

# Document

## A Washington, les lobbys font toujours la loi (18.08)

**Slate.fr – 17.08**

Alors que l'économie américaine flanche, une industrie semble insensible à la conjoncture: le lobbying. Un poignée de secteurs, notamment la santé, le pétrole et le gaz, ont été encore plus actifs en dépit de la récession. Les autres, comme le BTP et la finance, allouent moins de ressources au lobbying. Mais globalement, la baisse est faible - et l'influence des lobbyistes n'a souffert d'aucun déclin. Qu'importent les critiques, et il y en a beaucoup, l'industrie du trafic d'influence à Washington n'a pas perdu son efficacité... au contraire.

Le secteur financier en est le meilleur exemple. En général, les industries dépensent pour leur lobbying des sommes directement proportionnelles au nombre de législations en cours (par exemple, l'augmentation du lobbying dans les secteurs de la santé et de l'énergie ce dernier trimestre, alors que les commissions du Congrès s'acharnaient sur la réforme du système d'assurance santé et sur les quotas d'émissions de CO<sup>2</sup>). De la même manière, les banques et sociétés d'investissement ont vécu en juin, sous l'impulsion de la Maison Blanche, leur plus grande restructuration depuis des années. Et de nombreux observateurs reconnaissent aujourd'hui que les nouvelles lois et réglementations ont été finalement très favorables à l'industrie financière.

Pourtant, le secteur financier a moins dépensé - environ 10% de moins! - pour le lobbying lors du second trimestre 2009 que lors du second trimestre 2008. Une analyse menée par le Center for Responsive Politics (CRP) a trouvé que les établissements financiers avaient dépensé 7,4 millions de dollars au deuxième trimestre de cette année, contre 8,24 millions à la même période l'an passé. Tandis que les banques commerciales ont déboursé un peu plus pour le lobbying ce trimestre-ci que l'an dernier, le total des sommes pour la finance a baissé, si on compare année par année, de 25,2 millions à 25 millions tout rond.

Pourquoi une telle baisse? Une réponse évidente consiste à dire que le secteur s'est affaibli. Bear Stearns et Lehman Bros. n'existent plus, Merrill Lynch a été racheté, et Goldman Sachs comme Morgan Stanley sont plus aujourd'hui des banques commerciales que des établissements d'investissement. La récession économique a raccourci les bilans, poussant de nombreuses banques à préférer payer leurs dettes auprès du TARP (Troubled Asset Relief Program - le programme mis en place par le gouvernement américain pour sauver les banques en leur permettant de se recapitaliser) plutôt que de faire pression sur le Congrès. Citigroup, par exemple, n'a dépensé cette année que 3,1 millions de dollars en lobbying - en gros le tiers des 8,8 millions dépensés pendant toute l'année dernière. Il est aussi possible que certaines banques réservent leurs tirs pour plus tard cette année, quand le Congrès regardera de plus près les propositions du Président.

Mais ces économies ne semblent pas le moins du monde affecter les performances des groupes de pression. Au contraire, ce trimestre, le secteur financier est celui qui a réussi le mieux et depuis longtemps. Évidemment, les banques ne sont pas très heureuses de voir qu'Obama a offert à la Réserve Fédérale (Fed, la banque centrale) un pouvoir de contrôle et de régulation, de même que l'idée de créer un Conseil de surveillance des services financiers n'est pas vraiment populaire. Mais globalement, Wall Street approuve les propositions de réformes présidentielles et a su préserver en dépit d'une crise où sa responsabilité est engagée l'essentiel de sa puissance. Et puis plus le Congrès débat surtout depuis plusieurs semaines de la réforme du système de santé et de la facture énergétique, plus l'économie a le temps de se remettre sur pieds, et plus les législations sur la finance pourront s'adoucir avant d'arriver sur le bureau du Président.

Les observateurs de K Street (la rue des lobbyistes) comme ceux de Wall Street suggèrent que le lobbying ne s'est en fait pas relâché d'un pouce avec l'arrivée au pouvoir de l'administration Obama et avec la récession. «Ce n'est pas parce que les chiffres globaux ont diminué ici et là, par rapport à ce qu'ils étaient auparavant, qu'on doit penser que l'acharnement des lobbyistes ont cessé, même en faisant un gros effort d'imagination», souligne Dave Levinthal du CRP.

Ed Mierzwinski du Groupe de recherche de l'intérêt public (Public Interest Research Group) dit même que les lobbyistes du secteur de la finance n'ont jamais été aussi actifs. «Au Capitole, nous n'avons noté aucun

accès de faiblesse des opposants à la réforme», explique-t-il. «Les rangs se sont peut-être resserrés, mais les banquiers et les établissements de crédit sont toujours là, et bien là.»

Si moins d'argent et plus de résultats équivalent à une plus grande efficacité, alors on peut peut-être en déduire que la crise financière a rendu K Street plus performante. Un dollar dépensé en lobbying a toujours été l'un des meilleurs moyens qu'avait une entreprise - et par extension une industrie - pour accroître ses marges et ses profits. Manifestement, c'est toujours vrai.

|