total et Shell, on se rend compte qu'elles ont ajouté un nouvel argument à leurs stratégies d'obstruction, à savoir la promotion du gaz, qu'elles présentent comme "le plus propre des combustibles fossiles" et comme un complément naturel aux énergies renouvelables. Bien entendu, le seul objectif des opérations de "marketing" de ces grandes compagnies pétrolières reste la protection de leurs actifs et de leurs profits. Il leur importe peu d'enfermer l'Europe et la planète dans de nouvelles décennies de dépendance aux combustibles fossiles (CEO, 2017d).

Tout d'abord en 2005 et 2006, le contexte gazier en Europe a connu un changement majeur depuis la perturbation des prix du gaz suite au conflit entre la Russie, fournisseur de gaz le plus actif d'Europe, et son voisin l'Ukraine. Les conséquences de ce conflit ont modifié le cadre de la politique énergétique des institutions de l'UE, qui est donc passée à une politique de sécurité énergétique. Puis, un peu plus tard, l'Union européenne s'est tournée vers un plan pour l'Union de l'énergie qui vise à rendre l'énergie sûre, durable et abordable. En outre, le passage du gaz russe à une politique de sécurité énergétique s'est manifesté politiquement de différentes manières. Tout d'abord, le plan d'investissement pour l'Europe (communément appelé "plan Juncker") et le Fonds européen d'interconnexion de 5 milliards d'euros financent 77 projets d'intérêt commun, avec un accent particulier sur les infrastructures d'importation de gaz. Près de 900 millions d'euros sont consacrés à des projets gaziers, dont trois fois plus que les fonds alloués aux énergies renouvelables (Brundtland & Health and Environment Alliance, 2019).

Deuxièmement, de nouveaux accords de libre-échange, tels que le TTIP, supprimeraient les restrictions aux exportations de gaz des États-Unis d'Amérique et fourniraient une justification juridique à la priorité accordée aux infrastructures gazières multinationales. En outre, l'Europe canalise de plus en plus de fonds publics vers les infrastructures gazières par l'intermédiaire de la Banque européenne d'investissement (BEI) et de banques publiques. Enfin, le désir de résilience énergétique met le gaz en concurrence directe avec les énergies renouvelables, ce qui entraîne une augmentation du lobbying de l'industrie des combustibles fossiles et une

résurgence du lobby des énergies renouvelables par l'industrie des combustibles fossiles (CEO, 2015a).

C'est dans ce contexte qu'une guerre du discours est menée sur le gaz, le monde décidant du rôle que les combustibles fossiles joueront dans les nouveaux systèmes énergétiques. Le message de l'industrie n'a jusqu'à présent rencontré que peu de résistance, la Commission européenne classant le gaz comme une source d'énergie à faible teneur en carbone. En outre, même certaines ONG environnementales préconisent l'utilisation du gaz. Par exemple, "en 2010, Greenpeace a publié un rapport intitulé : "Fossil gas: bridge into the renewable age"(CEO, 2018b).

a) Partenaire complémentaire aux énergies vertes

Le message principal que le lobby du gaz veut faire passer est cette fameuse phrase : « Le gaz est le partenaire naturel des énergies renouvelables, et le gaz offre une transition vers un monde décarbonisé. C'est pourquoi nous avons besoin de plus d'infrastructures gazières ». En plus d'être le message communiqué par différentes sources comme nous allons l'exprimer par la suite, ce message est une stratégie à part entière car c'est un peu comme une promesse faite au monde politique, un récit puissant qui est intéressant politiquement parlant. Les lobbys affirment que les énergies renouvelables ne sont pas fiables étant donné qu'il n'y a pas toujours assez de lumière ou de vent et que le gaz va permettre d'accompagner la transition tout en polluant moins que les autres énergies fossiles. Grâce à l'appui de la Commission et de plusieurs Etats membres, cette idée s'affirme de plus en plus dans les mœurs. L'industrie du gaz a beaucoup à gagner à être considérée comme un carburant d'accompagnement des énergies renouvelables (CEO, 2018a).

Si l'industrie considère le gaz renouvelable comme son ticket d'entrée pour lutter contre le changement climatique tout en conservant son modèle économique et son infrastructure gazière intacte, la réalité n'est pas aussi claire. En effet, si de petites quantités potentielles de gaz renouvelable peuvent convenir à quelques activités industrielles à forte teneur en carbone ou à la production locale de chaleur et d'électricité, elles seront loin de répondre à la demande de gaz prévue pour 2050 (CEO, 2018b). Les compagnies gazières en sont pleinement conscientes. En réalité, la vision fondamentale de l'industrie consiste à pomper du gaz fossile, avec une petite capacité de gaz renouvelable leur donnant une couverture de durabilité. Malgré tous ses discours écologiques, le plan de base de l'industrie gazière est de continuer à extraire et à transporter le gaz fossile, à construire de nouvelles infrastructures et à transférer de grosses

sommes d'argent public dans les portefeuilles des entreprises, plutôt que de procéder à un changement urgent des infrastructures énergétiques.

b) Différentes sources de lobbying

Le lobby du gaz utilise divers canaux pour amener les institutions de l'UE et le public à adhérer à son discours selon lequel le gaz est une énergie de transition propre et nécessaire, et que nous avons besoin de plus d'infrastructures gazières. Leurs tactiques consistent notamment à engager d'anciens fonctionnaires des institutions européennes et des gouvernements nationaux qui passent par les « revolving doors », à rejoindre des groupes d'experts pour conseiller la Commission à un stade précoce de la prise de décisions et à engager des sociétés de relations publiques (CEO, 2017b).

Cette deuxième stratégie consiste à faire passer un même message à la Commission via différents acteurs plus ou moins éloignés du lobby du gaz.

Cabinet de conseil

Un canal employé par le lobby du gaz est l'utilisation de cabinets de conseil, également appelés sociétés de relations publiques. Elles sont un élément essentiel du paysage du lobbying et jouent un rôle inestimable pour l'industrie gazière en façonnant son message et en s'assurant qu'il est entendu par les bonnes personnes comme expliqué par le Corporate Europe Observatory (CEO, 2015a). Les associations professionnelles qui font pression sur le gaz disposent d'une armée de lobbyistes basés à Bruxelles et exercent une influence à chaque étape de l'élaboration des politiques, qu'il s'agisse de participer à des groupes d'experts, d'inonder la Commission et le Parlement de centaines de documents d'orientation ou de suivre les détails de la mise en œuvre. Ils représentent toutes les parties de la chaîne gazière, des producteurs tels que l'Association internationale des producteurs de pétrole et de gaz (IOGP) aux utilisateurs industriels tels que Fertilizers Europe (Sabido, 2017).

Les alliés

Le lobby du gaz compte également plusieurs alliés qui vont pouvoir l'aider à faire passer ce message d'énergie complémentaire. En effet, les fabricants de combustibles fossiles sont soutenus par le secteur des transports, qui est l'un des plus gros consommateurs de combustibles fossiles. Ils tentent également de s'opposer à toute réglementation. Ce secteur est bien représenté par Renault-Nissan, Air France et Aéroports de Paris, tous trois sponsors officiels de la COP21.

On retrouve également des « think tanks » tel que Concawe qui influencent les décisions nationales et internationales et constituent une ressource supplémentaire pour la gestion politique des États. Il s'agit donc d'une organisation indépendante à but non lucratif dédiée à

l'intérêt général. Les think tanks sont des équipes de travail axées sur la recherche, la production dont les propositions innovantes tentent d'aider les politiques publiques. Ceux-ci disposent de leurs propres ressources de communication afin de diffuser l'information à un public aussi large que possible (Urrutia, 2013). Le champ d'activité de Concawe couvre des domaines tels que la qualité des carburants et les émissions, la qualité de l'air, la gestion des produits pétroliers et les performances des oléoducs (Europa.eu, s. d. c).

Parallèlement aux lobbys du gaz mais étant directement connectées et ayant les mêmes objectifs que ceux-ci, on retrouve plusieurs multinationales contrôlant les gazoducs d'Europe. Celles-ci font également partie des alliés du gaz. Parmi ces entreprises, les quatre plus grands transporteurs de gaz (GRT) européens sont Fluxys (Belgique), Enagás (Espagne), Snam (Italie) et GRTgaz (France). Ceux-ci disposent de leurs propres réseaux sur tout le continent avec plus de 100 000 km de pipelines, sans compter les nouveaux projets prévus. Elles ont réalisé au total plus de 2 milliards d'euros de bénéfices en 2018, dont près des 3/4 ont été distribués sous forme de dividendes aux actionnaires tels que les fonds d'investissement et Lazard pour (Enagás et Snam) et BlackRock pour (GRTgaz et Snam). Ces grandes entreprises peu notoires n'ont pas le profil de Shell, Total ou BP, mais sont tout aussi puissantes pour maintenir la dépendance de l'Europe au gaz. Outre les millions consacrés au lobbying, qui leur assurent un accès régulier aux hauts dirigeants de l'UE, ils comptent également sur un réseau de lobbyistes rémunérés pour faire avancer leur programme (European Network of Corporate Observatories, 2019).

Les médias

Dans la sphère bruxelloise, le lobby du gaz a obtenu une bonne couverture médiatique. Néanmoins, une grande partie de ces efforts a été payée, puisque deux des organes d'information les plus lus de la sphère, Politico et Euractiv, gagnent une grande partie de leurs revenus grâce à des partenariats d'entreprises. Obtenir une couverture médiatique positive n'a jamais été aussi facile, tandis que les événements payants se sont avérés de parfaites opportunités de lobbying.

En effet, Eurogas a payé Euractiv pour produire un rapport sur le gaz renouvelable afin de coïncider avec sa politique d'énergie propre complémentaire au naturel. Celui-ci comprenait une interview de la secrétaire générale de l'époque, Beate Raabe qui affirmait que 76 % du gaz pourrait être renouvelable d'ici 2050 avec le soutien financier de l'UE. Par ailleurs, Eurogas a rédigé son propre article et a apposé son logo et son fil Twitter sur le site d'Euractiv (Image 20)(CEO, 2018b).

Image 20 : Article d'Eurogas

The screenshot shows the EURACTIV website with a yellow header. The main navigation bar includes categories like Agrifood, Digital, Economy & Jobs, Energy & Environment, Global Europe, Health, Politics, and Transport. The article is titled 'Renewable gas' and is dated Oct 25, 2017 (updated Oct 31, 2017). The main image shows large industrial pipes. To the right, there is a 'Supporters' section with the Eurogas logo and a 'From Twitter' section featuring a tweet from @eurogas_Eu. Below the tweet is a graphic stating: 'Gas has significant potential to REDUCE CO2 EMISSIONS and IMPROVE AIR QUALITY ON LAND AND AT SEA'.

Renewable gas
 Oct 25, 2017 (updated: Oct 31, 2017)

Supporters

eurogas

From Twitter

Gas has significant potential to **REDUCE CO2 EMISSIONS** and **IMPROVE AIR QUALITY ON LAND AND AT SEA**

CEO, 2018b, p.15, https://corporateeurope.org/sites/default/files/attachments/pt2_renewable_gas_-_lobbying.pdf

Infiltrer l'ennemi

Les sociétés multinationales sont passées maître dans l'art de déguiser leur action en solutions climatiques du futur. L'industrie gazière a multiplié les initiatives et les déclarations "pro-climat". Le changement stratégique a été induit par l'industrie pétrolière et gazière, qui a abandonné le déni climatique comme partie de la solution, dans le seul but de rester dans le jeu. Cela implique des changements plus importants. De nombreuses grandes compagnies polluantes réorientent leurs portefeuilles, leurs acquisitions et leurs investissements vers les énergies renouvelables, simplement parce qu'elles se rendent compte que l'ère des énergies fossiles est révolue. Certains acteurs du gaz ont même infiltré les lobbys des énergies renouvelables pour en faire des partisans du gaz. En janvier 2015, Arthur Neslen, du Guardian, a révélé que des compagnies gazières comme Total, E.On, Iberdrola et Enel ont utilisé leurs investissements dans les énergies renouvelables pour rejoindre les lobbys du solaire et de l'éolien et prendre le contrôle de leurs conseils d'administration (CEO, 2017d).

Ces industries sont prêtes à promouvoir les énergies renouvelables afin de maintenir la confiance des investisseurs. Cela a conduit à une prise de contrôle progressive du lobby des énergies renouvelables par le lobby du gaz dans l'UE. En outre, les entreprises de combustibles fossiles elles-mêmes produisent de plus en plus d'énergie renouvelable. Les nouvelles directives européennes les encouragent en soutenant des modèles d'appels, d'offres et d'enchères (Peters, 2018). L'ampleur incroyable de la prise de contrôle par le lobby des énergies renouvelables peut être constatée dans la manière dont les membres du conseil d'administration d'Iberdrola, d'Enel et d'autres entreprises de services publics ont argumenté contre toute forme d'objectif en matière d'énergies renouvelables et ont plutôt fait pression pour soutenir le gaz (Neslen, 2018).

De plus, GasNaturally a obtenu la signature de WindEurope et Solar Power Europe acceptant une déclaration commune sur la conception du futur marché de l'électricité afin de préparer le réseau à l'utilisation d'un plus grand nombre d'énergies renouvelables avec le gaz étant considéré comme ayant un rôle majeur de partenaire aux énergies naturelles (CEO, 2017d).

c) Être un expert

Un autre moyen par lequel l'industrie du gaz influence le processus décisionnel européen est la participation aux groupes consultatifs de la Commission européenne. Dans le cas du gaz, il existe non seulement des groupes consultatifs, mais aussi des groupes régionaux de haut niveau qui suivent les progrès des projets d'intérêt commun (PIC). Ces groupes fournissent, à des degrés divers, une expertise pour compenser le manque de la Commission, une coordination entre les États membres et la mise en place d'un soutien politique, tant au sein des gouvernements que de l'industrie. En tant que tels, ils peuvent avoir une grande influence sur la stratégie gazière, en particulier aux premiers stades de son développement (construction de gazoducs et implantation). Dans le cas du secteur du gaz, nous pouvons constater que cette stratégie est utilisée. En effet, le lobby le plus puissant dans le secteur du gaz, le Conseil européen de l'industrie chimique (CEFIC) dispose d'une forte présence dans le secteur avec pas moins de 30 participations dans des groupes d'experts pour la Commission comme nous pouvons le voir dans le registre de transparence.

d) Revolving door

Leurs tactiques consistent également à engager d'anciens fonctionnaires des institutions européennes et des gouvernements nationaux qui passent par les portes tournantes, à rejoindre des groupes d'experts pour conseiller la Commission à un stade précoce de la prise de décision et à engager des sociétés de relations publiques (CEO, 2017d).

- En 2013 Marcus Lippold, fonctionnaire à la DG Energie de la Commission européenne, bénéficiait d'un congé sabbatique chez Saudi Aramco, la compagnie pétrolière et gazière publique d'Arabie Saoudite.
- Septembre 2015 Matthew Hinde était en charge de la stratégie européenne au ministère britannique de l'énergie et du changement climatique, mais un mois plus tard, il a accepté un nouveau rôle à Bruxelles en tant que directeur et vice-président senior pour l'énergie chez Fleishman-Hillard.
- Constantine Levoyannis a été le conseiller politique de l'eurodéputé Niki Tzavela au sein de la commission de l'industrie, des transports, de la recherche et de l'énergie (ITRE) jusqu'en octobre 2014. Tzavela était en première ligne de la bataille de fractures au Parlement européen et Levoyannis était son conseiller. Un mois après avoir cessé de travailler comme conseiller en énergie au Parlement européen, Levoyannis est devenu consultant senior chez FTI, l'un des plus grands cabinets de relations publiques à Bruxelles. Parmi les clients de FTI, on compte la Trans Adriatique Pipeline (CEO, 2017d).

e) L'importance des bonnes relations

Une autre stratégie développée par le lobby du gaz consiste à avoir de bonnes relations avec l'UE et donc être plus proche des preneurs de décisions afin de représenter au mieux ses intérêts. Une preuve de ces bonnes relations est l'invitation de ces acteurs du lobby du gaz par la Commission européenne à divers "forums" pour discuter de la future politique énergétique. Le forum de Madrid est organisé conjointement par la Commission et le régulateur espagnol "pour discuter des questions relatives à la création du marché intérieur du gaz". Il n'y a pas de compte-rendu de ce forum dans la presse, bien que la Commission soit rejointe par les gouvernements nationaux, les régulateurs et toutes les parties de l'industrie, dont les fournisseurs de gaz, les négociants, les consommateurs industriels et les bourses du gaz. Mais aucun membre de la société civile (Energy European Commission, 2015). Les conclusions du Forum de Madrid ont reflété le programme commun de la Commission pour l'industrie gazière, en soulignant « le potentiel du gaz naturel liquéfié (GNL) et de son stockage" ainsi que "la diversification et la sécurité de l'approvisionnement de celui-ci » (CEO, 2017b).

E. Le lobby de l'automobile

1. L'histoire de l'automobile

L'histoire du secteur automobile commence en 1769 quand Joseph Cugnot va remplacer les chevaux par un moteur à vapeur. Le moteur à vapeur va se développer vers la fin du 17^{ème} siècle. Pourtant, cette technologie va connaître plusieurs problèmes. En plus de prendre beaucoup de place, son fonctionnement est limité en termes de capacité et également restreint par des lois. C'est dans ce contexte qu'en 1860 Eugène Lenoir va breveter son moteur à combustion qui utilisera du gaz de ville comme combustible. Deux ans plus tard, le brevet du moteur à quatre temps sera déposé par Alphonse Beau de Rochas, mais ce moteur ne sera pas utilisé tout de suite. Il faudra attendre 1876 pour que l'on commence à utiliser cette technologie. En 1873, "L'obéissante" voit le jour et nous devons cette première automobile collective moderne à Amédée Bollée. Il s'agit du premier modèle de voiture ayant de bonnes performances. Elle est maniable et rapide 40km/h. C'est pourquoi cette voiture est considérée comme l'ancêtre des automobiles que nous connaissons aujourd'hui.

Vers la fin du 19^{ème} siècle, deux améliorations majeures vont être apportées au principe de l'automobile. En 1884, du pétrole va être utilisé comme combustible et en 1888 l'apparition des pneus va aider les automobiles à affronter les routes sans revêtement de l'époque. L'utilisation du pétrole dans les moteurs a résolu les problèmes liés à la machine à vapeur et au gaz. Néanmoins un nouveau problème va apparaître, lié au stockage du pétrole et au danger d'explosion auquel le propriétaire de l'automobile s'expose. En 1901, ce problème est résolu grâce à l'apparition des pompes à essence qui permettent d'augmenter la durée des trajets et améliorer aussi la sécurité (Bymycar, 2017).

Jusqu'au début du 20^{ème} siècle, la voiture était un bien réservé à l'élite et coûtait extrêmement cher. Cependant en 1908, Henry Ford va révolutionner le secteur en produisant la Ford T qui sera accessible « à tout le monde » et fera perdre petit à petit le statut de produit de luxe à l'automobile aux USA. Après la première guerre mondiale, ce mode de production va arriver en France avec notamment Citroën et la type A qui aura toujours un statut de produit de luxe dû à l'impact économique de la guerre. L'écart de production entre les deux continents est énorme en 1925 avec 3000000 de véhicules aux USA pour seulement 125000 en France, 65000 en Italie ou 25000 en Allemagne (Moustacchi, A, s.d). L'industrie va se développer de plus en plus mais la deuxième guerre mondiale va stopper cette croissance étant donné que les usines

automobiles vont être utilisées pour produire de l'armement. Cet impact se fera moins ressentir aux USA car les femmes prendront la place des hommes partis au combat.

Après la seconde guerre mondiale, l'industrie automobile de l'Europe occidentale est totalement détruite mais va recommencer petit à petit. Tandis qu'aux USA la croissance du secteur va poursuivre avec une production annuelle de 10 millions de véhicules à partir des années 50. Tout se passait bien pour le secteur jusqu'au début des années 70 où les produits seront matures et très peu d'innovations feront leur apparition. Ce sera une guerre de marketing et de prix entre les différents constructeurs du secteur. C'est alors qu'en 1973 le premier choc pétrolier va venir perturber cette pérennité. En Europe cela se fera moins ressentir car il y avait déjà des voitures compactes et à faible consommation. De plus des marques comme Volkswagen et Peugeot vont relancer le moteur diesel. Cependant les USA qui étaient très engagés contre la pollution, ont du mal à s'adapter car ils veulent respecter leurs normes en matière de pollution. La seule solution sera de diminuer le poids des véhicules, ce qui va également réduire leur qualité. Durant cette même période les voitures japonaises vont connaître leur essor, ce qui va forcer les constructeurs européens et américains à s'adapter (Moustacchi, A, s.d).

Vers la fin des années 80 et le milieu des années 90, le moteur diesel va être amélioré grâce à l'injection directe, la rampe commune ou encore le filtre à particules. S'en suit alors des améliorations en termes de sécurité et de pollution. Plus récemment, en 2015, il y a eu l'apparition et la démocratisation des voitures électriques. La prochaine étape de l'industrie semble être les voitures autonomes.

2. Acteurs majeurs

a) Pays

Comme pour les deux autres lobbys, nous avons analysé quels pays seraient fortement impactés par de gros changements en termes de régulation du secteur automobile. Et ce, toujours dans l'optique de tenter d'expliquer si en plus du lobbying du secteur automobile les pays n'ont pas déjà tendance à accepter ce changement de régulation plus lent.

Afin de voir l'importance du secteur automobile dans les différents pays, nous avons choisi de prendre à nouveau les trois mêmes indicateurs que pour le secteur pharmaceutique c'est-à-dire les dépenses en R&D, la production en Europe et la valeur de marché. Nous y avons ajouté les revenus liés aux impôts sur les véhicules.

L'analyse des dépenses en R&D de 2017 nous montre que de nombreux pays ont des dépenses élevées et lorsque nous prenons le top 5 de ces pays, nous pouvons constater que l'on retrouve l'Allemagne, la France, la Grande-Bretagne, l'Italie et l'Espagne (Annexe 10) (Eurostat, 2019a). En termes de production par pays en 2018 nous pouvons constater un top 5 des pays assez similaires car seule la République Tchèque prend la place de l'Italie dans le top des plus gros producteurs (Annexe 11) (ACEA, 2020a). En ce qui concerne la valeur de marché en 2019, nous retrouvons le même top 5 que pour les frais de R&D c'est-à-dire l'Allemagne, la France, la Grande-Bretagne, l'Italie et l'Espagne (H. Bekker, 2020a). Pour le dernier indicateur, sans surprise, le classement des pays profitant le plus des taxes sur les véhicules sont toujours l'Allemagne (93,4 milliards d'euros), la France (83,9 milliards d'euros), l'Italie (76,3 milliards d'euros), la Grande-Bretagne (54,1 milliards d'euros) et l'Espagne (30 milliards d'euros) (ACEA, 2020b).

Suite à cette analyse, nous pouvons donc dire que les pays qui seront le plus impactés par des changements dans le secteur seraient clairement l'Allemagne, la France, la Grande-Bretagne, l'Italie et l'Espagne. De plus, ces 5 pays sont parmi les plus influents de l'UE ce qui pourrait expliquer dans un premier temps et en dehors de tous les efforts du lobbying du secteur, pourquoi les changements sont ralentis en ce qui concerne les législations européennes en matière d'automobile.

b) Entreprises

Ensuite, pour avoir plus de précisions concernant le lobbying à proprement parlé, nous allons examiner le top 10 des plus grosses entreprises du secteur automobile en 2018 et l'argent dépensé pour exercer du lobbying déclaré dans le registre de transparence.

De la même manière que nous l'avons fait pour le secteur pharmaceutique, nous allons d'abord analyser le top 10 des entreprises du secteur afin d'avoir une idée des moyens que possèdent ces compagnies et ce que leur budget en dépenses représente par rapport à leur capitalisation de marché. Ces 10 entreprises en cumulé représentent une capitalisation boursière de \$683,79 milliards. Ces 10 compagnies sont les suivantes : Toyota (\$200,5 milliards), Tesla (\$102.66 milliards), Volkswagen (\$90 milliards), Honda (\$54,5 milliards), General Motors (\$49,88 milliards), Daimler AG (\$48.43 milliards), BMW (\$45.90 milliards), Ford (\$36,31 milliards), Ferrari (\$30,36 milliards) et Hyundai (25,35 milliards) (R. Pritish, 2020).

Maintenant que nous connaissons les plus grosses compagnies du secteur automobile nous allons étudier leurs dépenses qui sont inscrites dans le registre de transparence. Les 10 plus grosses entreprises du secteur de l'automobile ont déclaré entre 8.190.000€ et 9.389.992€ (Tableau 21). Cependant deux faits importants sont à noter en ce qui concerne ce que nous avons trouvé dans le registre de transparence. Premièrement, les trois compagnies allemandes se trouvant dans le top 10 c-à-d Volkswagen, Daimler et BMW ont déclaré plus de la moitié de l'argent qui a été publié par les compagnies du top 10. Et la deuxième information importante que nous avons pu trouver dans le registre de transparence concernant le secteur automobile, c'est que même les entreprises ne faisant pas partie du top 10 ont des dépenses en matière de lobbying assez proches des membres du top 10 (Tableau 22)

Tableau 21 : Dépenses déclarées par les 10 plus grosses entreprises du secteur automobile

Compagnie	Dépenses	Dates
<i>Toyota</i>	Entre 400.000€ et 499.999€	2019-2020
<i>Tesla</i>	300.000€	2019
<i>Volkswagen</i>	Entre 2.750.000€ et 2.999.999€	2018
<i>Honda</i>	Entre 100.000€ et 199.999€	2018-2019
<i>General Motors</i>	240.000€	2018
<i>Daimler AG</i>	Entre 2.000.000€ et 2.249.999€	2019
<i>BMW</i>	Entre 1.250.000€ et 1.499.999€	2019
<i>Ford</i>	Entre 500.000€ et 599.999€	2019
<i>Ferrari</i>	Entre 50.000€ et 99.999€	2018
<i>Hyundai</i>	Entre 600.000€ et 699.999€	2019
TOTAL	Entre 8.190.000€ et 9.389.992€	

Registre de transparence

Tableau 22 : Dépenses déclarées par les autres grosses entreprises du secteur automobile

Compagnie	Dépenses	Dates
<i>Nissan</i>	Entre 300.000€ et 399.999€	2018-2019
<i>Peugeot</i>	Entre 500.000€ et 599.999€	2019
<i>Fiat Chrysler</i>	Entre 600.000€ et 699.999€	2018
<i>Renault</i>	Entre 300.000€ et 399.999€	2019
<i>Volvo</i>	Entre 300.000€ et 399.999€	2018
<i>Jaguar Land Rover</i>	Entre 300.000€ et 399.999€	2019
<i>Mazda</i>	Entre 300.000€ et 399.999€	2018-2019
<i>Honda</i>	Entre 200.000€ et 299.999€	2018-2019
TOTAL	Entre 2.800.000€ et 3.599.992€	

Registre de transparence

c) Associations

De nouveau, comme nous l'avons fait pour les deux autres secteurs, nous allons lister les plus importantes organisations du secteur par catégorie de lobby.

Le premier type d'institutions qui vont défendre les intérêts du secteur automobile sont les associations professionnelles. Parmi toutes les organisations représentant les acteurs du secteur deux sont énormes en comparaison avec les autres. La première c'est l'association des constructeurs européens d'automobiles (ACEA). Cette organisation internationale représente 16 entreprises du secteur automobile dont 13 parmi les 18 citées dans la section précédente. Sa dépense annuelle de 2019 en matière de lobbying est déclarée entre 2.750.000€ et 2.999.999€ ce qui est énorme quand on sait que l'ensemble du top 10 des entreprises ont déclaré seulement trois fois plus de dépenses. En plus d'être importante en termes d'argent, il faut noter qu'elle fait également partie de 18 groupes d'expertises pour la Commission européenne. L'ACEA possède également une sous-branche appelée EUCAR ou European Council for Automotive R&D et qui comme son nom l'indique promeut l'innovation dans ce secteur. L'EUCAR quant à elle déclare avoir dépensé entre 200.000€ et 299.999€ en 2019. La seconde grosse association est la Verband der Automobilindustrie (VDA) qui est l'organisme national du secteur automobile allemand. Elle a estimé avoir dépensé 1.500.000€ en 2018 pour effectuer du lobbying auprès des institutions européennes et elle fait seulement partie de 2 groupes d'experts de la Commission. Evidemment il existe d'autres organismes nationaux dans cette catégorie mais ils sont moins importants en termes de dépenses. Il y a entre autres The Society of Motor Manufacturers and Traders Ltd. (SMMT) représentant le secteur automobile britannique (entre 300.000€ et 399.999€), le Comité des Constructeurs Français d'Automobile (CCFA) pour l'industrie française (entre 100.000€ et 199.999€), l'Associazione Nazionale Filiera Industria

Automobilistica pour l'Italie (50.000€) ou encore l'asociación española de fabricantes de automóviles y camiones pour l'Espagne (entre 10.000€ et 24.999€) (registre de transparence, s.d.)

La deuxième catégorie d'institutions dont nous allons parler sont les cabinets de consultance qui vont donner des conseils au lobby automobile ou même directement exercer le lobbying eux-mêmes au nom de l'entreprise qu'ils représentent. Après avoir fait des recherches dans le registre de transparence nous constatons que l'argent dépensé par le secteur automobile dans les cabinets de consultance n'est pas très élevé. En effet, l'argent utilisé par les entreprises du secteur automobile pour l'emploi d'une firme de consultance se situe entre 729.999€ et 1.259.999€ (Annexe 20). Ces chiffres comprennent uniquement de l'argent investi par les acteurs du monde automobile dans les plus gros cabinets de consultance travaillant pour le monde du transport et déclarant plus de 1 million d'euros de dépenses dans le registre.

Un troisième type de lobby employé pour défendre le secteur de l'automobile sont les think-tank qui vont aider le secteur en publiant des études ou en élaborant des propositions de loi. Les deux think-tank que nous avons trouvés sont le Center for European Policy Studies (CEPS) et Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt e.V (DLR). Ils ont été financés en partie par Volkswagen. Le premier ne se retrouve pas dans le registre de transparence. Cependant, d'après Lobbyfacts.eu le think-tank aurait dépensé entre 1.000.000€ et 1.249.999€ en 2017. Le deuxième a quant à lui une estimation de dépenses pour l'année 2018 se situant entre 800.000€ et 899.999€. Ces chiffres sont néanmoins à prendre avec des pincettes car ces deux think-tank ne sont pas dédiés uniquement au secteur de l'automobile et nous ne savons pas à combien s'élève la contribution de Volkswagen.

Le dernier type d'organisation qui pourrait représenter les intérêts du secteur automobile sont les ONG. Nous avons trouvé deux ONG présentes dans le registre de transparence qui semblent être favorables aux intérêts du secteur automobile et dont certains membres font parties des constructeurs du secteur automobile. La première est l'European Road Transport Research Advisory Council (ERTRAC) et regroupe plusieurs compagnies (BMW, Peugeot, Renault, Volkswagen et Volvo) mais également des institutions européennes (DG Mobility and transport, DG environment, etc) ainsi que les autorités nationales des différents pays membres de l'UE (ERTRAC, s.d.). L'ERTAC a un budget variant entre 100.000€ et 199.999€. La deuxième ONG est l'European Road Transport Telematics Implementation Coordination Organisation-Intelligent Transport Systems & Services Europe (ERTICO) où nous trouvons des grands noms de l'industrie parmi ses membres comme par exemple Toyota, Volkswagen,

Volvo, Renault, Honda et d'autres encore mais également l'ACEA (ERTICO,2018). Bien que nous ne sachions pas à quel point l'industrie automobile a financé cette ONG, nous savons quand même qu'environ 4.000.000€ ont été dépensés en 2018 pour effectuer du lobbying.

d) Acteurs principaux opposés

Les acteurs qui s'opposent au lobby du secteur automobile sont principalement les mêmes acteurs que ceux qui luttent contre le lobby du secteur du gaz. Ce sont des associations qui veulent lutter contre le changement climatique et la pollution comme CAN Europe ou Greenpeace. Il y a également l'HEAL qui lutte contre les impacts négatifs de la pollution sur la santé. Nous n'allons pas à nouveau en parler en détail étant donné que cela a déjà été traité. Cependant il existe un autre acteur essentiel de la lutte contre l'automobile. Il s'agit de Transport & Environnement (T&E). Concrètement, l'objectif de cette ONG est d'avoir des systèmes de transport sans émission de CO2 avec un impact minime sur l'environnement, le climat et la santé tout en ne restant pas trop chers. Cette ONG environnementale fait également partie d'autres ONG environnementales telles que Green 10 ou ECOS qui regroupent d'autres grosses organisations environnementales telles que la WWF, Greenpeace ou CAN Europe (Transport&Environnement, s.d.). Dans le registre de transparence, T&E a indiqué avoir dépensé entre 700.000€ et 799.999€ en 2018 pour effectuer du lobbying et fait partie de 11 groupes d'experts pour la Commission.

3. Présentation du secteur automobile européen

a) Marché

En Europe, 142 usines produisent des voitures pour particuliers (ACEA, 2020). Le marché européen des voitures neuves a surtout bénéficié en 2019 du dynamisme de l'Allemagne qui est de loin le plus grand du marché automobile de l'UE avec un total de 25 usines uniquement pour les voitures. En 2019, les immatriculations de voitures particulières neuves en Allemagne ont augmenté de 5 % pour un total de 3 607 258 voitures.

Ensuite, la Grande-Bretagne et ses 19 usines a de nouveau été en 2019 le deuxième plus grand producteur automobile de l'UE avec un peu plus de 2,3 millions de voitures. Cependant les ventes de voitures neuves britanniques ont tout de même diminué de 2,4 % par rapport à 2018, ce qui représente leur plus faible niveau depuis 2013. Cette situation est due à l'incertitude politique et économique concernant le Brexit ainsi qu'au manque de clarté des futures dispositions réglementaires qui ont eu un fort impact négatif sur le marché.

Dans le cas de la France et ses 13 usines, le volume des ventes de voitures neuves a augmenté de 2 % pour culminer à son plus haut point depuis 2010. Ce marché a été relancé à la fin de l'année par des achats anticipés afin d'éviter une hausse des taxes en vigueur à partir de janvier 2020. Entre le marché automobile britannique et français, l'écart s'est considérablement réduit, passant de 430 000 voitures en 2017 à seulement 100 000 en 2019.

En 2019, la part du marché italien (11 usines) des voitures neuves est restée stable, tandis que celle du marché espagnol (9 usines) s'est effondrée de près de 5 %, ce qui correspond à la plus mauvaise performance des dix plus grands marchés automobiles d'Europe.

Dans les 3 usines polonaises, les ventes de voitures en 2019 ont été meilleures qu'en Belgique (3 usines), ce qui est le seul changement de position parmi les dix plus grands marchés automobiles d'Europe. Les ventes de voitures sont restées stables aux Pays-Bas (4 usines) et en Suède (3 usines). Néanmoins, les deux pays ont prévu des mesures fiscales différentes pour 2020, qui risquent d'affaiblir le marché. Malgré des ventes plus faibles en 2019, l'Autriche (1 usine) est restée le dixième marché automobile d'Europe.

La Lituanie et la Roumanie étaient les deux marchés de voitures neuves qui enregistraient les meilleures performances en Europe en 2019. En revanche, les marchés de voitures neuves les moins performants en Europe étaient l'Islande, l'Irlande et Chypre.

Cette même année, le groupe Volkswagen composé de VW, Skoda, Audi, Seat et Porsche est resté de loin le plus grand producteur de voitures en Europe. Il a gagné un demi-pourcentage de part de marché tout en détenant à nouveau près d'un quart du marché européen des voitures neuves en 2019. Bien que les ventes de la marque VW soient demeurées stables, les autres grandes marques du groupe ont vu leurs ventes augmenter, notamment Seat et Porsche qui ont connu une croissance à deux chiffres (ACEA, 2019a).

A contrario, le groupe PSA (Peugeot, Opel, Citroen et DS) a vu ses ventes baisser et sa part de marché diminuer. Le groupe Peugeot a vu ses ventes baisser modérément, mais Opel continue de connaître des difficultés. Le lancement d'une nouvelle Corsa sur une plate-forme PSA au début de 2020 pourrait aider à soutenir les ventes d'Opel. En effet, la gamme d'Opel a été réduite pour augmenter la rentabilité plutôt que le volume des ventes. Pour leur part, Citroën et DS ont réalisé de bonnes performances.

Par ailleurs, le groupe Renault (Renault, Dacia, Lada, Alpine) n'a pas été à la hauteur, les ventes de Renault ayant baissé. Dacia a enregistré une hausse de ses ventes d'un dixième et Alpine de 127%, mais les chiffres concernés sont faibles (ACEA, 2019).

Le groupe Hyundai tout comme le groupe BMW (BMW et Mini) ont gagné des parts de marché, la marque Hyundai (Hyundai et Kia) ayant particulièrement réalisé de bonnes performances en 2019. Quant au groupe Daimler (Mercedes et Smart), il a augmenté ses ventes en Europe en 2019 pour dépasser le million d'unités. Smart a réalisé une très bonne performance en Europe avant que la marque ne passe aux voitures électriques uniquement (Bekker, 2020b).

Les véhicules électriques représentaient 8,1 % du total des immatriculations, établissant un nouveau record mondial pour ce type de voiture. Le volume a atteint 1 277 908 unités, soit une hausse de 35 % par rapport à 2018. Cette forte croissance contraste avec la baisse de 12 % des immatriculations de voitures diesel, et la timide croissance de 5 % enregistrée par les voitures à essence (Munoz, 2020).

b) Consommation

Les immatriculations de voitures particulières dans l'UE sont restées plus ou moins stables en 2018 par rapport à l'année précédente. L'année a commencé sur une note positive, mais en raison de la baisse de la demande au cours des quatre derniers mois de 2018, le taux de croissance pour l'ensemble de l'année n'a été que de +0,1 %. Avant l'introduction du nouveau test WLTP (étude de la consommation de carburant et des émissions de gaz par les véhicules) en septembre,

les immatriculations de voitures ont connu une hausse exceptionnelle au cours de l'été, ce qui a entraîné une baisse de la demande au cours des mois suivants.

Bien que la hausse de 2018 soit très modeste, elle marque néanmoins la cinquième année consécutive de croissance des ventes de voitures, avec près de 15,2 millions d'unités enregistrées au total dans l'Union européenne.

La demande a été principalement stimulée par les pays d'Europe centrale, où les nouvelles immatriculations de voitures ont augmenté de 8,0 % en 2018. Dans les cinq principaux marchés de l'UE, les résultats ont été variés : l'Espagne (+7,0 %) et la France (+3,0 %) ont enregistré une croissance, les immatriculations ont légèrement diminué en Allemagne (-0,2 %) et la demande a baissé en Italie (-3,1 %) et au Royaume-Uni (-6,8 %) l'année dernière (Tableau 23).

Tableau 23 : Top 5 - Immatriculations de voitures particulières neuves dans l'UE

	2018	2017	% change 18/17
GERMANY	3,435,778	3,441,262	-0.2
UNITED KINGDOM	2,367,147	2,540,617	-6.8
FRANCE	2,173,481	2,110,748	+3.0
ITALY	1,910,025	1,971,345	-3.1
SPAIN	1,321,438	1,234,932	+7.0
EU⁷	15,158,874	15,136,590	+0.1

ACEA, 2019, p.6, https://www.acea.be/uploads/statistic_documents/Economic_and_Market_Report_full-year_2018.pdf

La consommation de voitures diesel a vu sa part de marché chuter de 44,0 % à 35,9 % en 2018, tandis que l'essence a continué d'augmenter son pourcentage d'immatriculations de voitures neuves (de 50,3 % à 56,7 %). En effet, à l'exception de la Bulgarie et de l'Estonie, tous les marchés de l'Union européenne ont enregistré de fortes baisses, y compris les cinq plus importants marchés de l'UE et le nombre de voitures diesel immatriculées a également diminué de 18,3 % l'année dernière. Cette baisse de la demande de diesel a été compensée principalement par une augmentation des ventes de voitures particulières à essence. En 2018, les véhicules électriques ne représentaient que 2,0 % des nouvelles voitures immatriculées dans l'UE, tandis que l'ensemble des véhicules à propulsion alternative représentait 7,4 % du marché (ACEA, 2019a).

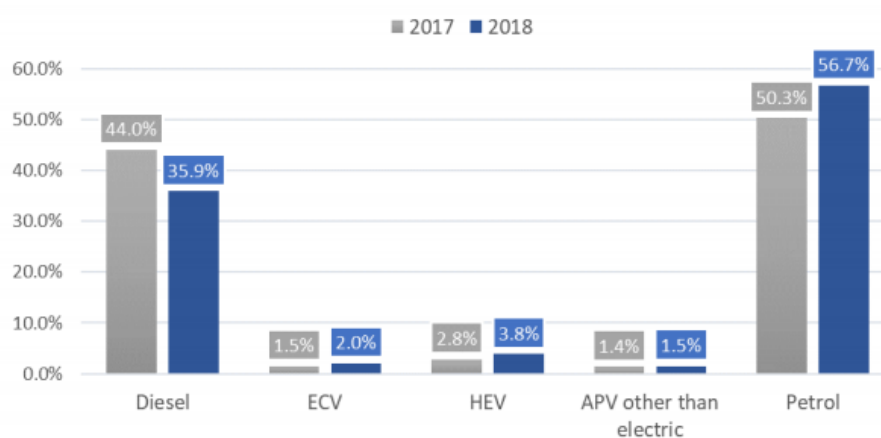
En 2018, les immatriculations de véhicules à essence ont augmenté de 12,8 % pour atteindre 8,5 millions d'unités. En effet, l'essence a augmenté sa part du marché de l'UE de près de six

points et demi de pourcentage l'année dernière, et représente désormais 56,7 % des ventes de voitures. Les immatriculations de voitures à essence ont augmenté sur presque tous les marchés de l'UE, y compris les cinq principaux marchés de la région, en Allemagne, en France, au Royaume-Uni, en Espagne et en Italie.

Tout au long de l'année 2018, les immatriculations de voitures à motorisation alternative dans l'Union européenne ont augmenté de manière significative (+30,4 %). Les véhicules à recharge électrique (VCE) sont en tête de cette croissance avec la progression la plus significative (+38,2 %), notamment grâce à une augmentation du segment des véhicules électriques à batterie (+53,2 %). La Norvège reste le plus grand marché des véhicules électriques à batterie (VEB) en Europe avec 46 143 unités immatriculées en 2018, suivie de l'Allemagne et de la France.

Les véhicules électriques hybrides (HEV) ont également enregistré de très bons résultats (+35,6 %) l'année dernière, représentant plus de la moitié des immatriculations de véhicules électriques à batterie. La demande de ces véhicules a augmenté dans toute l'UE en 2018, chacun des cinq plus grands marchés affichant une croissance à deux chiffres (Graphique 24) (ACEA, 2019a).

Graphique 24 : Voitures particulières neuves dans l'UE par type de carburant, part en %



ACEA, 2019, p.9, https://www.acea.be/uploads/statistic_documents/Economic_and_Market_Report_full-year_2018.pdf

c) Production

La production de voitures particulières dans l'Union européenne a décéléré en 2018, la demande intérieure s'étant affaiblie dans un contexte de ralentissement de la croissance économique et de perturbations causées par l'introduction du nouveau test d'émissions WLTP. En conséquence, la production annuelle s'est élevée à 16,146 millions d'unités, soit une baisse de 2,1 % par rapport à la production de 2017. Néanmoins, l'UE a maintenu sa position de deuxième

producteur mondial de voitures particulières, représentant 21 % de la production mondiale de voitures en 2018 (ACEA, 2019b).

Si l'on considère les principaux pays producteurs de voitures en Europe occidentale, la production n'a que légèrement augmenté en France (+0,4 %) mais a fortement diminué en Italie (-10,2 %), en Allemagne (-9,9 %) et au Royaume-Uni (-9,7 %) l'année dernière (Tableau 25).

Tableau 25 : Top 10 - Producteurs de voitures particulières dans l'UE

	2018 ³⁴	2017	% change 18/17
GERMANY	4,907,645	5,448,171	-9.9
SPAIN	2,176,662	2,197,064	-0.9
FRANCE	1,667,638	1,661,499	+0.4
UNITED KINGDOM	1,515,299	1,677,594	-9.7
CZECH REPUBLIC	1,400,761	1,397,916	+0.2
SLOVAKIA	1,031,241	938,786	+9.8
ITALY	682,443	759,986	-10.2
ROMANIA	471,711	363,653	+29.7
HUNGARY	461,336	479,081	-3.7
POLAND	364,720	428,663	-14.9
EU	16,146,681	16,493,027	-2.1

ACEA, 2019, p.15, https://www.acea.be/uploads/statistic_documents/Economic_and_Market_Report_full-year_2018.pdf

En Europe centrale, la Roumanie (+29,7 %) et la Slovaquie (+9,8 %) ont enregistré de fortes hausses, mais en 2018, la production automobile a chuté en Pologne (-14,9 %) et en Hongrie (-3,7 %).

Les résultats commerciaux globaux pour 2018 montrent une légère baisse des volumes d'exportation de voitures de l'UE (-1,6 %) et une augmentation substantielle des importations (+9,3 %). Une dynamique similaire a été observée en valeur. Après avoir culminé à 131,6 milliards d'euros en 2017, la valeur des exportations de voitures de l'UE est tombée à environ 128 milliards d'euros en 2018 (-2,9 %). Dans le même temps, la valeur des importations a augmenté de 2,8 % pour atteindre 46 milliards d'euros, soit le total le plus élevé jamais enregistré à ce jour.

Néanmoins, le commerce international de voitures particulières a généré un important excédent pour l'Union européenne l'année dernière, s'élevant à près de 82 milliards d'euros (Tableau 26) (ACEA, 2019a).

Tableau 26 : Commerce de voitures particulières dans l'UE

Trade in value (€m)	2018	2017	% change 18/17
IMPORTS	46,081	44,834	+2.8
EXPORTS	127,806	131,612	-2.9
TRADE BALANCE	81,725	86,777	-5.8

Trade in volume (units)	2018	2017	% change 18/17
IMPORTS	3,652,383	3,341,390	+9.3
EXPORTS	5,403,412	5,491,788	-1.6

ACEA, 2019, p.16, https://www.acea.be/uploads/statistic_documents/Economic_and_Market_Report_full-year_2018.pdf

Par ailleurs, le Japon a été le principal pays d'origine des importations de voitures particulières de l'UE en 2018, avec des augmentations de 2,9 % en valeur et de 6,0 % en volume par rapport à 2017. Les États-Unis, le Japon, la Turquie et la Corée du Sud ont représenté ensemble près de 70 % de la valeur totale des importations de l'UE l'année dernière.

Les importations de voitures particulières en provenance de la plupart des principaux partenaires de l'UE ont considérablement augmenté tout au long de l'année 2018, notamment celles en provenance du Maroc, de la Chine, du Mexique et de l'Afrique du Sud.

En revanche, la valeur des importations de voitures en provenance des États-Unis a diminué, passant de 6,4 à 5,5 milliards d'euros l'année dernière, soit une baisse de 13,7 % par rapport à 2017. Les États-Unis sont restés en 2018 la principale destination des exportations de voitures construites dans l'UE, malgré une légère baisse en volume (-1,8 %) et en valeur (-2,8 %). Ces derniers détenaient 29 % de la valeur totale des exportations de l'UE, suivis par la Chine (17,5 %) et le Japon (6,6 %). À eux trois, ces pays représentaient plus de la moitié de la valeur totale des exportations de voitures particulières de l'UE l'année dernière.

Si l'on considère les six principaux partenaires commerciaux de l'UE, seules les exportations vers le Japon et la Corée du Sud ont augmenté (tant en volume qu'en valeur). En revanche, le volume des exportations de voitures à destination de la Chine, de la Suisse et de la Turquie a diminué tout au long de l'année 2018 (ACEA, 2019a).

d) Prix

C'est en Norvège que le prix des voitures particulières neuves vendues en 2018 était le plus élevé, avec une moyenne (taxes incluses) de 46 603€. Comme en 2014, les Norvégiens ont dû puiser plus dans leurs poches que leurs voisins européens. La moyenne européenne se situant à 29 352€ en 2018. Si les voitures sont si chères dans les pays scandinaves, c'est principalement dû aux taux d'imposition qui y sont plus élevés que dans le reste de l'Europe. En effet, les autres pays européens qui appliquent un taux d'imposition de 25 % sur l'acquisition sont la Norvège, la Hongrie, le Danemark, la Suède et la Croatie. Dans ces pays, la TVA de 25 % est imposée sur tous les véhicules particuliers neufs et d'occasion importés dans le pays, tandis que la taxe d'immatriculation des voitures tient compte du poids et du CO2 émis. Les seuls véhicules exemptés de TVA et de péages dans les pays du nord sont les voitures électriques.

Comme le montrent ces données, des taux d'imposition plus élevés sur les voitures particulières engendrent logiquement une hausse des prix. Nous pouvons constater que l'Allemagne (30775€), le Royaume-Uni (31506€), la France (26766€) et l'Italie (25349€) ont des prix bien inférieurs aux pays scandinaves explicables par leur grande production locale et taxation inférieure (Statista, 2020b) (Annexe 7).

Les prix des voitures particulières étaient censés rester relativement stables au cours des trois prochaines années, avec quelques légères hausses prévues. Les voitures de luxe sont le seul groupe pour lequel l'évolution des prix devrait être plus marquée. Cependant, l'impact du Covid19 sur la production d'automobile européenne risque de changer la donne.

Les voitures BMW étaient les plus chères vendues dans l'UE en 2018. Avec un prix moyen de 48 185 euros, le constructeur automobile s'est classé devant son homologue allemand Mercedes-Benz (47867€). Dacia et Citroën ont tous deux vu leur prix de vente moyen baisser entre 2014 et 2018. Les groupes allemands vendent en moyenne des voitures plus chères (Groupe VW et BMW). Le groupe suédois Volvo vend ses voitures à un prix moyen de 45 852€. Le groupe PSA vend en moyenne les voitures les moins chères, Peugeot ayant le prix moyen le plus cher du groupe (25492€ mais surtout la marque Dacia à seulement 12 867€ (Annexe 8) (Statista, 2020a).

e) Impact du COVID-19 sur le secteur

Le secteur automobile est également touché par cette pandémie mondiale. En plus il est bouleversé par quatre grandes évolutions : les voitures connectées, les voitures autonomes, les voitures électriques et les voitures à conduite partagée qui conduisent à une transformation sans précédent des technologies et des modèles commerciaux. Dans ce contexte, l'épidémie de COVID -19 exerce une pression supplémentaire sur l'industrie. Après des interruptions initiales de l'approvisionnement et de la fabrication, l'industrie subit maintenant un choc de la demande avec un calendrier de reprise incertain en raison des régulations en matière de protection du climat. Ne disposant que d'une marge de manœuvre restreinte pour réduire les coûts fixes, certains constructeurs disposent de peu de ressources pour faire face à une longue période de manque à gagner. La perte de capitalisation boursière va probablement accélérer la consolidation de l'industrie et sans financement supplémentaire, certains acteurs risquent de faire faillite. Les changements de comportement des clients, tels que les différentes préférences en matière de mobilité et les attentes en matière d'achats en ligne, pourraient subsister au-delà de la crise (Accenture, 2020).

Cette crise généralisée exacerbe un ralentissement de la demande mondiale qui risque d'entraîner un accroissement des activités de fusion et d'acquisition. L'impact potentiel à long terme sur les entreprises du secteur automobile est lourd. On peut s'attendre à une restructuration importante dans le secteur de la vente au détail de voitures, les concessionnaires étant incapables de pivoter assez rapidement pour s'adapter à l'évolution de la demande. Les fournisseurs confrontés à des problèmes de liquidité peuvent succomber à la détérioration rapide des conditions du marché, ce qui entraînerait des perturbations généralisées et des conséquences potentiellement catastrophiques dans l'ensemble de l'écosystème mondial de la construction automobile. De plus, une réduction prolongée de la demande des consommateurs, à mesure que les pays s'engagent dans divers scénarios de verrouillage, pourrait déclencher une récession mondiale, entraînant une perte de confiance généralisée des consommateurs, ce qui aurait un impact significatif sur les revenus et la rentabilité des constructeurs automobiles.

Et enfin les entreprises d'automobiles peuvent être contraintes de détourner des capitaux pour soutenir leurs activités, ce qui prive les initiatives de technologie avancée et autres projets discrétionnaires de financement de la R&D (Vitale, 2020).

4. Stratégies du lobby automobile

Le lobby automobile a de nombreux alliés au sein des institutions européennes et dispose de toutes sortes de moyens pour faire valoir ses intérêts. C'est ce qui ressort clairement des nombreux affrontements concernant la réglementation politique de l'industrie automobile. Les querelles politiques concernant les objectifs de CO₂ pour les parcs automobiles montrent comment l'industrie automobile et les constructeurs allemands en particulier ont tenté à plusieurs reprises d'affaiblir les objectifs et de retarder leur application, tandis que les organisations environnementales et leurs interlocuteurs au sein des institutions européennes ont plaidé en faveur d'objectifs ambitieux. Mais tout cela n'est pas nouveau. Tout au long des décennies, le lobby automobile a établi des liens étroits avec les institutions européennes (Haas & Sander, 2019). Le poids politique de VW, Renault et d'autres entreprises découle principalement de leur importance économique. L'industrie automobile emploie environ 800 000 travailleurs rien qu'en Allemagne. Et dans de nombreux États membres de l'UE, l'industrie automobile et ses fournisseurs constituent un domaine clé de l'économie nationale. Ce poids économique explique le succès du lobbying des constructeurs automobiles (ALTER-EU, 2018). Ils exercent leur influence et tissent des liens de différentes manières (Haas & Sander, 2019).

Impact du Dieselgate

Septembre 2015, Volkswagen a admis que les logiciels de gestion du moteur dans les voitures équipées de moteurs diesel EA189 ont été manipulés par un logiciel afin de s'assurer que les normes d'émission de l'EPA1 étaient respectées. Suite aux évaluations internes, l'entreprise a révélé qu'à l'échelle mondiale, 11 millions des véhicules construits entre 2009 et 2014 ont été équipés de ce moteur type et logiciel. La plupart d'entre eux ont été vendus en Europe (Eurotaxglass's Group, 2015).

Le marché automobile a donc changé depuis le Dieselgate en raison de la question liée à l'image du secteur mais aussi à la vision de la responsabilité sociale des entreprises. Volkswagen a en effet été confronté à une chute économique énorme depuis le scandale. La demande de voitures diesel VW avait diminué de 10 % et, pour la première fois depuis longtemps, VW a annoncé une perte d'exploitation (Jung & Park, 2016). VW a dû rappeler 11 millions de véhicules et l'amende qu'ils ont dû payer a constitué une charge économique. En plus de ces pertes, VW a perdu une partie de ses clients. Ils ont en effet ruiné leur image de marque et déçu une grande partie de leur clientèle qui a retardé son achat ou s'est adressée à ses concurrents, ce qui a entraîné une perte de valeur sur le marché boursier. Depuis le scandale, la vision de l'Union

européenne a changé en ce qui concerne la réduction des émissions de carbone et le rendement élevé du diesel. On a maintenant tendance à promouvoir des automobiles plus respectueuses de l'environnement et à mettre en avant les véhicules électriques et hybrides.

Ce phénomène entraîne une diminution de la part de marché des véhicules diesel en Europe. Ce phénomène n'est pas spécifique à VW, mais comme il s'agit de leur technologie la plus utilisée, ce sont également eux qui en souffrent le plus. Certains pays européens ont décidé d'interdire les moteurs diesel dans les années à venir et certains pays suppriment les incitations fiscales et les subventions en faveur des moteurs diesel. Pour cette dernière partie, le gouvernement allemand veut déplacer ces subventions vers une technologie automobile plus écologique et souhaite stimuler les ventes de voitures électriques. Il est essentiel de noter que ces choix gouvernementaux vont décourager les gens d'acheter des véhicules diesel. Toutes les pertes générées par les amendes, les rappels, la perte de confiance dans VW de la part des clients, du marché et du gouvernement poussent VW et autres concessionnaires à changer de stratégie. Ils se sont toujours concentrés sur la même technologie pendant des décennies, mais ce scandale les oblige à investir dans de nouvelles technologies et ils développent et ont développé des voitures électriques et hybrides pour les années à venir.

Il est évident que le scandale VW a eu un effet positif sur le niveau d'ambition et l'adoption rapide de règlements pour les tests d'émissions des voitures, bien que ceux-ci aient déjà été planifiés avant que le scandale n'éclate. Le Dieselgate a également permis de sensibiliser à la nécessité d'accélérer la transition vers des voitures à faible et à zéro émission. Ces objectifs devraient accélérer considérablement le déploiement de voitures plus propres et plus efficaces en poussant les constructeurs automobiles à augmenter leur offre de voitures à zéro émission tels que les véhicules électriques à batterie (Bureau européen des unions de consommateurs, 2019).

a) Être un expert

L'Association des Constructeurs Européens Automobiles (ACEA) est présente au sein de 18 groupes d'experts. En 2005, le responsable du secteur automobile de l'époque, Günter Verheugen du parti social-démocrate allemand (SPD), et le président du conseil d'administration de Volkswagen et président de l'ACEA de l'époque, Bernd Pischetsrieder, ont créé un groupe appelé CARS 21 (Competitive Automotive Regulatory System for the 21st

Century). Un regard sur ses membres met en évidence la domination de l'industrie automobile. Les principaux constructeurs automobiles et leurs associations comptent à eux seuls sept membres. Trois commissaires et deux députés européens favorables à l'industrie automobile les ont rejoints, ainsi que des ministres de pays où l'industrie automobile est forte. Seules deux organisations de la société civile étaient représentées. La mission de CARS 21 visait à axer les politiques de l'UE sur le renforcement de la concurrence dans le domaine automobile (ALTER-EU, 2018). Bien que les travaux du groupe se soient officiellement terminés en 2012, à peine a-t-il été achevé que des successeurs sont apparus (d'abord CARS 2020, puis GEAR 2030) qui étaient presque indissociables de leur précurseur.

b) Revolving door

La création de partenariats durables entre les acteurs privés et gouvernementaux est une autre solution adoptée par les lobbyistes. Le phénomène de la "porte tournante" illustre la manière dont les hauts responsables des entreprises assument souvent des rôles clés dans le secteur public au sein de la structure de l'État. Plus fréquemment encore, les hommes politiques changent de poste dans l'industrie après la fin de leur mandat (Haas & Sander, 2019).

Par exemple, avant de prendre leurs fonctions actuelles, la plupart des principaux lobbyistes des constructeurs automobiles allemands ont occupé des postes d'influence en Allemagne ou dans l'UE. L'un des "side switchers" les plus connus est Matthias Wissmann, un ancien ministre allemand des transports. De 2007 à 2018, il a été président du VDA. À ce poste, il a utilisé à plusieurs reprises ses relations étroites avec la chancelière Merkel pour réduire la charge réglementaire incombant aux constructeurs allemands, tant au niveau fédéral qu'eupéen (ALTER-EU, 2018).

c) Doubles casquettes

Une autre forme de liens personnels implique que les politiciens ont un emploi secondaire ou un double rôle. Un grand nombre de bureaucrates sont des consultants ou figurent sur la liste de paie de sociétés de lobbying et de grands groupes industriels. Par exemple, Sigmar Gabriel (SPD) a été ministre-président de Basse-Saxe et membre du conseil de direction du groupe VW. Le président de l'ACEA de l'époque, Bernd Pischetsrieder, l'avait chargé de s'opposer activement aux propositions de limiter le gaz d'échappement. En 2005, en tant que ministre fédéral désigné de l'environnement, il a veillé à ce que le nouveau gouvernement adopte la position de l'ACEA sur la réglementation des émissions de CO₂ (Haas & Sander, 2019).

d) Maintenir les relations

L'outil de lobbying le plus évident consiste, avant tout, à organiser des réunions entre les représentants de l'industrie automobile et les fonctionnaires de l'UE. Le registre de transparence de l'UE montre combien de lobbyistes de ce secteur ont présenté leurs revendications aux décideurs politiques de l'UE. Depuis le 01/12/2014, l'ACEA a organisé 127 réunions avec des commissaires européens et des directeurs généraux, la dernière remontant au 13/05/2020 avec le commissaire Thierry Breton concernant l'industrie automobile (EU Euratom, 2020). Le groupe VW a lui tenu 60 réunions avec des fonctionnaires européens (EU Euratom, 2020). Ce registre n'est que la partie émergée de l'iceberg du lobbying, car il n'enregistre que les réunions avec les hauts fonctionnaires de l'UE, et non les nombreuses discussions informelles avec d'innombrables bureaucrates européens (Haas & Sander, 2019).

Depuis que le scandale Volkswagen a éclaté en 2015, les fonctionnaires du gouvernement allemand ont tenu 325 réunions avec les lobbyistes de l'industrie automobile sur le Dieselgate et la pollution atmosphérique, contre 90 réunions avec les syndicats (dont beaucoup sont des représentants syndicaux au sein des conseils d'administration des sociétés automobiles) et seulement 49 avec des groupes de défense de l'environnement et des consommateurs. L'intimité profondément enracinée entre les décideurs politiques et les lobbyistes automobiles est également mise en évidence par les nombreux mouvements de porte tournante entre le gouvernement Merkel ainsi que l'élite politique allemande au sens large et l'industrie automobile (CEO, 2017c).

e) Forums et Intergroups

Tout comme la Commission a des groupes d'experts, le Parlement européen a des "intergroups". Leur point commun est qu'ils réunissent des eurodéputés et des lobbyistes afin d'assurer le contact le plus intime possible entre les acteurs économiques et les décideurs politiques (ALTER-EU, 2018). Le Forum pour la mobilité et la société (FMS) est considéré comme un bastion du lobby automobile, mais comme il s'agit d'un des groupes informels, on en sait peu sur lui. L'ACEA l'a cofondé, et la société BMW est l'un de ses adhérents. Cinq des dix députés européens de ce forum siègent également à la commission des transports et du tourisme du Parlement européen. Ils ont fait pression à plusieurs reprises pour que les politiques de l'UE soient modifiées afin de les rendre plus favorables aux constructeurs (CEO, 2015b).

Une des caractéristiques de l'UE est qu'elle associe étroitement les acteurs économiques à tous ses processus politiques. Cela est dû non seulement à son orientation fondamentalement

néolibérale, mais aussi au fait que son nombre relativement faible de fonctionnaires européens (environ 32 000 pour la Commission et 10 000 pour les autres institutions de l'UE) l'oblige à recourir à des experts externes (Commission Européenne, 2017). Pour ce faire, elle crée divers forums permettant des rencontres à long terme entre spécialistes et groupes de discussion. Au début d'un processus législatif, leurs membres élaborent une politique approximative qui est généralement adoptée par la Commission (CEO, 2015b).

f) Différentes sources de lobbying

Les Alliés

Un autre exemple d'allié est celui de Joachim Koschnicke, coordinateur de la campagne de réélection de la chancelière Angela Merkel, qui était auparavant un lobbyiste de premier plan pour le constructeur automobile Opel/Vauxhall. Par ailleurs, l'ancien chef de cabinet de la chancelière allemande et ancien vice-président du gouvernement travaille désormais comme lobbyiste pour Volkswagen (ALTER-EU, 2018).

Les ONG

Les ONG sont bien entendu un autre chanel d'influence pour le lobby automobile, ERTRAC et ERTICO regroupent plusieurs compagnies automobiles (VW, Volvo, BMW, Renault, Honda...). Ces ONG sont des alliés de choc pour le secteur car en plus des diverses multinationales nous retrouvons des autorités nationales et plusieurs institutions européennes. Derrière ce nom « ONG » se cachent donc plusieurs grands noms du secteur automobile qui financent ces organisations (ERTRAC, s.d.) et (ERTICO, 2018).

Think tank

Le troisième chanel utilisé pour aiguillonner les décisions en faveur du secteur de l'automobile sont les Think Tank. Ceux-ci vont influencer les décisions nationales et internationales du secteur en publiant des études ou en élaborant des propositions de loi. Les Think tanks tels que DLR et CEPS disposent de leurs propres ressources de communication afin de diffuser l'information à un public aussi large que possible (Urrutia, 2013).

Influence du lobbying national et européen/ influence direct

En 2007, la Commission européenne a annoncé une stratégie d'introduction d'un décret contraignant pour les constructeurs automobiles. Celui-ci aurait principalement frappé les constructeurs allemands qui se concentrent davantage sur les voitures de luxe. Pour contrer cette initiative, la VDA a eu recours à un lobbying interne auprès du gouvernement fédéral allemand, s'appuyant sur leurs liens privilégiés avec le ministre des Transports Wolfgang Tiefensee, la chancelière Angela Merkel et le ministre de l'environnement Sigmar Gabriel. Ceux-ci sont

intervenues publiquement pour défendre les concessionnaires. Ils ont accusé la Commission de mener une guerre concurrentielle entre les constructeurs automobiles allemands et leurs homologues italiens et français (Haas & Sander, 2019).

En 2009, la Commission s'est engagée à présenter une proposition avant la fin de 2012 précisant comment l'objectif de 2020 devrait être mis en œuvre concrètement. Dans le conflit sur cette concurrence entre les lobbys de l'automobile et de l'environnement, la proposition de la Commission a été précédée d'un document CARS 21 indiquant la voie à suivre ; les principaux lobbyistes allemands ont invoqué leurs alliés dans l'appareil d'État allemand et européen pour miner l'impact du projet.

Après des discussions de lobbying à caractère privé, les représentants du ministère allemand de l'économie se sont tournés vers leur supérieur, du Free Democratic Party (FDP) Philipp Rösler, qui à son tour a pris contact avec son compatriote, le commissaire européen à l'énergie Günther Oettinger. En juillet 2012, le PDG de Volkswagen, Martin Winterkorn, a écrit à Oettinger, qui a obligé Connie Hedegaard, commissaire européen à l'action pour le climat, à faire des compromis au secteur automobile. De même, Sergio Marchionne, le PDG de Fiat, a réussi à sensibiliser Antonio Tajani, alors commissaire européen à l'industrie, aux préoccupations de l'industrie automobile. En conséquence, le 11 juillet 2012, la Commission a dû modifier son projet initial. Les critiques publiques qui ont suivi ont incité le président de la VDA de l'époque, Matthias Wissmann, à prendre la défense de Günther Oettinger (Haas & Sander, 2019).

La Commission européenne a déposé en 2017 une autre proposition sur la manière d'organiser les objectifs de la flotte de véhicules pour 2025 et 2030. Selon T&E, en 2030, les nouveaux véhicules devraient émettre au moins 60 % de CO₂ de moins qu'en 2021 pour respecter les engagements pris dans le cadre de la convention de Paris sur le climat. La Commission inclurait un contingent fixe de voitures à zéro émission dans le règlement (T&E 2017). En 2017, le président de la VDA, Matthias Wissmann, a appelé Martin Selmayr, le responsable de la communication du président de la Commission européenne, Jean-Claude Juncker. Ce dernier visait à empêcher l'UE de pénaliser les constructeurs automobiles qui n'atteindraient pas le quota de voitures électriques. Au final, la Commission a abandonné le quota fixé pour les voitures à batterie. Néanmoins, les Allemands ne sont pas parvenus à se débarrasser de la norme provisoire pour 2025.

Concurrence inter-etats

Comme expliqué plus haut, les différences entre les stratégies à long terme adoptées par les gouvernements européens ont donné lieu à des négociations politiques clandestines. Si certains veulent s'accrocher le plus longtemps possible au moteur à combustion interne, d'autres s'orientent résolument vers la voiture électrique. Très vite, des lignes de bataille claires ont émergé. D'un côté, les pays constructeurs de voitures comme l'Italie, la France et l'Espagne ont pris la tête d'un groupe de 19 États membres en plaidant pour un objectif raisonnablement ambitieux fixé à 40% pour 2030. D'autre part, l'Allemagne a pris la tête d'un groupe de pays comprenant la Slovaquie, la Bulgarie, la Roumanie, la République tchèque et la Hongrie. Ces pays qui ont rejeté cet objectif, se concentrent plutôt sur un objectif de 30 % (ALTER-EU, 2018).

Plusieurs États membres de l'UE sont donc disposés à imposer des exigences plus strictes, notamment parce que leurs constructeurs automobiles disposent d'un avantage comparatif en ce qui concerne les véhicules à basses émissions, mais aussi parce qu'ils sont tournés vers un basculement plus rapide en faveur des voitures électriques. En effet, on considère de plus en plus que la question du dérèglement climatique est un problème auquel il faut s'attaquer. Parallèlement, les constructeurs et le gouvernement allemand, soucieux de continuer à produire le plus longtemps possible leurs voitures polluantes mais rentables, s'efforcent d'empêcher la fixation d'objectifs ambitieux. Cela est possible grâce à la puissance des constructeurs allemands qui dominent le lobby automobile européen, tout comme le gouvernement allemand domine l'UE. (Haas & Sander, 2019)

F. Comparaison

Dans cette dernière partie du travail, nous allons analyser et comparer les différents lobbys dont nous avons parlé auparavant dans le but de voir si ceux-ci ont des stratégies similaires ou non. Cependant avant d'effectuer la comparaison des stratégies utilisées par les différents lobbys, nous allons commencer par examiner les différents acteurs des lobbys afin de mettre en évidence leur puissance et leurs moyens respectifs.

1. Acteurs

De la même manière que nous l'avons fait dans les autres parties nous allons commencer par les pays qui ont un de ces secteurs industriels développés, ensuite nous verrons les entreprises, puis différentes associations et nous allons terminer par la puissance des lobbys opposés.

Lors de l'analyse des différents pays pouvant être touchés le plus par des réformes dans les différents secteurs d'activité nous nous sommes rendu compte que le top 5 était identique dans les trois cas, c'est-à-dire l'Allemagne, la France, le Royaume-Uni, l'Italie et l'Espagne. Ces résultats nous amènent à deux hypothèses distinctes, mais qui sont totalement opposées. Soit ces 5 pays sont vraiment proches des secteurs pharmaceutique, automobile et du gaz ; ce qui veut dire qu'ils vont réellement les défendre. Dans ce cas cela pourrait expliquer pourquoi les réglementations ne changent pas souvent. Soit ces 5 pays sont à chaque fois dans le top 5 car ce sont les pays avec le plus de population en Europe, ce qui veut dire qu'il y a plus de chance qu'ils soient les plus gros consommateurs d'un produit, mais cela ne nous explique pas vraiment si les pays soutiennent vraiment le secteur. Nous pensons qu'en réalité, c'est un mélange des deux hypothèses formulées. En effet, sachant que ce sont les 5 plus gros pays de l'UE, cela favorise sûrement leur présence dans le top 5. Cependant comme le montre l'exemple des coûts de R&D, la taille du pays à elle seule ne peut pas justifier l'intérêt d'un pays. De fait, dans le secteur pharmaceutique, la Belgique se classe quatrième devant l'Espagne et l'Italie. Ces hypothèses nous mènent à penser qu'il y a quand même un rapport entre la lenteur des changements à cause des plus gros pays mais que ça ne dépend pas uniquement de la composition du top 5 dans le secteur mais bien de l'ensemble des pays membres comme nous l'a montré le cas de l'automobile avec d'un côté l'Allemagne et les pays de l'Est opposés à la France et aux autres pays de l'UE.

Maintenant analysons les vrais acteurs qui font du lobbying. En ce qui concerne les dépenses directes des entreprises nous pouvons constater plusieurs choses. Premièrement, les entreprises qui produisent du gaz semblent mettre beaucoup de moyens dans le lobbying directement en leur nom comme nous le montrent les chiffres vus précédemment. Néanmoins, ces chiffres sont à voir à la baisse étant donné que ces entreprises n'effectuent pas que du lobbying pour le gaz, seulement 40 % des dépenses de ces entreprises sont directement liées au gaz (CEO, 2017b). Malgré cette diminution, les entreprises productrices de gaz restent celles qui dépensent le plus parmi les trois lobbys en lobbying direct avec en moyenne 1,3 million d'euros de dépenses uniquement liées au gaz. Le deuxième secteur qui est le mieux représenté par les entreprises est le secteur pharmaceutique avec certaines entreprises qui dépassent également le million d'euros de dépenses, mais avec une moyenne d'un peu plus de 1 million d'euros. Enfin le secteur le moins bien représenté est le secteur automobile avec en moyenne 880.000 euros de dépenses déclarées par les entreprises du secteur.

Lorsque nous comparons les dépenses dans des associations liées aux secteurs, nous remarquons la même tendance que pour le lobby direct des entreprises, c'est-à-dire que le lobby du gaz devance le lobby pharmaceutique qui lui-même devance le lobby automobile. Cependant, le lobby du gaz est de nouveau très particulier, car il est soutenu par beaucoup de secteurs différents et n'a pas vraiment d'associations uniquement propres à son secteur. Cela rend donc difficile l'analyse des dépenses liées au secteur. Comme nous le montre le cas du CEFIC qui dépense plus de 12 millions en lobbying mais pas uniquement pour le lobbying du gaz. Dans le cas du secteur pharmaceutique, une association est très puissante, c'est l'EFPIA avec 5,4 millions d'euros de dépenses, celle-ci est suivie par 6 autres associations relativement influentes (entre 200.000€ et 430.000€). Pour le secteur automobile l'ACEA est importante avec environ 3 millions d'euros et la VDA avec 1.5 million d'euros mais compte moins d'acteurs importants que le secteur pharmaceutique. En termes de dépenses en cabinet de consultance, nous remarquons que c'est un acteur très important pour le secteur pharmaceutique qui a dépensé entre 6 et 10 millions d'euros en 2015 alors que pour les deux autres secteurs les dépenses sont bien plus faibles, environ 1 million d'euros pour le lobby de l'automobile et un peu moins de 3 millions pour le lobby du gaz.

Concernant les deux dernières catégories d'acteurs nous les avons regroupées ensemble car ce ne sont pas les acteurs principaux parmi les trois lobbys étudiés. De plus savoir la part exacte qu'une entreprise a dépensée dans un think-tank ou dans une ONG n'est pas facile. Parmi les

trois lobbys analysés celui qui semble utiliser le plus de moyens dans ces catégories d'organisations est le lobby du secteur automobile.

En résumé, le lobby du gaz est celui qui met le plus de moyens pour effectuer son lobbying auprès de la Commission européenne, en étant notamment le numéro 1 en termes de lobbying direct des compagnies ou en termes d'associations. Le lobby pharmaceutique est celui qui arrive en deuxième position. Et celui qui dépense le moins d'argent en termes de lobbying direct est le lobby automobile. Celui-ci a des moyens bien moins impressionnants que les deux autres lobbys en lobbying direct et en associations, où seuls les acteurs allemands ont la même importance que les acteurs des deux autres lobbys. Cependant, le secteur automobile a varié plus ses sources de lobbying. En effet, ses ONG et think-tank employés ont plus de puissance et de budget que les entreprises elles-mêmes. A noter également que dans les 3 cas, les acteurs qui sont opposés respectivement aux lobbys ont bien moins de budget que l'ensemble des acteurs de celui-ci.

2. Les stratégies

Concernant les stratégies employées par les différents lobbys, nous avons remarqué qu'il y avait deux grandes catégories. Il y a les stratégies de relations publiques dont nous allons parler en premier temps et les stratégies basées autour du message à passer dont nous allons parler ensuite. Dans les stratégies de relations, la plus importante est probablement le fait d'être un expert pour la Commission européenne. Cette stratégie est capitale, car elle permet aux lobbys d'être intégrés à la base du processus de la création de législation. Ce qui, comme on l'a déjà expliqué précédemment permet d'exprimer ses intérêts et ses craintes dès le début de la réflexion sur une législation. Et également permet d'être parmi les premiers à avoir les informations concernant les nouvelles lois afin de mieux préparer leur lobbying auprès des parlementaires. Cette stratégie est évidemment utilisée par les trois secteurs que nous avons analysés, mais avec certaines différences. Le lobby pharmaceutique est l'exemple le plus basique des trois, le seul représentant du monde pharmaceutique qui fait partie des groupes d'expert est l'EFPIA et est présente dans 8 groupes pour représenter l'intérêt de ses clients c'est-à-dire la majorité du secteur pharmaceutique. Le deuxième cas est assez semblable, c'est celui du lobby du gaz dont l'association la plus puissante à le représenter est le CEFIC qui participe à 30 groupes d'experts. Cependant, le CEFIC ne représente pas que les compagnies productrices de gaz mais l'ensemble de l'industrie chimique. Dans ces deux cas, les représentants sont uniquement des membres de type C c'est-à-dire des observateurs. Le dernier exemple est différent des deux autres. En effet l'ACEA qui représente les intérêts du secteur automobile fait également partie de 18 groupes d'experts mais contrairement aux deux autres représentants énoncés juste avant, dans certains groupes l'ACEA est un membre de type B (Ce qui veut dire qu'elle représente un intérêt commun) (Europa.eu, s.d. a). La deuxième différence avec les autres secteurs c'est que pour le secteur automobile les entreprises font parfois directement partie des groupes d'experts comme VW, Renault et d'autres encore.

La deuxième grande stratégie de relations est celle des revolving doors. Cette stratégie qui consiste à engager du personnel des institutions européennes pour travailler pour soi ou à l'inverse placer d'anciens employés dans les institutions européennes. Pour cette stratégie-ci, ce n'est pas pertinent de comparer le nombre de cas que l'on peut trouver, car cela ne montrerait pas la puissance des différents lobbys. Toutefois, pour les trois lobbys analysés, nous pouvons trouver de très gros "transferts" bénéfiques pour leur secteur respectif. Les exemples les plus frappants pour les trois secteurs sont : un ancien ministre allemand des transports qui

présidait la VDA pour le secteur automobile, un ancien secrétaire britannique de l'énergie devenu directeur de l'énergie pour un cabinet de consultance et le directeur de l'EMA qui quitte son poste pour créer sa propre boîte de consultance pharmaceutique. Au premier abord, cette stratégie semble être identiquement utilisée par les trois lobbys. Cependant dans le cas de l'automobile on se rend compte que cette stratégie va plus loin étant donné que certains politiciens allemands portent une double casquette. En effet, en plus d'être impliqués dans le monde politique allemand, ils sont également directement liés au secteur automobile et donc à son lobby.

La dernière stratégie de relations que nous allons traiter consiste à avoir un maximum de contacts avec les politiciens et de maintenir de bonnes relations. L'outil préféré des lobbyistes pour mettre en place cette stratégie sont les forums. Les trois lobbys étudiés utilisent cet outil pour défendre leur intérêt que ce soit un point stratégique du lobby comme l'est le FMS, une technique de drague comme nous l'avons vu pour le secteur pharmaceutique ou même que certains groupes soient officiellement invités par la Commission comme ce fut le cas pour le lobby du gaz. Dans les trois cas, le but est identique : rencontrer et se rapprocher des politiciens sans qu'il y ait la moindre trace derrière, car les rencontres dans les forums ne sont pas renseignées dans le registre de transparence. Ces bonnes relations et la proximité des lobbys sont quelque chose de bien réel, comme nous avons pu le voir pour le secteur pharmaceutique avec les relations très proches de l'industrie et de l'EMA ou pour le secteur automobile allemand avec la proximité du gouvernement.

Nous arrivons maintenant à la seconde catégorie de stratégie qui n'est plus basée sur les relations entre les acteurs des différents lobbys et les institutions européennes, mais plutôt sur la manière de transmettre le message. Pour délivrer le message, une stratégie semble très importante dans les trois cas, avoir un même message communiqué par différents types d'acteurs liés de proche ou de loin au secteur.

Dans les trois cas des canaux assez communs sont employés comme l'influence directe, l'appui des alliés, la presse ou encore des cabinets de conseils qui transmettent des études. Mais ce qui est le plus intéressant ici, ce sont les canaux moins ordinaires qui constituent les différences entre les lobbys. Pour le lobby pharmaceutique, il y a les fausses ONG qui vont communiquer le message à la Commission, mais qui au lieu de représenter les consommateurs comme on pourrait le penser, vont en fait représenter l'intérêt des industries pharmaceutiques. Nous pouvons retrouver le même genre de stratégie pour le lobby du gaz, où plusieurs entreprises ont investi massivement dans les énergies renouvelables et se retrouvent maintenant dans les

associations des énergies vertes. Ces entreprises s'en servent pour faire passer leur message : le gaz est une énergie complémentaire aux énergies renouvelables. L'exemple que nous avons trouvé pour le lobby automobile est un peu spécial, étant donné que leur canal supplémentaire n'est pas univoque. En effet, il s'agit d'un allié qui est bien différent des simples alliés comme les entreprises ou secteurs proches, ce sont les gouvernements nationaux. Ceux-ci vont représenter leur industrie nationale avec d'un côté la France et des normes plus strictes et de l'autre côté l'Allemagne. En plus d'être différent car ce n'est pas un allié lié à l'ensemble du secteur, ce l'est également, car ils font partie des preneurs de décisions et peuvent donc se rapprocher des stratégies de relations, qui consiste à avoir des relations proches, dans ce cas-ci avec les gouvernements nationaux et même avoir une influence sur certaines décisions européennes.

Il faut cependant être vigilant, car nous avons essayé de séparer ces stratégies afin de pouvoir les analyser mais en réalité, toutes ces stratégies peuvent se recouper entre elles afin d'être plus efficaces. De plus, avoir une stratégie de lobbying n'est pas une simple fin en soi, cela favorise la mise en œuvre d'autres stratégies afin qu'un lobby puisse exercer une plus forte influence. Un bon exemple de stratégie hybride est celui que nous venons de voir à la fin du paragraphe précédent.

Un autre exemple est le cas de l'Health Technology Assessment (HTA) dans le cas du lobby pharmaceutique. L'HTA qui pourrait devenir un futur organisme européen a pour but de contrôler la valeur ajoutée des médicaments par rapport aux médicaments déjà existants et aide également les différents pays membres de l'UE à savoir si un médicament doit être remboursé ou non. Lors du projet de sa création, le lobby pharmaceutique a utilisé de nombreuses stratégies que nous avons citées ci-dessus. En plus d'avoir effectué du lobbying pour avoir une institution européenne moins contraignante, le lobby a également utilisé toutes ses relations pour infiltrer l'HTA comme il l'a déjà fait avec l'EMA notamment pour avoir plus de contacts qui à leur tour pourraient leur permettre d'effectuer du lobbying dans le futur. (CEO, 2019b).

3. Impact du COVID sur le lobbying

Les lobbyistes de l'industrie automobile européenne se sont rassemblés le 25 mars pour demander à la présidente de la Commission européenne, Ursula von der Leyen, d'assouplir les réglementations européennes, notamment les objectifs en matière de CO2 pour les voitures. En plus de plaider pour plus de fonds européens pour les membres de l'industrie, les lobbyistes affirment que cette pandémie bouleverse profondément les plans du secteur pour se conformer aux réglementations européennes actuelles et futures. Ces groupes de pression réclament un ajustement du calendrier des lois. Toutefois, certains constructeurs automobiles allemands comme BMW, Daimler et le Groupe VW ont reconnu qu'il n'était pas nécessaire de changer les deadlines. Cela soulève la question de savoir s'il y a une rupture sur la scène de l'industrie automobile (Spasić, 2020).

Enfin le groupe Business Europe (qui compte plusieurs membres du secteur automobile) a demandé un report des décisions importantes. En effet, ils soulignent l'impact important qu'à ce lock-down sur la capacité des lobbyistes à s'engager auprès des décideurs politiques. Le groupe demande à ce que toutes les consultations et les évaluations soient retardées, ce qui aurait pour effet d'interrompre tout avancée en matière de législation environnementale et de paralyser le "Green Deal" européen (Spasić, 2020). Si la précédente crise économique et sociale mondiale est une indication, les faits montrent que les conducteurs se tournent vers des voitures moins puissantes, plus petites et donc moins polluantes en période de récession.

Concernant l'impact du covid-19 sur le lobbying du secteur pharmaceutique, nous pensons que mise à part une difficulté à influencer directement les décisions politiques, les lobbyistes pharmaceutiques des grosses industries profiteront de la mise en lumière pendant cette période de crise pour clamer des compensations financières et des prolongements des délais de brevets.

En effet, les grands groupes pharmaceutiques étant en pleine recherche d'un vaccin et de médicaments contre le coronavirus pourraient jouer la carte du ralentissement de leurs recherches post-crise pour cause de la recherche contre le coronavirus.

Enfin le lobby du gaz mise à part une certaine baisse du prix lié au pétrole, ne devrait pas connaître d'impact important lié au covid-19.

G. Conclusion

Pour conclure, nous pouvons constater que ces trois lobbys européens ont un impact considérable dans les prises de décisions au sein des institutions européennes. Globalement les moyens financiers sont colossaux, néanmoins il existe d'énormes différences de budget entre ces trois acteurs. Comme nous avons pu l'observer dans nos recherches, le secteur automobile est celui qui a dépensé le moins en lobbying avec une somme avoisinant les 25 millions d'euros. Le secteur pharmaceutique lui est un peu supérieur avec un budget d'environ 40 millions d'euros et enfin le plus grand dépensier est le lobby du gaz avec un total supérieur aux deux autres lobbys réunis. Celui-ci s'approche des 104 millions d'euros en dépenses de lobbying.

Malgré ces différences de budget, nous pensons que celles-ci ne montrent pas le rapport de puissance existant entre ces trois lobbys. Cela pourrait notamment être expliqué par les relations entre secteurs et gouvernements nationaux. En effet, le secteur automobile est celui dépensant le moins d'argent en lobbying mais est le plus proche de ses institutions gouvernementales alors qu'inversement le lobby du gaz est celui présentant le moins d'affinité.

Concernant les stratégies de communication et de relations exercées par les lobbys pour influencer les lois de l'Union européenne, celles-ci sont relativement identiques pour les trois secteurs analysés. En effet, nous retrouvons une méthode de lobbying plutôt uniforme malgré les différences existantes entre ces industries. En termes de stratégies de relation, tous utilisent le principe de "revolving door", "d'être un expert" et "d'avoir des relations proches" mais varient légèrement dans leur utilisation. Nous retrouvons le même cas de figure pour les stratégies de communication. La stratégie de l'utilisation des différents canaux est également employée par les trois lobbys mais certains moyens de communication sont plus facilement accessibles pour un lobby que pour un autre. Toutefois ces résultats ne nous choquent pas étant donné que lors de notre interview avec une ancienne lobbyiste de GSK, celle-ci nous a confirmé qu'elle pourrait travailler dans n'importe quelle industrie avec les connaissances et relations sectorielles appropriées. En effet, selon elle, le métier est globalement le même, fonctionne de la même manière et a des objectifs similaires. L'unique variation se situe dans les personnes à influencer et les enjeux qui sont différents selon les secteurs.

Pour approfondir la question, on pourrait se demander si l'uniformité des stratégies de relations et de communications sont identiques pour effectuer du lobbying dans tous les secteurs européens indépendamment de leur taille et de leur importance

H. Bibliographies

Accenture. (2020). Impact on the Automotive Industry: Navigating the Human and Business Impact of COVID-19. Consulté à l'adresse https://www.accenture.com/_acnmedia/PDF-121/Accenture-COVID-19-Impact-Automotive-Industry.pdf

ACEA. (2015, juin 16). Key Figures | ACEA - European Automobile Manufacturers' Association. Consulté le 12 mai 2020, à l'adresse <https://www.acea.be/statistics/tag/category/key-figures>

ACEA. (2019a). Economic and Market Report EU Automotive Industry Full-year 2018. Consulté à l'adresse <https://www.acea.be/statistics/article/economic-and-market-report-state-of-the-eu-auto-industry-full-year-2018>

ACEA. (2019b, juin 21). EU passenger car production | ACEA - European Automobile Manufacturers' Association. Consulté le 13 mai 2020, à l'adresse <https://www.acea.be/statistics/article/eu-passenger-car-production>

ACEA. (2020a). ACEA Pocket Guide 2019-2020. Consulté à l'adresse https://www.acea.be/uploads/publications/ACEA_Pocket_Guide_2019-2020.pdf

ACEA. (2020b, mai 4). Interactive map: Fiscal income from motor vehicles in major European markets. Consulté le 10 mai 2020, à l'adresse <https://www.acea.be/statistics/article/interactive-map-fiscal-income-from-motor-vehicles-in-major-european-markets>

ACEA. (2020c, mai 6). 298 automobile factories operating across Europe, new data shows | ACEA - European Automobile Manufacturers' Association. Consulté le 12 mai 2020, à l'adresse <https://www.acea.be/press-releases/article/298-automobile-factories-operating-across-europe-new-data-shows>

ALTER-EU. (2010). Bursting the Brussels bubble: the battle to expose corporate lobbying at the heart of the EU. Consulté à l'adresse <https://www.alter-eu.org/sites/default/files/documents/bursting-the-brussels-bubble.pdf>

ALTER-EU. (2018a). Corporate Capture in Europe. Consulté à l'adresse https://www.alter-eu.org/sites/default/files/documents/corporate_capture_web_1.pdf

ALTER-EU. (2018b). Corporate capture in Europe: When big business dominates policy-making and threatens our rights. Consulté à l'adresse https://www.alter-eu.org/sites/default/files/documents/corporate_capture_web_1.pdf

Bannon, E. (2020, mars 27). EU car lobby's renewed attack on cars CO2 targets - on the back of. Consulté le 21 mai 2020, à l'adresse <https://www.transportenvironment.org/press/eu-car-lobby%E2%80%99s-renewed-attack-cars-co2-targets-back-covid-19>

Bekker, H. (2020a, janvier 16). 2019 (Full Year) Europe: Car Sales per EU and EFTA Country. Consulté le 10 mai 2020, à l'adresse <https://www.best-selling-cars.com/europe/2019-full-year-europe-car-sales-per-eu-and-efta-country/>

Bekker, H. (2020b, mars 3). 2019 (Full Year) Europe: Best-Selling Car Manufacturers and Brands. Consulté le 12 mai 2020, à l'adresse <https://www.best-selling-cars.com/europe/2019-full-year-europe-best-selling-car-manufacturers-and-brands/>

Brundtland, G., & Health and Environment Alliance. (2019). How ending fossil fuel subsidies would benefit our health. Consulté à l'adresse <https://www.euractiv.com/wp-content/uploads/sites/2/2017/07/HEAL-Report-Hiddenpricetags.pdf>

Bureau européen des unions de consommateurs. (2019). Volkswagen dieselgate four years down the road: An overview of enforcement actions and policy work by BEUC and its members since the Dieselgate scandal. Consulté à l'adresse https://www.beuc.eu/publications/beuc-x-2019-050_report_-_four_years_after_the_dieselgate_scandal.pdf

Bymycar.fr. (2017, octobre 9). Les grandes dates de l'histoire de l'évolution de la voiture. Consulté le 8 mai 2020, à l'adresse <https://www.bymycar.fr/webzine/grandes-dates-de-lhistoire-evolution-de-voiture/>

CEO. (2012). Divide & Conquer: A look behind the scenes of the EU pharmaceutical industry lobby. Consulté à l'adresse https://corporateeurope.org/sites/default/files/28_march_2012_divideconquer.pdf

CEO (2015a). The Climate Smokescreen, PR companies lobbying for big polluters in Europe. Consulté à l'adresse https://corporateeurope.org/sites/default/files/attachments/the_climate_smokescreen_04.pdf

CEO (2015b, octobre 12). Lobbying under the radar continues: MEP-industry forums still avoid scrutiny. Consulté le 16 mai 2020, à l'adresse <https://corporateeurope.org/en/power-lobbies/2015/10/lobbying-under-radar-continues-mep-industry-forums-still-avoid-scrutiny>

CEO. (2015c). Policy prescriptions the firepower of the EU pharmaceutical lobby and implications for public health. Consulté à l'adresse https://corporateeurope.org/sites/default/files/20150904_bigpharma_web.pdf

CEO (2017a). Driving Into Disaster: How the EU's Better Regulation agenda fuelled Dieselgate. Consulté à l'adresse https://corporateeurope.org/sites/default/files/driving_into_disaster_report_final.pdf

CEO (2017b). The Great Gas Lock-in. Industry lobbying behind the EU push for new gas infrastructure. Consulté à l'adresse https://corporateeurope.org/sites/default/files/the_great_gas_lock_in_english_.pdf

CEO (2017c, septembre 18). Two years after Dieselgate: car industry still drives Berlin and Brussels. Consulté le 16 mai 2020, à l'adresse <https://corporateeurope.org/en/power-lobbies/2017/09/two-years-after-dieselgate-car-industry-still-drives-berlin-and-brussels>

CEO (2017d). L'Europe enlisée dans le gaz. Les lobbies derrière la politique européenne de développement des infrastructures gazières L. Consulté à l'adresse

https://corporateeurope.org/sites/default/files/leurope_enlisee_dans_le_gaz.pdf

CEO (2018a). Part 1 The 7 myths industry uses to sell us so-called renewable gas (Part 1).

Consulté à l'adresse

https://corporateeurope.org/sites/default/files/attachments/pt1_renewable_gas_-_myths.pdf

CEO (2018b). Part 2: The industry lobby behind so-called renewable gas (Part 2). Consulté à

l'adresse https://corporateeurope.org/sites/default/files/attachments/pt2_renewable_gas_-_lobbying.pdf

CEO, Food & Water Europe, Friends of the Earth Europe, & Greenpeace EU. (2019a). Big Oil and gas buying influence in Brussels With money and meetings, subsidies and sponsorships, the oil and gas lobby is fuelling the climate disaster. Consulté à l'adresse

<https://storage.googleapis.com/planet4-eu-unit-stateless/2019/10/0a8d2624-20191024-report-big-oil-and-gas-buying-influence-in-brussels.pdf>

CEO. (2019b). High prices, poor access: What is Big Pharma fighting for in Brussels? Consulté

à l'adresse https://corporateeurope.org/sites/default/files/2019-05/High%20Prices%2C%20Poor%20Access_Full%20report.pdf

Clamen, M. (2014). Lobbying : de l'histoire au métier. Géoéconomie. Consulté le 12 août

2019, à l'adresse <https://www.cairn.info/revue-geo-economie-2014-5-page-165.htm#>

Commission Européenne. (2017, octobre 10). Commission staff. Consulté le 15 mai 2020, à

l'adresse https://ec.europa.eu/info/about-european-commission/organisational-structure/commission-staff_fr

Commission Européenne. (2018). Déclaration conjointe UE - États-Unis du 25 juillet: les importations de gaz naturel liquéfié (GNL) américain vers l'Union européenne sont en hausse. Consulté à l'adresse

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/IP_18_4920

Commission européenne. (2019a). Prix et coûts de l'énergie en Europe (1 final). Consulté à

l'adresse <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?Uri=CELEX:52019DC0001&from=ES>

Commission européenne. (2019b). Quatrième rapport sur l'union de l'état de l'énergie.

Consulté à l'adresse <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2019/FR/COM-2019-175-F1-FR-MAIN-PART-1.PDF>

Dagorn, G., & Horel, S. (2019, mai 24). Petit guide de lobbying dans les arènes de l'Union

européenne. Consulté 9 août 2019, à l'adresse https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2019/05/23/petit-guide-de-lobbyisme-dans-les-arenas-de-l-union-europeenne_5466056_4355770.html

Deroy, X. (2008, août 1). Le secteur pharmaceutique et l'histoire du contrôle de l'innovation. Consulté le 12 janvier 2020, à l'adresse <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2008-8-page-175.htm?Contenu=article>

EFPIA. (2018). The Pharmaceutical Industry in Figures. Consulté à l'adresse https://efpia.eu/media/361960/efpia-pharmafigures2018_v07-hq.pdf

EMA. (2013, juillet 18). European Medicines Agency welcomes new Head of Legal Service -. Consulté le 20 avril 2020, à l'adresse <https://www.ema.europa.eu/en/news/european-medicines-agency-welcomes-new-head-legal-service>

Energy European Commission. (2015, novembre 3). Madrid forum previous and upcoming meetings - Energy European Commission. Consulté le 17 avril 2020, à l'adresse https://ec.europa.eu/energy/topics/markets-and-consumers/wholesale-energy-market/gas-network-codes/madrid-forum-previous-and-upcoming-meetings_en

Energy European Commission. (2019, septembre 3). Consultation on the Revision of Regulation (EU) No 994/2010 concerning measures to safeguard security gas supply - Energy European Commission. Consulté le 10 mars 2020, à l'adresse https://ec.europa.eu/energy/consultations/consultation-revision-regulation-eu-no-9942010-concerning-measures-safeguard-security_en

Energy Transition Institute. (2015). European Union Agency for the Cooperation of Energy Regulators. Consulté à l'adresse https://www.energy-transition-institute.com/_/media/Files/ETI/Summary%20Introduction%20to%20Natural%20Gas-ENG.pdf

EPHA. (2020, avril 8). Joins Europe-wide challenge to patent for Hepatitis C treatment. Consulté le 12 avril 2020, à l'adresse <https://epha.org/press-release-epha-joins-europe-wide-challenge-to-patent-for-hepatitis-c-treatment/>

ERTICO. (2018, mai 31). List of Partners ». Consulté le 11 mai 2020, à l'adresse <https://ertico.com/list-of-partners/>

ERTRAC. (s. D.). Ertrac - Members. Consulté le 11 mai 2020, à l'adresse <https://www.ertrac.org/index.php?Page=members>

EU Euratom . (2020). Commission Decision of 25 November 2014 on the publication of information on meetings held between Directors-General of the Commission and organisations or self-employed individuals (19–21). Consulté à l'adresse https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?Uri=uriserv:OJ.L_.2014.343.01.0019.01.ENG

Europa.eu. (s. D. a). Registre des groupes d'experts de la Commission et autres entités similaires. Consulté le 20 mai 2020, à l'adresse <https://ec.europa.eu/transparency/regexpert/index.cfm?Do=faq.faq&aide=2&Lang=FR>

Europa.eu. (s. D. b). Registre des représentants d'intérêts - Rechercher dans le registre. Consulté le 18 mars 2020, à l'adresse <https://ec.europa.eu/transparencyregister/public/consultation/search.do?Locale=fr&reset=>

Europa.eu. (s. D. c). Transparency Register - Search the register. Consulté le 20 avril 2020, à l'adresse

https://ec.europa.eu/transparencyregister/public/consultation/displaylobbyist.do?Id=19227706301-14&fbclid=iwar00eu9c3e_Dg_9juv_8elnai-xvaqrepvzf7lv5w32v1zll47i7fdckzdo

European Network of Corporate Observatories. (2019). Who owns all the pipelines: Europe's 4 biggest gas transport companies: Fluxys, Enagás, grtgaz and Snam. Consulté à l'adresse

https://corporateeurope.org/sites/default/files/2019-09/1_English_TSO%20500ud_Cara%20A%20Rev.pdf

European Parliament., & European Commission. (2018). Rapport annuel sur le

fonctionnement du registre de transparence 2018. Consulté le 9 août 2019, à l'adresse <https://www.europarl.europa.eu/at-your-service/files/transparency/fr-annual-report-on-the-operations-of-the-transparency-register-2018.pdf>

Eurostat. (2019a). R&D expenditure in the EU increased slightly to 2.07% of GDP in 2017.

Consulté à l'adresse <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/9483597/9-10012019-AP-EN.pdf/856ce1d3-b8a8-4fa6-bf00-a8ded6dd1cc1>

Eurostat. (2019b, février 12). Medicine use statistics - Statistics Explained. Consulté le 25 mars 2020, à l'adresse https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Medicine_use_statistics#Prescribed_medicines

Eurotaxglass's Group. (2015). Dieselgate: What it means for the automotive industry.

Consulté à l'adresse https://www.eurotax.ch/wp-content/uploads/2017/03/dieselgate_whitepaper.pdf

FTI Consulting, Inc. (2020). COVID-19: Impact on global pharmaceutical and medical product supply chain constrains U.S. Production. Consulté à l'adresse

<https://www.fticonsulting.com/~media/Files/us-files/insights/articles/2020/mar/covid-19-impact-global-pharmaceutical-medical-product-supply-chain.pdf>

Gonzalez, C. (2020, mars 22). Coronavirus forces Brussels lobbying to go digital. Consulté le 21 mai 2020, à l'adresse <https://www.politico.eu/article/brussels-lobbying-goes-digital-because-of-coronavirus/>

Haas, T., & Sander, H. (2019). Le lobby automobile européen analyse critique de l'influence de l'industrie automobile. Consulté à l'adresse

https://www.researchgate.net/publication/335145100_The_European_Car_Lobby_A_Critical_Analysis_of_the_Impact_of_the_Automotive_Industry

Health and Environment Alliance. (2017). Boosting health by improving air quality in the Balkans. Consulté à l'adresse <https://www.env-health.org/wp-content/uploads/2018/06/Boosting-health-by-improving-air-quality-in-the-Balkans.pdf>

IQVIA. (2015). Global Medicines Use in 2020. Consulté à l'adresse <https://www.iqvia.com/-/media/iqvia/pdfs/institute-reports/global-medicines-use-in-2020>

IQVIA. (2019). Global, European and Belgian pharmaceutical market trends. Consulté à l'adresse <https://www.cib-pharma.be/uploads/global-european-and-belgian-pharmaceutical-market-trends-2019-final1552840137.pdf>

Jung, J., & Park, S. (2016). Case Study: Volkswagen's Diesel Emissions Scandal. Thunderbird International Business Review (59 (1), 127-137.). Consulté à l'adresse https://www.researchgate.net/publication/308021860_Volkswagen's_Diesel_Emissions_Scandal?fbclid=IwAR26Jdl7cv4ZCuis6jp9CSn49JWUIVmkvi87oDyogRNEvsJ76AlAaVfV394

Leem. (2019a, septembre 27). Marché mondial. Consulté le 24 mars 2020, à l'adresse <https://www.leem.org/marche-mondial>

Leem. (2019b, octobre 3). Consommation : répartition et financement. Consulté le 25 mars 2020, à l'adresse <https://www.leem.org/consommation-repartition-et-financement>

Lobbyfacts.eu. (s. D.). Centre for European Policy Studies (CEPS). Consulté le 11 mai 2020, à l'adresse <https://lobbyfacts.eu/representative/bfd63784dfdf4f9b85d0efd4600b1538/centre-for-european-policy-studies>

Market Observatory for Energy of the European Commission. (2020). Quarterly Report Energy on European Gas Markets with focus on the impact of global LNG markets on EU gas imports (Volume 12). Consulté à l'adresse https://ec.europa.eu/energy/sites/ener/files/quarterly_report_on_european_gas_markets_q4_2019_final.pdf

Mathilde, M. (2017). GREEN 10 - les 10 ONG vertes les plus puissantes à Bruxelles. Consulté le 17 avril 2020, à l'adresse <https://mastereurope.eu/contentgreen-10-les-ong-vertes-a-bruxelles/>

Moll, N. (2018, novembre 29). Protecting the spark, avoiding the storm. Consulté le 27 avril 2020, à l'adresse <https://www.euractiv.com/section/health-consumers/opinion/protecting-the-spark-avoiding-the-storm/>

Moustacchi, A. (s. D.). Automobile - Histoire. Consulté le 8 février 2020, à l'adresse <http://www.universalis-edu.com.proxy.bib.ucl.ac.be/encyclopedie/automobile-histoire/>

Munoz, F. (2020, mai 11). Europe outperforms global market in 2019 – posting the highest registrations of the last twelve years. Consulté le 12 mai 2020, à l'adresse <https://www.jato.com/europe-outperforms-global-market-in-2019-posting-the-highest-registrations-of-the-last-twelve-years/>

Nicolle, F. (2019, février 14). Lobbying dans l'UE : les règles ont changé. Consulté 9 août 2019, à l'adresse <https://www.latribune.fr/opinions/tribunes/lobbying-dans-l-ue-les-regles-ont-change-807235.html>

Neslen, A. (2018, février 14). Fossil fuel firms accused of renewable lobby takeover to push gas. Consulté le 20 avril 2020, à l'adresse <https://www.theguardian.com/environment/2015/jan/22/fossil-fuel-firms-accused-renewable-lobby-takeover-push-gas>

Oil and gas climate initiative. (2017). Catalyst for change collaborating to realize the energy transition. Consulté à l'adresse <https://oilandgasclimateinitiative.com/wp-content/uploads/2017/10/OGCI-2017-Report.pdf>

Oanta, S., & Vasilcovschi, N. (2014). Lobby activities and their evolution in the european union context (2A). Consulté le 10 août 2019 à l'adresse http://ceswp.uaic.ro/articles/CESWP2014_VI2A_VAS.pdf

Opensecrets.org. (s. D.). Opensecrets.org. Consulté le 18 mars 2020, à l'adresse <https://www.opensecrets.org/>

Parlement européen. (s. D.). Procédure législative ordinaire. Consulté 7 août 2019, à l'adresse <http://www.europarl.europa.eu/ordinary-legislative-procedure/fr/ordinary-legislative-procedure.html>

Peters, S. (2018). The European Union in its new role as a climate spoiler: the bet on gas as the new bridge fuel and the power of the fossil fuel industry. Consulté à l'adresse <https://www.eui.eu/Documents/RSCAS/JMF-25-Presentation/Peters-EU-Gas.pdf>

Philippidis, A. (2019, novembre 18). Top 10 pharma companies of 2019. Consulté le 18 mars 2020, à l'adresse <https://www.genengnews.com/a-lists/top-10-pharma-companies-of-2019/>

Pritish, R. (2020, janvier 23). Presenting top 10 automobile companies in world by market cap Consulté le 10 mai 2020, à l'adresse <https://www.nextbigbrand.in/top-10-automobile-companies-in-world-by-market-cap/>

Rystad Energy. (2020, avril 2). Global natural gas prices for 2020 expected even lower, set to feel Covid-19 symptoms for years. Consulté le 20 mai 2020, à l'adresse <https://www.rystadenergy.com/newsevents/news/press-releases/global-natural-gas-prices-for-2020-expected-even-lower-set-to-feel-covid-19-symptoms-for-years/>

Sabido, P. (2017, novembre 2). Gas lobby keeps Europe hooked on fossil fuels. Consulté le 20 avril 2020, à l'adresse <https://www.euractiv.com/section/climate-environment/opinion/gas-lobby-keeps-europe-hooked-on-fossil-fuels/>

Sciences Et Avenir . (2018, juillet 17). L'Italie est devenu le premier pays producteur de médicaments de l'Union européenne. Consulté le 30 mars 2020, à l'adresse https://www.sciencesetavenir.fr/sante/l-italie-est-devenu-le-premier-pays-producteur-de-medicaments-de-l-union-europeenne_125909

Spasić, V. (2020, mai 2). 5 ways lobbyists are using COVID-19 to weaken EU environmental laws. Consulté le 21 mai 2020, à l'adresse <https://balkangreenenergynews.com/5-ways-lobbyists-are-using-covid-19-to-weaken-eu-environmental-laws/>

SPF Economie. (2016). Etude prospective concernant la sécurité d'approvisionnement en gaz naturel à l'horizon 2025-2030. Consulté à l'adresse <https://economie.fgov.be/sites/default/files/Files/Energy/Projet-etude-prospective-gaz-2025-2030.pdf>

Statista. (2020a). EU car prices by brand. Consulté le 13 mai 2020, à l'adresse <https://www.statista.com/statistics/425240/eu-car-sales-average-prices-in-by-make/>

Statista. (2020b). EU car prices by country. Consulté le 13 mai 2020, à l'adresse <https://www.statista.com/statistics/425095/eu-car-sales-average-prices-in-by-country/>

Toute l'Europe.eu. (2017, septembre 8). Le processus de décision de l'Union européenne. Consulté 7 août 2019, à l'adresse <https://www.touteurope.eu/actualite/le-processus-de-decision-de-l-union-europeenne.html>

Transport&Environment. (s. d.). About us. Consulté le 12 mai 2020, à l'adresse <https://www.transportenvironment.org/about-us>

Urrutia, O. (2013). The role of think tanks in the definition and application of defence policies and strategies. Consulté à l'adresse https://www.kas.de/c/document_library/get_file?Uuid=720e9151-74aa-8525-7ff8-ffcacde0cc5c&groupid=252038

Vitale, J. (2020). Understanding the impact of COVID-19 Automotive sector. Consulté le 21 mai 2020, à l'adresse <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/about-deloitte/articles/covid-19/understanding-covid-19-s-impact-on-the-automotive-sector.html>

Walsh, R. (2010, octobre 1). A history of the pharmaceutical industry. Consulté le 11 janvier 2020, à l'adresse https://pharmaphorum.com/articles/a_history_of_the_pharmaceutical_industry/

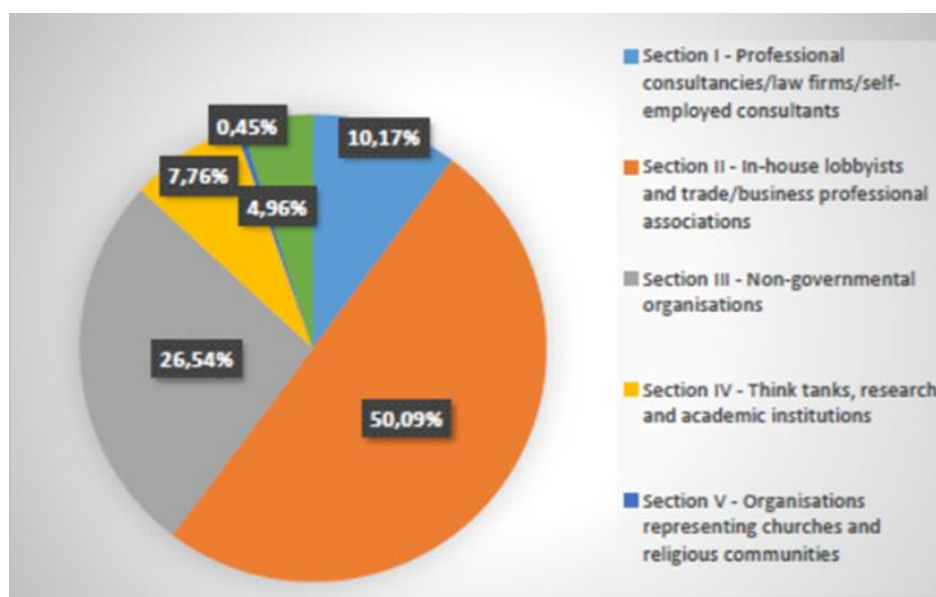
Weis, L., & Corporate Europe Observatory. (2012). Les lobbies veulent imposer les gaz de schistes en l'absence de toute régulation en Europe. Consulté à l'adresse https://corporateeurope.org/sites/default/files/publications/plein_gaz.pdf

Xu, J., Gilbraith, M., & Cai, J. (2020). Impact of COVID-19 on the health industry and how certain sectors will cope and use it as an impetus for change. Consulté à l'adresse <https://www.pwccn.com/en/healthcare/publications/epidemic-response-covid-19-issue-2.pdf>

Yu, K. (2020, mars 25). COVID-19 Shocks Mean no respite for oil and gas in future. Consulté le 21 mai 2020, à l'adresse <https://www.maplecroft.com/insights/analysis/multiple-covid-19-shocks-mean-no-respite-for-oil-and-gas-sector-in-near-future/>

I. Annexes

Annexe 1 : Répartition des représentants d'intérêts



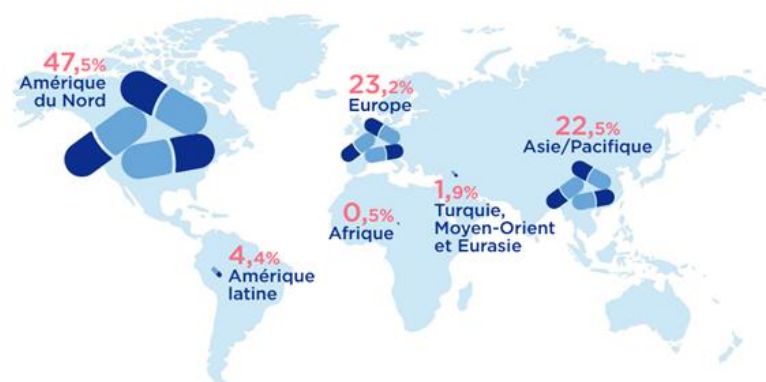
European Parliament & European Commission, 2018, p. 2, <https://www.europarl.europa.eu/at-your-service/files/transparency/fr-annual-report-on-the-operations-of-the-transparency-register-2018.pdf>

Annexe 2 : Dépenses déclarées par les associations pharmaceutiques

LOBBY	DÉPENSES
EUROPEAN FEDERATION OF PHARMACEUTICAL INDUSTRIES AND ASSOCIATIONS (EFPIA)	5 414 776 €*
VACCINES EUROPE	429 000 €*
EUROPEAN BIOPHARMACEUTICAL ENTERPRISES (EBE)	Entre 200.000 € et 299.999 €*
EUROPEAN GENERIC MEDICINES ASSOCIATION (EGA)	Entre 200.000€ et 299.999€**
EUROPEAN CONFEDERATION OF PHARMACEUTICAL ENTREPRENEURS (EUCOPE)	Entre 200.000 € et 299.999 €*
ASSOCIATION OF THE EUROPEAN SELF-MEDICATION INDUSTRY (AESGP)	Entre 200.000 € et 299.999 €*
PLASMA PROTEIN THERAPEUTICS ASSOCIATION	Entre 300.000 € et 399.999 €*
EUROPEAN ALLIANCE FOR COST EFFICIENCY IN HEALTHCARE (COSTEFF)	Moins de 9999 €*
TOTAL	Entre 6.953.775€ et 7.453.770€

*registre de transparence : donnée de 2018, ** CEO, 2015c, p.17, https://corporateeurope.org/sites/default/files/20150904_bigpharma_web.pdf

Annexe 3 : Marché pharmaceutique Mondial par zone géographique en 2018



Leem.org, 2019a, <https://www.leem.org/marche-mondial>

Annexe 4 : Groupe d'experts dont l'EFPIA est membre

Commission Expert Groups And Other Similar Entities (European Commission) ⓘ		Collapse/expand all memberships
E02539	Competent Authorities' Expert Group on the protection of animals used for scientific purposes	Type C member - Observer
E03396	Consultation Forum on Access and benefit sharing (ABS)	Type C member
E02224	European Alcohol and Health Forum	Type C member
E02558	Expert group on follow-up activities related to Corporate Responsibility in the field of Pharmaceuticals	Type C member
X03565	Medical Device Coordination Group	Type C member - Observer
E03537	Multistakeholder expert group to support the application of Regulation (EU) 2016/679	Type C member
E02551	Technical Expert Group for the implementation of the Directive on the protection of animals used for scientific purposes	Type C member
E02769	eHealth Stakeholder Group	Type C member

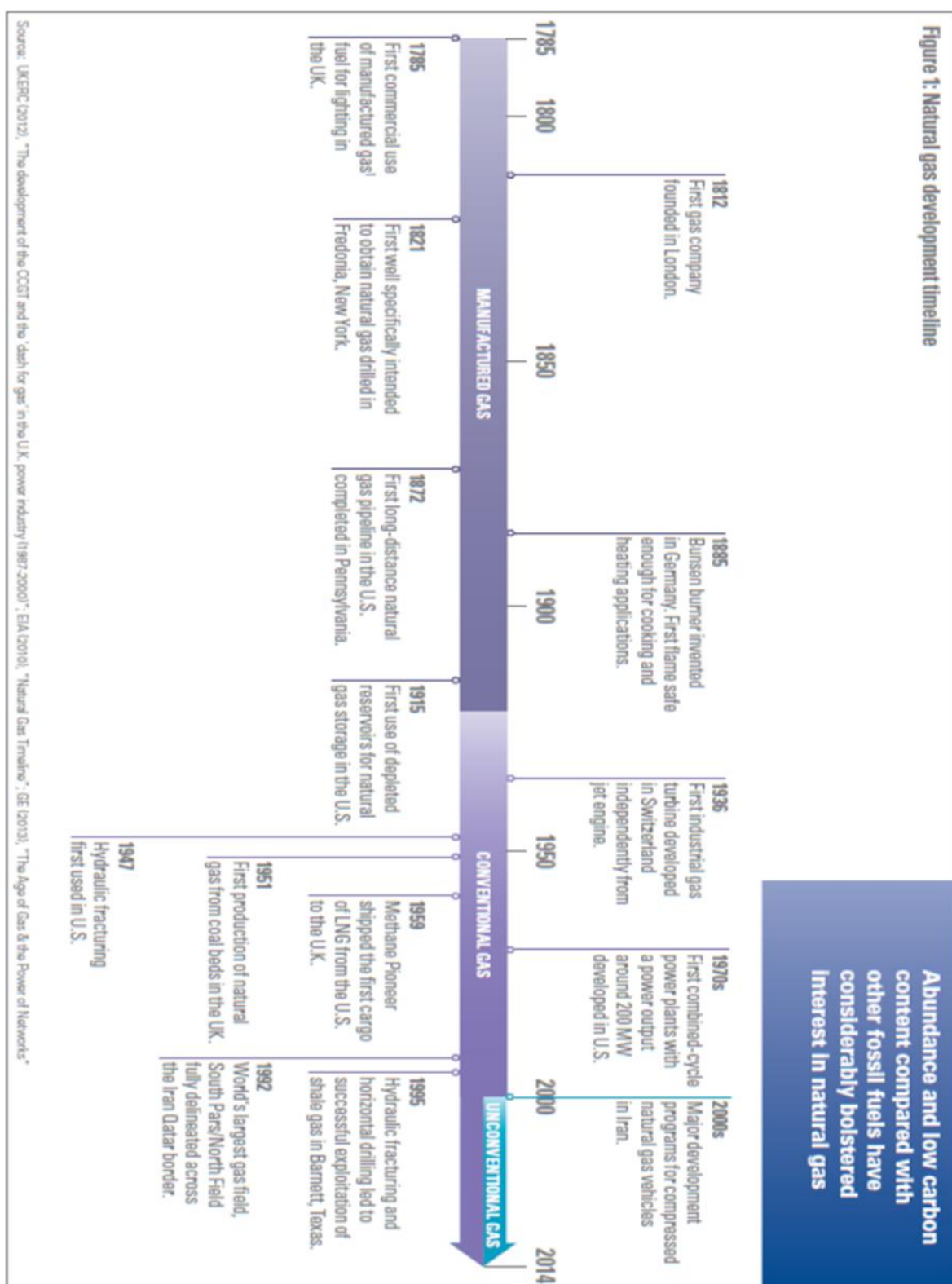
Registre de transparence, <https://ec.europa.eu/transparencyregister/public/consultation/displaylobbyist.do?id=38526121292-88>

Annexe 5 : ONG financées par le lobby pharmaceutique

Name of group	EU Lobby expenditure declared	Notes	Lobby firms employed
European Kidney Health Alliance (EKHA)	€50,000 - €99,999 01/2014 to 11/2014. ⁴⁷	€35,000 Industry sponsorship of its annual event. - Secretariat of Informal MEP Group on Kidney Health; appears to act as a kind of MEP-industry forum whose events are sponsored by big pharma.⁴⁸	Interel European Affairs (2014); fee €100,000 – €199,999 ⁴⁹ – more than it declares in its own register entry.
European Respiratory Society (ERS)	€300,000 - €399,999 03/2013 – 02/2014. ⁵⁰	- Donors include many pharmaceutical firms eg. Amtrill, Astra Zeneca, Pfizer, GSK and Bayer.⁵¹ - ERS President declares pharma fees of over €10,000 for consultancies / advisory boards, Inc. GlaxoSmithKline, Novartis & Merck, plus many industry research grants.⁵² - Vice President also declares fees from lectures and/or advisory board memberships of pharma companies Inc Astra Zeneca (€5,000 to €20,000) and Novartis (€1,000 to €5,000), & research grants from pharma companies, incl over €20,000 from GlaxoSmithKline.⁵³	Weber Shandwick (2014) ⁵⁴
European Union Geriatric Medicine Society (EUGMS)	€25,000 - €49,999 for 2014. ⁵⁵	- Members incl Pfizer, Eli-Lilly, Astra Zeneca & Bayer. - No info on pharma funding in register entry; yet website reports EUGMS' current sponsors include Abbott, GlaxoSmithKline, Pfizer, Sanofi Pasteur MSharp & Dohme.⁵⁶	Marking Public Affairs bvb ⁵⁷
European Academy of Allergy and Clinical Immunology (EAACI)	€100,000 - €199,999 for 2013. ⁵⁸	No info on its pharma sponsors, but website lists "Founder sponsors" including Novartis, Stallergenes, & ThermoFisher Scientific. ⁵⁹	Interel European Affairs ⁶⁰

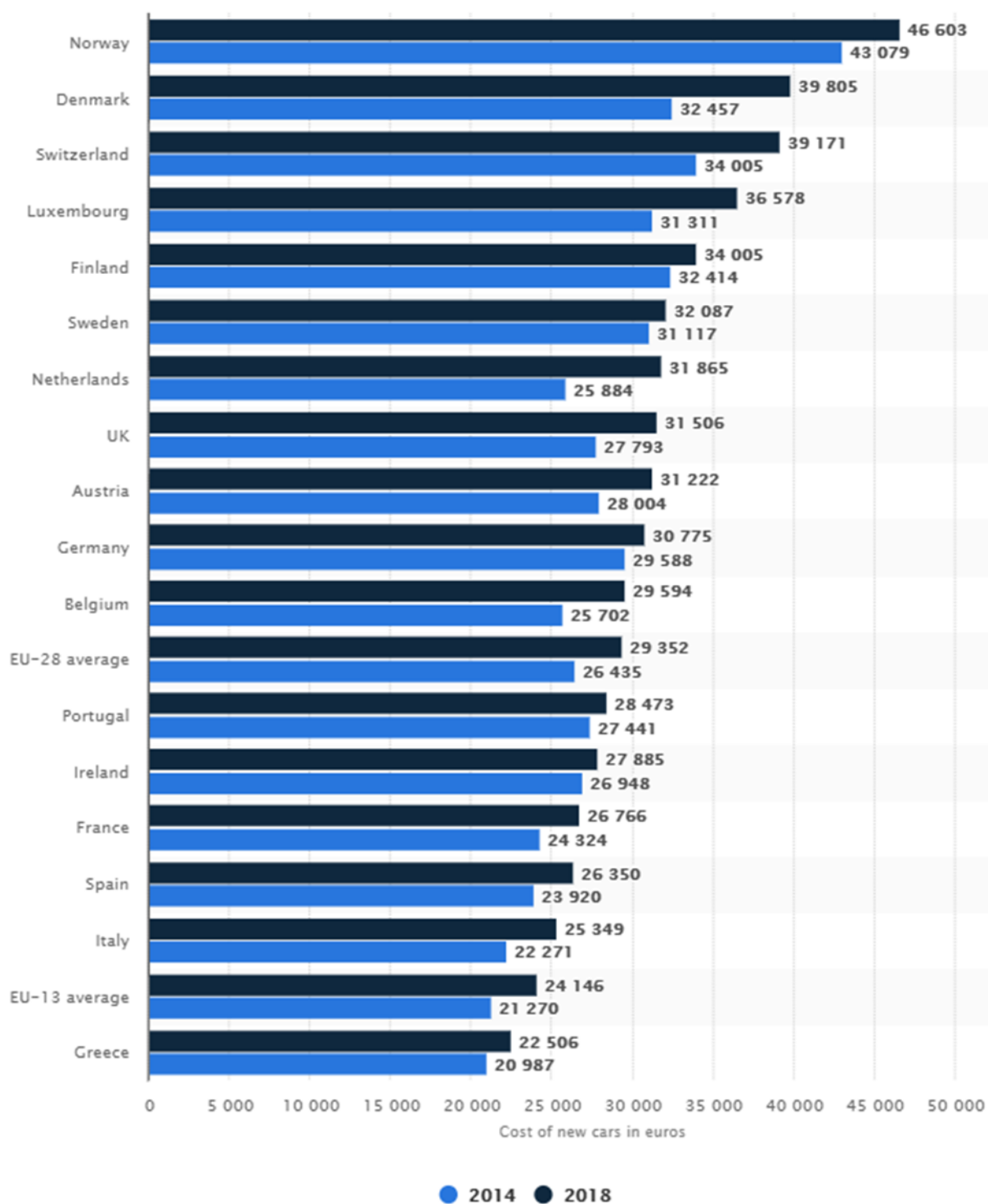
CEO, 2015c, p.14, https://corporateeurope.org/sites/default/files/20150904_bigpharma_web.pdf

Annexe 6 : Chronologie de développement du gaz naturel



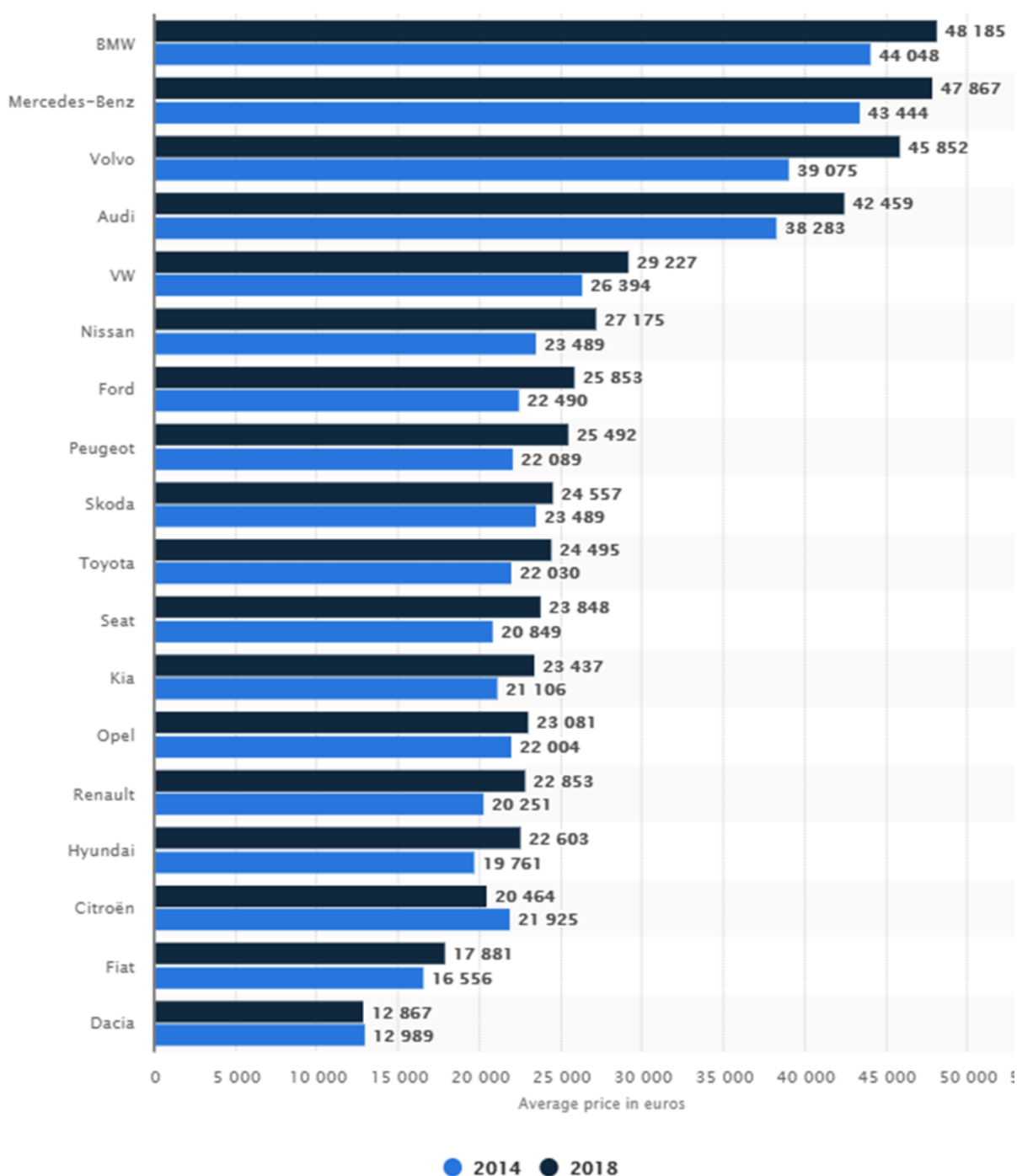
Energy Transition Institute, 2015, p4, https://www.energy-transition-institute.com/_media/Files/ETI/Summary%20Introduction%20to%20Natural%20Gas-ENG.pdf

Annexe 7 : Prix par pays des voitures dans l'UE



Statistcia, 2020b, <https://www.statista.com/statistics/425095/eu-car-sales-average-prices-in-by-country/>

Annexe 8 : Prix par marque des voitures dans l'UE



Statistica, 2020a, <https://www.statista.com/statistics/425240/eu-car-sales-average-prices-in-by-make/>

Annexe A : Interview avec une ancienne lobbyiste de chez GSK

I : Interviewée, Madame Jeanette D

H : Henri Gilain

S : Simon Mergeai

H : Bonjour Madame D, un grand merci d'avoir accepté cette interview !

S : Bonjour Madame, oui un grand merci !

I : Avec grand plaisir, merci d'avoir pensé à moi.

H : Notre première question est quel était votre métier et comment le décrivez-vous ?

Dans le cadre de GSK ou dans mon expérience en général en tant que lobbyiste ?

H : En tant que lobbyiste svp

I : J'ai il y a longtemps dit un journal suédois qui était venu m'interviewer quand j'étais à l'école enfin plutôt en master en Belgique le journaliste m'avait posé la même question ma réponse était qu'un lobbyiste c'est une sorte de démocratie cela fait à l'époque un drame sur les réseaux sociaux parce que je le disais exprès le mot lobbyiste a une connotation négative encore aujourd'hui même si je trouve que ça va mieux mais à mes yeux ça reste une démocratie si c'est bien géré parce que chaque joueur sur le marché a le droit de dire ce qu'il pense c'est la liberté d'expression il faut bien entendu le faire correctement et ne pas croire que les boîtes pharmaceutiques que j'ai représenté entre autres ont plein d'argent et tu peux faire n'importe quoi. Elle n'habite pas les parlementaires européens à dîner du moins pas de dîner de luxe au champagne il y a des conditions très strictes et heureusement ça s'est d'ailleurs encore amélioré même représentant un secteur moins de l'amour ou son environnement ça ne veut pas dire qu'ils ne seront pas écoutés. Le terme lobbyiste est compliqué mais il faut le respecter.

H : Quelle utilité voyez-vous dans le rôle des lobbyistes ?

I : Ce n'est pas toujours clair pour les décideurs surtout pour les parlementaires autres institutions européennes de comprendre toutes les facettes au tout ce qu'il doit appliquer pour les différents secteurs. Il est très important qu'on peut donc s'exprimer et dire les applications à améliorer que ce soit les législations ou autre c'est très important à mes yeux.

H : Cela rejoint un peu notre deuxième question qui est quel est votre avis sur ce métier, vous trouvez donc qu'il y a une certaine importance au rôle de lobbyiste, cela fait partie de la démocratie

I : Si on a on n'avait pas de lobbyiste donc si le métier n'existait pas, comment peut-on s'exprimer comment est-ce que le monde du travail au business, les multinationales et petite boîte puisse avancer. Je ne parle pas seulement des grandes entreprises mais aussi les plus petit et même les patients dans le cadre de la pharmacie point retrouve aujourd'hui des organisations qui représentent presque tout le monde et c'est très bien. Si c'est organisation n'existait pas on ne serait pas au courant de leur travail de l'importance que certaines personnes ont, sont impliqués dans la création des lois. Ils ont de l'importance dans l'opinion publique il s'organise de différentes façons. Par exemple, chez GSK on se représentait nous-même ce qui n'est pas

toujours le cas dans des grandes entreprises ou secteur où souvent des consultants sont engagés pour faire ce travail. On est également au présent via des associations. Ces associations nous représentaient ainsi que nos concurrents il y a donc plusieurs façons pour influencer l'environnement je parle surtout à Bruxelles je ne sais pas si vous êtes focalisés que sur la Belgique ou non ?

H : Nous savons très bien que l'épicentre est à Bruxelles mais nous nous intéressons à toute l'Europe.

I : Je vais refaire référence à l'article auquel j'ai parlé tout à l'heure, lobbyiste a donc une connotation négative mais je pense que si on regarde il y a 100 ans, il y avait déjà des organisations qui représentaient les fermiers par exemple. Il s'agit de lobbyistes mais il n'était pas appelé des lobbyistes simplement des organisations qui défendaient des gens par exemple et leur intérêt. Il y a donc différentes façons de voir ce mot.

H : On pensait que ce mot a donc été un peu modifié détourner de sa réelle utilisation ?

I : Oui bien sûr parce que pour certains cela représente juste les sociétés avec beaucoup de capitaux qui grâce à cet argent peuvent s'acheter des lois tu leur conviens mais cela fonctionne plus comme ça aujourd'hui et bien heureusement.

S : J'aurais une petite question si ça ne vous dérange pas : Est-ce que selon vous les intérêts de l'entreprise en soi pas spécialement de GSK mets du monde du lobbying en général étant donné qu'ils sont bien placés pour pouvoir modifier des lois vous ne pensez pas qu'elles tentent d'en profiter ?

I : Comment serait-on mieux placé que d'autres ? Dans quel sens car on travaille énormément c'est-à-dire que on peut peut-être engager 5 personnes par exemple dans une organisation qui représente les médecins, infirmière ou autre. Dans des petites associations ils n'ont pas les moyens pour engager 5 personnes comme dans ce cas si pour faire du lobbying. Donc pour moi c'est le seul avantage que l'on aura. Maintenant le fait qu'on soit un grand groupe nous donne souvent le mauvais rôle et d'ailleurs grâce au registre national on ne peut pas aller visiter avec trop de personnes, rendre visite à des institutions, députés, il faut gérer et d'ailleurs eux non plus ne veulent pas qu'on vienne à plein. On ne peut pas se déplacer comme cela il faut créer une relation de confiance avec cette personne cela se fait on ne se fait pas mais ça fait partie du rôle de lobbyiste de sentir et de créer des liaisons même avec ce avec qui on n'est pas d'accord. C'est très important car tout le monde veut une solution à la base. Cela dépend bien sûr de la question mais il faut aussi travailler avec les rivaux ceux avec qui on n'est pas toujours d'accord. Cela répond à votre question ?

S : En fait ce que je voulais dire c'est par exemple dans votre cas, vous êtes lobbyiste pour GSK et donc vous allez plus pousser les intérêts de l'entreprise que de moi simple consommateur de médicament produit par GSK et du coup c'était plus comme vous aviez dit que le lobby était important du point de vue des entreprises mais est-ce que ça ne représente tout de même pas un peu plus grâce à vos moyens les intérêts des firmes pharmaceutiques plutôt que le consommateur final.

I : Les consommateurs ont également leur propre organisation, qui sont très active sur la scène européenne, ils sont très bien représentés et pour le cas de GSK il ne s'agit pas que de médicaments, moi-même je travaillais pour la santé publique, département qui n'existe plus car il a fait une joint-venture avec Novartis. On fait certes des médicaments mais aussi des vaccins.

bien entendu on dispose de revenu conséquent mais il faut savoir les gérer et c'est ça que je tente de vous expliquer c'est qu'on ne peut pas envoyer 10 représentants dans les institutions par exemple au Parlement pour faire du lobbying, ce n'est pas sérieux, ça ne mène à rien et est contre-productif.

S : Merci beaucoup j'ai bien compris et c'est plus clair, je comprends mieux maintenant pourquoi vous parliez de nombre limité de personnes qui peuvent aller aux institutions.

H : Selon vous quels sont les côtés positifs et négatifs du métier ?

I : Je pense mais c'est très personnel, ce n'est pas un métier pour tout le monde, c'est pour les gens qui est bien les relations humaines je parle bien entendu pour mon cas aussi. C'est un challenge journalier étant donné qu'on veut arriver à un but une fois qu'on y arrive c'est une vraie récompense. C'est très gratifiant quand on arrive à un but car ce n'est pas quelque chose de facile et qui se fait du jour au lendemain, il faut préparer une stratégie et c'est un travail très gratifiant quand on y arrive bien entendu c'est moins drôle quand on n'y arrive pas, mais souvent on arrive dans un milieu ou au moins on a partagé notre point de vue. En négatif je dirais peut-être que si je me présente en tant que lobbyiste, ce n'est pas très bien vu malheureusement. C'est malheureusement l'image qui est souvent négative mais bon moi je ne me représente pas ou ne me présente pas plutôt en tant que lobbyiste, je dis que je travaille aux affaires européennes c'est tout. Dans ce cas-là ça passe, il ne faut pas avoir honte de ça cela serait terrible car on ne fait rien de mal ou d'illégal au contraire on fait du mieux possible pour les consommateurs et les patients quoi que ce soit ce qui consomme de médicaments, c'est pour leur bien. Je me souviens qu'une fois ma « bosse » m'a raconté une histoire comme quoi elle a été visée lors d'un dîner parce qu'elle travaille pour GSK et que c'est une horreur, elle devrait avoir honte. Mais ce qui me fait rire c'est que si un de des proches de la personne qui l'insultait, attrapait une maladie, elle prendrait donc des médicaments et là d'un coup elle verrait utilité à GSK. Les médicaments sur la course je vais aider point je trouve que malheureusement des gens se font souvent des amalgames vis-à-vis des boîtes pharmaceutiques alors que notre but c'est de sauver des gens.

H : Comme prochaine question nous avons, en quoi consiste une journée ou deux semaines de travail type d'un lobbyiste ?

I : Il m'est impossible de vous faire un plan, c'est ça qui rend ce métier passionnant. Je voudrais ce n'est pas 8h devant votre ordinateur, il y a toujours différents projets bons certains à créer soi-même ou en équipe je vais vous donner deux projets en exemple, nous avons créé une plateforme, il faut déjà avoir l'idée créer un plan avec qui contacter. Il s'agissait d'une plateforme sur la santé buccale. On a réussi à trouver elle est juste joueur que ce soit professeur d'université ou dentiste ou même d'autres boîtes pharmaceutiques mais de préférence pas un concurrent direct. Cela prend déjà beaucoup de temps ensuite il faut trouver un secrétariat puis-je trouver des accords puis trouver enfin une stratégie sur ce que l'on veut obtenir exécutera. C'est donc un travail qui continue et continue, il faut préparer les communiqués de presse et bien entendu allez au Parlement à la Commission afin de rencontrer les décideurs, créer des événements exécutera. Ensuite au bureau il faut surveiller tout ce qui se passe dans la législation de tous les jours, bizarrement et ça j'ai beaucoup appris chez GSK, c'est travailler en interne ! Moi qui était avant GSK dans une boîte de consultance où l'on connaît assez vite ses collègues, je me suis rendu compte que ça allait me prendre plus d'un an je n'y croyais pas au début, GSK est tellement une énorme machine que je n'ai pas directement compris l'importance de connaître tous ses collègues dans les différentes sections ou département. Que ce soit les sciences car moi en tant que lobbyiste je m'y connais pas mal dans le secteur de la santé mais pas les détails, pour

cela il faut aller chez les spécialistes du domaine point ensuite il y a le département marketing qu'est-ce qu'est ce qu'on est autorisé à faire ou non, ceux-ci connaissent les règles. Il y a aussi le département juridique avec toutes les lois à connaître où il ne faut surtout pas faire d'erreurs. Il est bien entendu le voyage même si on va voir ce qui va se passer suite à ce confinement. Chez GSK nous avons beaucoup de vidéoconférence. Il arrive et ça dans beaucoup d'entreprises de faire des vrais face à face on a accès à des avions bien entendu, des hôtels fabuleux, tout ça et bien entendu très cher.

S : J'ai une petite question, est-ce que vous aviez majoritairement du travail que vous effectuez par vous-même où c'est généralement en groupe avec deux trois autres collègues pour un même projet ?

I : Les deux, c'est vraiment les deux. Même si on travaille ensemble chacun tu as bien entendu ça partie qu'on remettra en commun par la suite, c'est comme dans un travail de groupe à l'université. On travaille seul et puis on se réunit et on met tout en commun on discute. Sur certains projets il m'arrive et bien entendu de travailler seul où j'étais la responsable mais dans d'autres on le fait bien entendu en équipe. Tout se met assez facilement car si on est doué dans certains de main comme la loi par exemple, on s'occupera de la partie juridique chacun fait donc les tâches qu'il correspond le plus.

H : Est-ce que vous voyez une différence entre le fait de faire du lobbying pour une entreprise ou pour un secteur ?

I : Oui oui, pour le secteur on travaille différemment, maintenant je pense que vous comprenez un peu mieux comment cela fonctionne en interne et si on représente une société point si on travaille pour un secteur on peut influencer énormément via les trades associations. Par exemple nous étions membres d'une organisation qui représente les pharmaciens enfin plutôt les pharmacies. Eux aussi on tente d'influencer grâce à une voix mais on est face à tous les concurrents donc en fonction de la situation il est parfois mieux de parler au nom de la société.

S : Vous aviez dit au début que vous travaillez dans un cabinet de consultance et aujourd'hui pour GSK.

I : Oui maintenant j'ai quitté GSK il y a quelques années mais j'ai en effet commencé ma carrière dans une entreprise de consultance.

S : Du coup le cabinet de consultance, il y a-t-il une différence entre les deux métiers au quotidien où est-ce globalement la même chose ? par exemple une association avec plusieurs concurrents dedans, le message est différent mais est-ce que la manière de travailler est plus ou moins la même ?

I : Non vraiment pas car comme l'on dit, le client est roi ! Bien sûr il y a la pression qu'on travaille pour une société mais dans mon expérience dans cette entreprise, on quitte le bureau quand c'est terminé et pas avant. C'est une autre sorte de pression aussi en tant qu'employé dans une société pharmaceutique. Quand on engage un consultant on peut mettre la pression différente façon car on s'attend à des résultats et un boulot tip-top car cela coûte cher et en plus c'est assez différent car comme consultant on ne connaît pas l'âme de la société dans laquelle on va travailler vu qu'on change tout le temps, on ne connaît pas tous les jeux politique qui sont en cours tous les tous les collègues. On fait ce que le client a demandé et c'est tout. Tailleur chez GSK on n'engage jamais de consultant pour aller parler avec les parlementaires car on peut garder une relation privilégiée et proche

S : Donc tu as qu'à vous envoyer que des personnes travaillant chez GSK ?

I : Oui maintenant je ne peux plus vous confirmer exactement quelle est la situation actuelle et j'y travaille plus mais à l'époque c'était comme ça. Je me souviens par contre qu'on ne faisait pas appel à des consultants pour autant, ils peuvent travailler dans d'autres domaines.

S : Est-il pour quelqu'un qui fait du lobbying pour l'EFPIA, est-ce que du coup c'est assez proche de ce que fait GSK par exemple car ce n'est pas de la consultance point un groupement est plus proche de la consultance ou de ce que vous faisiez en tant que lobbyiste chez GSK ? Par exemple quelqu'un qui travaille en tant que lobbyiste pour l'EFPIA, est-ce que son métier est plus proche du métier de quelqu'un qui travaille comme vous en tant que lobbyiste pour GSK au plus proche du métier que vous aviez avant en tant que consultant ?

I : Je préférerais ne pas répondre car c'est une autre façon de voir les choses dans le cas du FPIA. C'est à notre rôle à jouer je suis un peu fait mais dans celui-là il faut tenir compte d'autres choses, la pression est moins forte que dans une société ou cabinet de consultance. C'est de nouveau très différent car tu auras des groupes en travaux, tu mets des projets en place mais ce sont les membres qui gèrent, ce sont eux qui sont le moteur et toi tu vas t'assurer de faire du bon travail sinon ils ne voudront plus devenir membre ou rester membre et c'est pour ça que on ne peut pas tout à fait comparer. C'est donc le même mode lobbying mais en fonction de si on est consultant pour une association ou pour une entreprise c'est 3 métiers vraiment différents mais avec un nom qui se rapproche un peu mais cela reste très différent. C'est le même nom et le même but mais la manière de fonctionner n'est pas la même.

H : Ensuite tu voudrais savoir quelles sont les différentes stratégies utilisées en général par GSK donc par une entreprise pharmaceutique et sont-elles les mêmes que celles utilisées dans le secteur.

I : Oui généralement les stratégies seront assez proches même si elle ne va rien peux en fonction de secteur, le but c'est de te dire ce qu'on veut c'est qui le plus favorable pour notre secteur ou société. Je pense que oui on a plus on a les mêmes idées et utilise ont les mêmes outils.

H : Si vous pensez grosse stratégie, quels sont les premières qui vous viennent en tête ? je parle de celle que le secteur utilise ou que vous aviez utilisé en tant que lobbyiste.

I : Il n'y a pas une stratégie spécifique, si on va sur les sites des boîtes pharmaceutiques vous allez voir tous les slogans avec par exemple c'est bon pour le patient, c'est une sorte de stratégie par les sites web des entreprises. Il y a les stratégies de communication, des stratégies de crise, plein de stratégies. On ne peut pas parler d'une seule stratégie, cela varie en fonction de la situation.

S : Nous parlions par exemple du fait d'avoir un message qui est répété disons à la Commission européenne par plusieurs acteurs du milieu, que ce soit un message qui vient d'une ONG et d'une entreprise enfin le même message qui est transmis par plusieurs acteurs. Est-ce intéressant d'avoir plusieurs acteurs du secteur qui viennent transmettre le même message.

I : On évite de répéter le même message ou souhait comme par exemple on évite que oui dépité avoir la même personne pour dire la même chose, pour que ça n'arrive pas les entreprises utilisent des trades-associations qui viennent représenter avec une voix pour que celles-ci représentent plusieurs sociétés pharmaceutiques, s'il y a intérêt comment bien sûr il veut toujours mieux passer par un secteur.

H : Est-ce que vous avez connu quelques batailles dans le secteur contre des concurrents par exemple ?

I : Ahah tout le temps, je me rappelle par exemple la cigarette électrique qui était de nouveau sur le marché et encore aujourd'hui elle a évolué mais à l'époque elle venait d'arriver chez GSK dans fusion des patchs contre la cigarette. C'est une situation très floue car on voulait convaincre que la fête était mauvaise pour pousser le patch mais il n'y avait pas d'étude sérieuse sur le sujet. Le produit était tellement nouveau qu'on ne pouvait rien dire, on essayait d'avoir des rapports scientifiques mais c'était trop tôt c'était donc une bataille contre toutes les organisations qui poussaient la cigarette électrique.

H : Quel a été le meilleur résultat que vous avez obtenu, un travail que vous avez fait dont vous êtes fier, une mission que vous aviez accompli qui selon vous a eu un bel impact ?

I : Je me rappelle un petit projet, je gérais une équipe dans toute l'Europe. j'ai donc dû mettre en place une stratégie et un plan, je faisais du follow up salut c'est dans ce cas-ci d'une publicité qui n'est pas autorisée dans certains pays mais dans d'autres il n'y avait aucun souci. C'était une publicité pour la marque de dentifrice Sensodyne. Dans certains pays des dentistes recommandaient la marque et c'était très bien mais dans d'autres pays c'est interdit, cela a été un vrai casse-tête point par exemple en Grèce ce n'était pas autorisé et on a fini par trouver une solution, on a trouvé des dentistes grec travail en Espagne. C'est via eux qu'on a refait de la publicité et qui finalement est passé en Grèce. On ne trouvait juste pas le faire avec un dentiste actif en Grèce.

H : Ensuite nous voulons savoir quel a été l'impact du lobbying pour GSK sur le marché européen ? cela reste une très grande entreprise quel est l'impact qu'ils ont sur les décisions ?

I : Je ne dirais presque pas plus que d'autres parce qu'on est assez égal, c'est sûr que GSK une bonne réputation du moins en général, mais dans ce monde médical GSK est bien placé. La question est un peu large pour moi.

H : Ce que l'on veut dire c'est grâce au moyen de GSK il savoir un impact au niveau européen.

I : Oui bien sûr les petites associations n'ont pas le revenu pour.

H : Donc seuls les grands groupes européens travaillerai le pacte sur les législations

I : C'est vrai mais c'est aussi ce qui sont du coup le plus touché par les législations, maintenant c'est sûr que c'est plus compliqué pour une PME car pour contacter une association il faut des grands moyens mais dans le cas de GSK au plus grand on est au plus on est attaqué.

H : Travailler avec une association a donc un grand coup, c'est bien plus compliqué pour les petits qui veulent se faire entendre que pour une grande industrie comme GSK simplement pour se faire représenter point comment ça peut fonctionner c'est une petite entreprise veut se faire entendre ?

I : Cela n'est malheureusement pas possible, mon mari travaille par exemple avec quelqu'un de très haut placé chez GSK qui a quitté aujourd'hui et à lancer sa propre société. Abandonné lui a demandé s'il cherchait quelqu'un car mon épouse est disponible, celui-ci a répondu qu'il n'avait pas les moyens car au début dans ce secteur c'est probablement plus important d'avoir un juriste, un financier... Je vous avoue malheureusement de pas avoir d'expérience de ce côté-là.

H : Selon vous jusqu'à quel point de vue le lobbying peut influencer des décisions européennes ?

I : Cela joue un rôle ça c'est certain, les parlementaires et députés ça a beaucoup d'informations du moins certain point on peut avoir devant soi un médecin qui connaît mieux que nous un produit donc tous les côtés techniques mais c'est assez rare. On retrouve quand même de temps en temps des députés qui sont médecins et donc ils s'y connaissent inversement d'autres ne connaissent rien il faut donc expliquer leur parler des pour et contre et c'est à eux de finalement défendre leur opinion mais c'est sûr que c'est la joue un grand rôle sinon cela n'existerait pas.

H : Est-ce facile pour un lobbyiste ou un représentant de rentrer en contact avec des parlementaires ?

I : Cela dépend mais si tu fais une bêtise tu es directement grillé, il ne faut pas présenter directement en tant que lobbyiste point il faut d'abord prendre contact avec l'assistant, j'ai traîné un peu au Parlement pas dans le sens négatif mais faire des connaissances point c'est très important d'avoir un réseau. Après tout dépend de la question mais il vaut toujours mieux d'abord contacter les assistantes qui gère le dossier qui s'appelle le député est occupé ou pas où c'est un député sera plus enclin à répondre à la question les assistants sont dans le très important dans ce système, incroyable de temps en temps plus que leur débiter. Ils ont un véritable rôle de pouvoir.

S : Donc si l'entreprise a des bonnes relations avec le milieu politique plus besoin de facilement accès aux assistants et aux députés ?

I : Oui exactement et c'est ça qui est aussi le côté délicat du métier. Mais ça fonctionne ainsi comme partout dans la vie les relations et piston sont importants.

H : Avez-vous beaucoup de contact avec les autres lobbyistes du secteur ?

I : Oui notamment via les trades- associations, c'est important aussi.

H : Avez-vous donc parfois des avis divergents sur un produit qui doit rentrer sur le marché ?

I : Peut-être pas sur les produits en soie mais chacun a des intérêts et de temps en temps et stratégie différentes.

S : Quand vous voulez avoir un impact sur une décision est-ce que chaque entreprise envoie un représentant où vous effectuez d'abord une réunion avec les grosses autres industries et associations ?

I : On se parle dans le couloir mais c'est surtout autour de la table lors de grosse réunion avec une personne une association qui gère les débats. Tu es très bien gérée pour être sûr d'avancer.

H : Nous allons vous parler maintenant du registre de transparence, quel est votre avis sur son utilité ?

I : Je vous avoue avoir oublié un petit peu, ça peut en effet quelques années que je ne travaille plus dans ce secteur. Je me souviens quand il a été annoncé cela était très délicat, on se posait des questions sur son utilité. Je pense que ça ne fait pas de mal non même temps je ne suis pas sûr que les chiffres correspondent toujours. Après pourquoi pas montrer que GSK possède trois lobbyistes, il n'y a pas de mal à ça. On a d'ailleurs été un des premiers groupes à donner son

accord et donc les informations tandis que d'autres énormément mais ça c'est mal vu parce que ça montre qu'on cache quelque chose.

S : Pour vous globalement l'évolution du registre de transparence c'est quand même une bonne chose ?

I : Oui tout à fait.

S : Et ce registre permettrait d'avoir une image moins négative du métier ?

I : Mais non, je ne pense pas nécessairement dans ce cas-là, je ne trouve pas ça toujours une bonne idée de montrer les finances d'entreprise et du coup des personnes qui ne travaillent. Les gens qui de base sont contre les entreprises pharmaceutiques pourront simplement rajouter l'argument du registre de transparence. Cela va simplement leur rajouter un argument à notre défaveur. C'est comme je n'aimerais pas qu'on mette mon salaire sur internet par exemple. Cela ne les concerne pas.

S : Mais ce registre par rapport aux relations avec les parlementaires, si vous n'êtes pas inscrit dedans vous risquez peut-être d'avoir de moi bonne relation ?

I : Non ils s'en fichent, ils ne regardent pas si on est dans le registre ou pas, il s'agit plutôt de relations que l'on crée avec eux.

H : Pensez-vous que ce qui est déclaré dans le registre réaliste car on voit parfois des grandes différences de chiffre entre par exemple l'Europe et les États-Unis.

I : Non à mon avis une grande part de vérité est cachée, tout dépend comment il voit les choses comment il calcule, on peut facilement tricher avec des données sans spécialement mentir.

H : Cette grande partie est terminée, il ne reste plus que quelques petites questions si ça ne vous dérange pas ?

I : Je vous en prie allez-y !

H : Connaissez-vous le lobbying autour du secteur du gaz et de l'automobile, comment cela fonctionne-t-il ? Sommes-nous dans le même genre de stratégies ?

I : Oui on est complètement dans le même genre de stratégie, en tant que lobbyiste on pourrait travailler dans n'importe quel secteur, c'est quasiment la même chose, il faut après connaître les petites facettes du métier car on sort dirigerai vers d'autres assistants ou d'autres députés et associations mais le métier reste le même. Il faut donc savoir connaître son secteur après il y a des lobbyistes qui changent ça arrive c'est clair.

H : Est-ce que le lobby pharmaceutique c'est déjà entraider avec d'autres lobbys ? Que ce soit le lobby chimique ou cosmétique par exemple pour aboutir à l'apport d'un nouveau produit ou à une législation ?

I : Il y a des entraides inter-secteur, cela arrive et dépend par exemple de la constitution d'un produit. C'est rare mais cela arrive.

S : Juste une question pour rebondir sur le secteur du gaz et de l'automobile, quand vous croisez un lobbyiste d'un autre secteur et que vous discutez est-ce que vous trouvez que vous avez

également les stratégies semblables ? Pour voir s'il y a des liens entre les stratégies du lobby pharmaceutique gazier et automobile.

I : Non les stratégies se ressemblent, elles ont le même but et leur propre association mais les stratégies restent fondamentalement les mêmes. C'est pour ça que je disais que je pouvais travailler dans un autre secteur il n'y aurait pas de souci.

H : Magnifique, cela répond à notre dernière question pour savoir si les stratégies employées étaient similaires au vôtre. Mais dans vous pensez que oui. Un grand merci pour votre temps ce fut très constructif.

I : Avec grand plaisir, courage pour votre mémoire.

S : Merci beaucoup !

