L'ENQUETE

Agriculture et médias

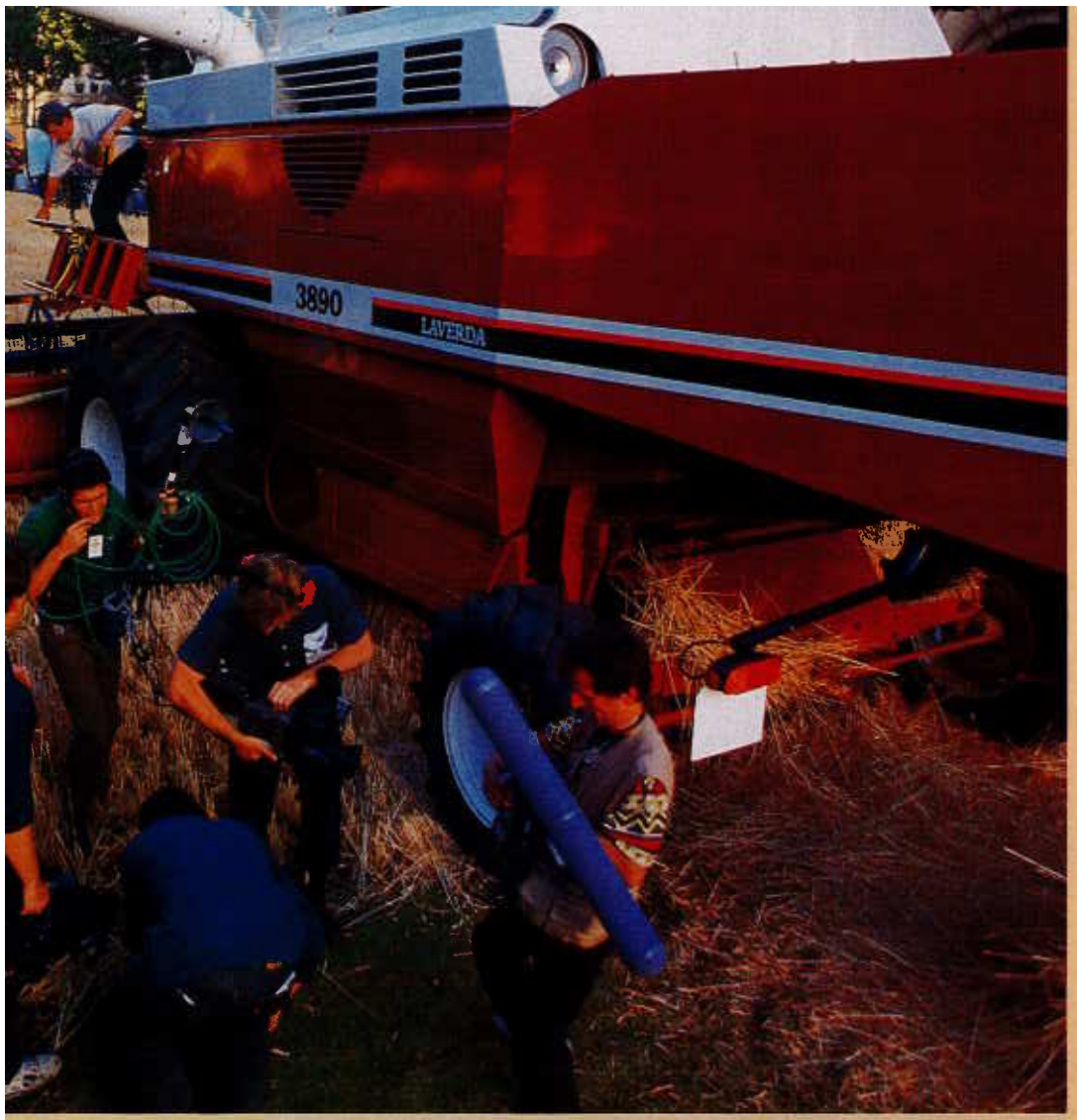
LES AGRICULTEURS SE PLAIGNENT d'être maltraités par les médias. Si les journalistes de la presse nationale, citadins et de moins en moins spécialistes, montrent parfois une désinvolture condescendante, les agriculteurs ne sont pas des moutons noirs de l'information : la presse est simplement friande d'images choc ou de pittoresque. Depuis quelques années, les actions violentes ont partiellement cédé la place aux opérations de grande envergure - la Grande moisson, le Dimanche des terres de France -, impulsées par les organisations professionnelles agricoles. But : capter l'intérêt des médias et susciter la compréhension de l'opinion publique. Cette inflexion de stratégie s'explique en partie par la perte d'influence d'une catégorie numériquement amoindrie (thèse contestée), mais surtout par la prise de conscience de l'impact négatif de la violence et l'émergence d'une nouvelle génération d'agriculteurs mieux formée et plus sensible aux méthodes de communication modernes.

Génération fo

Entre les agriculteurs et les médias, ça n'a jamais été le grand amour. Les premiers reprochent essentiellement trois choses à la presse, à la télévision surtout : d'abord, vous parlez de nous en termes trop généraux, comme s'il y avait quelque chose de commun entre un céréalier de la Beauce, un viticulteur du Midi et un petit éleveur de la Mayenne. Ensuite, vous ne vous intéressez à nous qu'à l'occasion des incidents violents. Enfin, vous nous représentez souvent sous des traits caricaturaux. Vous surtout, messieurs de la télévision, avez le chic pour dégotter l'agriculteur typique (rougeaud, Gitane maïs au bec, casquette et chemise à carreaux) qui rassurera le téléspectateur citadin en lui re-présentant quelque chose de connu, d'identifiable.

De leur côté, les journalistes - ceux de la presse nationale - n'ont guère une image favorable des agriculteurs. Des assistés subventionnés, des râleurs violents, des conservateurs, et pollueurs par-dessus le marché. Rien de surprenant pour Jean-Claude Widemann, producteur de l'unique émission "agricole et rurale" de la télévision - *D'un soleil à l'autre*, dimanche sur FR3. *"A l'évidence, il s'agit d'une civilisation dominante qui parle d'une civilisation dominée. Donc avec une certaine condescendance, voire un certain mépris conscient ou inconscient"*.

Cet esprit n'est pas nouveau. Il s'est illustré avec le plus d'éclat (de morgue?) dans une émission devenue célèbre, *Adieu coquelicots* (1). Mars 1970, François-Henri de Virieu, qui a fait ses premières armes dans le journalisme agricole, présente une série de reportages sur les paysans français, suivis d'un débat en direct. La démonstration est simple, implacable. D'un côté, le passé, avec ses paysans traditionnels qui produisent sans souci des réalités du marché. De l'autre, l'avenir, avec ses agriculteurs managers bien équipés et regroupés pour travailler moins, récolter plus et vendre mieux. Le commentaire met l'accent sur les sommes énormes que le contribuable doit débourser pour maintenir en survie les petits exploitants et invite les pouvoirs publics à réserver crédits et débouchés aux plus compétitifs, tout en encourageant le départ des autres par des aides sociales. *"Deux cent mille bons techniciens remplaceront avantageusement deux millions d'agriculteurs traditionnels"*, conclut de Virieu. Les citadins applaudissent tandis que les petits paysans étouffent leur honte et leur colère. Michel Debatisse, alors président de la FNSEA, quitte le plateau en pleine émission. Sans doute les excès de cette émission (excès idéologiques liés à l'air du temps. N'est-ce-pas en 1964 que Henri Mendras publie *La fin des paysans*



Qui parle aujourd'hui, dans la presse, des agriculteurs? Le journaliste spécialisé en agriculture répondra-t-on avec perspicacité. Le problème, c'est que ces journalistes n'existent pratiquement plus

urches câlines

ne pourraient-ils pas se reproduire vingt ans après. Mais d'autres manques compromettent aujourd'hui la restitution d'une image fidèle des agriculteurs.

Qui parle aujourd'hui, dans la presse, des agriculteurs ? Le journaliste spécialisé en agriculture, répondra-t-on perspicacement. Le problème, c'est que les journalistes spécialistes à part entière de ces questions n'existent pratiquement plus dans les chaînes de télévision et les journaux nationaux. Il y a quinze-vingt ans, il y avait encore un service en charge du monde rural à Europe 1, France Inter et RTL. Un rubricard agricole - poste prestigieux - écrivait régulièrement dans les colonnes du *Monde* et de *La Croix*. Aujourd'hui, les journalistes en charge de l'agriculture ne sont plus des spécialistes : ils s'occupent aussi d'environnement, de transports, d'agro-alimentaire, etc. Si Jean-Claude Widemann parvient à maintenir son émission à une heure d'écoute non négligeable (dimanche à 13 h 20, un million et demi de téléspectateurs), il ne nourrit pas d'illusions sur les sentiments des dirigeants de la chaîne :*"La plupart d'entre eux estiment que perdre une demi-heure pour de l'agriculture, c'est stupide"*. Paradoxalement, l'exemple du *Parisien* pourrait se présenter comme une exception. L'agriculture, il y a encore trois ans, y était traitée (comme la médecine) sous forme de brèves (l'unité de bases de l'information : cinq à huit lignes-colonne). Chacun s'y collait, selon sa disponibilité. Depuis deux ans, la rubrique s'est développée, prise en charge par une journaliste, Jacqueline Meillon. Pas de grand papier de fond, bien sûr, sur la réforme de la politique agricole commune ou les problèmes des quotas laitiers. Du vécu, du témoignage, les aspects économiques n'étant abordés qu'à travers leur incidence sur la vie de tous les jours. Mais un article sur l'agriculture est déprogrammé et repoussé s'il entre en concurrence avec un papier "social" (chômage, famille, emploi). Au reste, pas de folies : *"On passe un ou deux articles par mois concernant l'agriculture ou le monde rural"*, calcule Jacqueline Meillon.

Comment les journalistes parlent-ils des agriculteurs ? Le mieux est ici d'envisager un événement marquant - la manifestation de mars 1982 à Paris - et d'observer son traitement dans les journaux nationaux qui en ont rendu compte. On reprendra l'excellente analyse détaillée que le sociologue Patrick Champagne lui a consacrée (2).

Première constatation : la perception de l'événement par les journalistes s'organise autour de l'opposition droite-gauche. Pour *Le Figaro*, qui soutient les organisateurs, la manifestation est une grande réussite

tandis que *Le Monde*, plutôt favorable à la politique du gouvernement, préfère titrer sur la déclaration d'Edith Cresson, alors ministre de l'agriculture : *"La manifestation de Paris est légitime et de nature à faire pression sur nos partenaires européens"*. Louis Mermaz ne dira pas autre chose au lendemain de la manifestation parisienne du 29 septembre 1991, et le même journal mettra sa déclaration en exergue...

Deuxième remarque : chaque journal choisit son paysan, celui auquel son lecteur moyen est le plus susceptible de s'identifier. Ainsi, *Le Parisien* met en avant un paysan traditionnel de l'Ouest, avec *"sa veste à carreaux et sa casquette à chevrons sur la tête"*. *Le Quotidien* lui préfère un jeune agriculteur *"qui n'aurait pas détonné dans une manif d'étudiants, avec ses lunettes d'écailles, son costume de laine et sa coiffure Sciences Po"*. *Libération* flashe sur *"un riche paysan de gauche, jeans, baskets, veste d'un bleu très vif"*. Tertio : les journalistes ressentent et analysent l'événement en fonction du groupe social auquel ils appartiennent. Proximité et complicité objectives dans la presse de province : *Ouest France* (voir encadré) évoque ainsi la rencontre *"fraternelle"* avec des Parisiens *"étonnés de découvrir ces hommes et ces femmes qu'ils ont facilement tendance à oublier"* - en septembre 1991, le même journal parle d'une *"manifestation monstre magistralement organisée"* au cours de laquelle les agriculteurs ont *"prouvé avec éclat qu'il ne fallait pas les enterrer trop vite"*. Les journaux parisiens, eux, marquent leur distance sociale par l'humour qui s'exprime dans les caricatures et dans les titres. *"Les tracteurs sont entrés dans Paris" (Le Matin). "Les paysans labourent Paris" (Libération)*. Plus grave, dans le compte-rendu de ce type d'événement de retentissement national, la parole du spécialiste est noyée dans la masse des articles, "dissimulée" derrière la profusion des gros titres, croquis, papiers d'ambiance, "choses vues", caricatures, interviews d'agriculteurs soi-disant pris au hasard. Cette abondance, explique Patrick Champagne, *"réactive les stéréotypes sur un groupe ou un milieu social que le journal partage avec ses lecteurs"*. Ainsi, en 1982 le quotidien *Le Matin*, proche des

"Adieu coquelicots", en mars 1970 : autour de François-Henri de Virieu, de gauche à droite, Michel Roland (Agriculture-CFDT); George Vedel - auteur, en 1969, d'un rapport célèbre -; Jean Legrand, agriculteur dans la Côte d'Or; et le sociologue Henri Mendras.
Photo de droite : l'équipe de "D'un soleil à l''autre", sur FR3, Jean-Claude Widemann et Rémi Lunet.

Les agriculteurs et les médias ? "A l'évidence, il s'agit d'une civilisation dominante qui parle d'une civilisation dominée. Donc, avec une certaine condescendance, voire avec un certain mépris".

De même qu'à la radio on raffole des accents, de même à la télévision on aime les "gueules", si possible avec un accent. Un vieux paysan au parler rocailleux passe mieux qu'un jeune diplômé

socialistes, n'est pas favorable à une manifestation dirigée contre Edith Cresson. Il interroge donc comme agriculteur représentatif un manifestant "à particule" qui a voté Chirac aux législatives, *"comme la plupart des paysans interrogés"*. Suit le récit d'un voyage en car avec les agriculteurs du Lot-et-Garonne et une description appuyée de paysans certes bons vivants mais pas très "distingués" pour un citadin. Extrait choisi : *"La première parole matinale vers 5 h 30 vint du fond du car. "Il faudrait peut-être songer à un arrêt-pipi parce que si ça continue, j'ai la sous-ventrière qui va me péter !" On repartit à l'assaut de Paris, vessies vides et ventres pleins"*. (24 mars 1982).

La parole du spécialiste tend aussi à être occultée par celle des éditorialistes ou des rédacteurs politiques du journal. A l'occasion du Dimanche des terres de France (29 septembre 1991), Jean-Michel Helvig, dans *Libération*, pointe ainsi le curieux fourvoiement de la droite parlementaire qui, en soutenant les représentants paysans engagés dans une *"démarche planiste"*, se trouve *"enrôlée sous des bannières pas franchement libérales"*, avant de conclure :*"On ne voit guère se profiler du côté de l'opposition une politique franchement alternative"*. Encore l'article du spécialiste agricole (François Wenz-Dumas) suit-il deux pages plus loin. Il n'en va pas de même dans la plupart des autres quotidiens qui se contentent d'affirmer leur vision politique de l'événement. Défenseur d'une petite paysannerie assimilée à un prolétariat rural, *L'Humanité*, par la plume de son éditorialiste Claude Cabanes, stigmatise la *"minorité de puissants seigneurs de la terre qui tirent tous les marrons du feu"* et célèbre *"les bruits et les images de France"* à travers une énumération nostalgique qui fleure bon les dictées de l'école primaire, *copyright* Henri Bosco ou Anatole France :*"L'animation du marché sous les marroniers de la place de la République, des cris d'écoliers libérés pour le goûter, le solennel retour d'un troupeau de boeufs à la nuit tombée, le salut du facteur toujours pressé, des odeurs de pain chaud encore brûlant aux doigts, le fracas d'un tracteur poussiéreux, les douze coups de midi à l'horloge de la mairie, le petit signe de lumière d'une ferme au loin, dans la nuit..."*

Et la télévision ? Par nature plus neutre, plus "impartiale", son traitement de l'actualité agricole n'appelle pas les mêmes observations que pour la presse écrite. Si l'on considère la période de la manifestation de septembre 1991 (et ses marges, avant et après) et que l'on examine les "sujets" qui lui ont été consacrés, force est de reconnaître que les chaînes ont globalement accompli un travail honnête d'information. En se livrant, dès juillet - alors que se discute à Bruxelles la réforme de la Pac -, à un effort d'explication des enjeux du dossier, en multipliant les portraits d'agriculteurs en difficulté et en montrant par des reportages comment la crise agricole menace tout le tissu rural.

Une quinzaine de jours après la manifestation, les premiers troubles violents éclatent, menés par des agriculteurs déçus par les mesures d'aide immédiate décidées par Louis Mermaz et inquiets de l'ouverture du marché européen aux exportations de viande en provenance de Pologne, de Hongrie et de Tchécoslovaquie. Les journaux télévisés diffusent abondamment les images de scènes violentes : incendie de la trésorerie d'Aurillac, saccage de l'hôtel des impôts de Blois, etc. Rappelant d'abord les raisons du mécontentement des agriculteurs puis, au fil des jours, donnant de plus en plus l'information brute. De quoi effacer, dans l'opinion publique, la bonne impression laissée par le défilé pacifique du 29 septembre.

Ici, faut-il accuser la télévision ? C'est tout le système d'information qui doit alors être remis en cause et pas seulement le traitement des affaires agricoles. La télévision se nourrit du spectaculaire. Montrer de la castagne entre agriculteurs et CRS, ou des actions pittoresques (aux yeux des citadins) comme le réveil d'un sous-préfet à trois heures du matin à grand renfort de cloches, ou l'épandage de purin sur les murs d'une mairie, est plus "vendeur" qu'un notable discourant placidement sur la politique des quotas ou la réforme de la Pac. Quant à rapporter des événements bruts sans en préciser le contexte, cela ne vous rappelle rien ? *"Encore trois Palestiniens tués dans les territoires occupés"*. *"Nouvelles violences inter-ethniques dans le Nagorny-Karabakh : les affrontements auraient fait une dizaine de morts"*. Etc. Dès que l'information devient routinière, elle devient litanie et se vide de son sens, de

suite page 13

"OUEST FRANCE", LE DERNIER "AGRICOLE"

Ouest France **est une exception : il est le seul quotidien français (avec *Le Télégramme de Brest*) à maintenir dans ses éditions des pages agricoles quotidiennes. Alors que les autres régionaux se contentent désormais de chroniques hebdomadaires, *Ouest France* tient le cap. Largement implanté - sans aide - dans la première région agricole de France (la Bretagne) et avec un lectorat d'agriculteurs plus important qu'ailleurs (12% au total).**

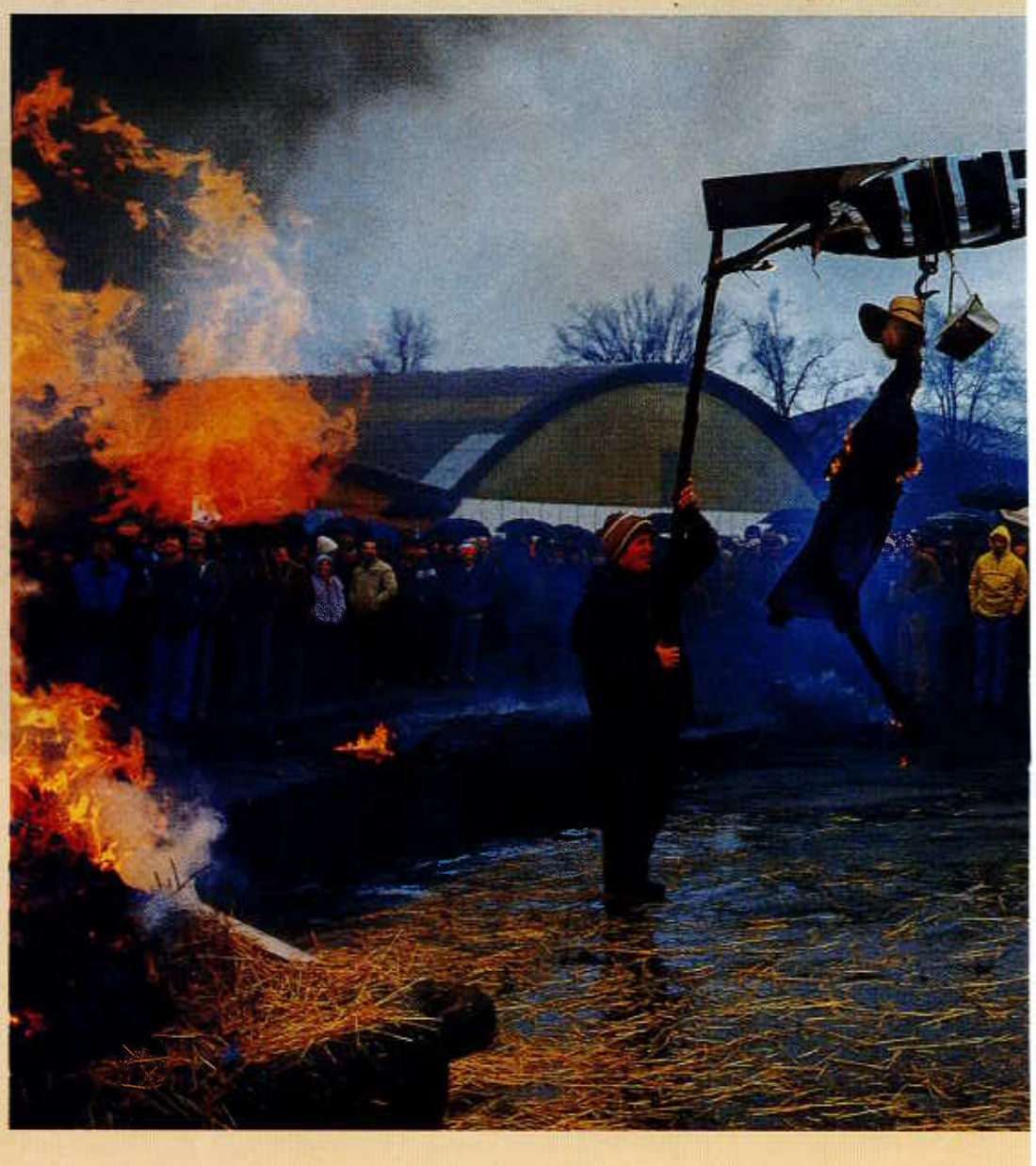
Les moyens sont là : le service agricole, composé de quinze journalistes, est le deuxième de la rédaction (en nombre), derrière celui des sports. Le service général, installé à Rennes et alimenté par douze correspondants (un par département, en Bretagne , Basse-Normandie et Pays-de-la-Loire), élabore une douzaine d'informations par jour. A quoi s'ajoutent les chroniques agricoles des éditions départementales.

En vingt ans, la nature de l'information a changé. *"Jusqu'en 1970-1975,* explique Philippe Gaillard, chef du service agricole, *"Ouest France" se faisait le porte-parole de l'ensemble des organisations syndicales. Aujourd'hui que l'information n'est plus dans les assemblées générales ou les sessions des chambres d'agriculture, nous proposons, en phase avec l'attente des lecteurs, davantage de reportages, d'articles sur l'état des marchés et l'actualité économique et sociale".* Le recrutement des journalistes a lui aussi changé : *"Il y a vingt ans, nous embauchions surtout des gens issus de la Jac. Aujourd'hui, avant tout, de bons journalistes, pas forcément du cru".*

Une évolution qui accompagne l'ouverture des sujets agricoles sur des perspectives plus larges (environnement, agro-alimentaire, etc). Cette nécessité d'intéresser d'autres catégories de lecteurs se fera de plus en plus pressante au fur et à mesure que diminue le nombre des agriculteurs dans la région. De toute façon, *"Il faudra, d''ici deux à trois ans, rediscuter de la place de l'agriculture dans ce journal"*, prévoit Philippe Gaillard. En attendant, *Ouest-France* continue dans sa ligne près des agriculteurs mais loin de toute démagogie : *"On n'hésite pas à leur dire : "Vous êtes trop pleurnicheurs", ou "Les actions violentes sont déplacées". Entre une manif pour réveiller le sous-préfet et des informations sur Bruxelles, on choisit Bruxelles".*

son poids d'enjeux et de douleurs humaines.
Un mot sur l'autre grief qui revient souvent dans la bouche des agriculteurs :*"La télévision nous caricature"*. C'est un fait : de même qu'à la radio on raffole des accents, de même, à la télévision, on aime les "gueules" si possible avec accent. Un vieux paysan au parler rocailleux passe mieux qu'un jeune diplômé dont les particularismes ont fondu au contact de la civilisation. Ne pas exagérer cependant : l'information télévisée n'utilise pas systématiquement les images archétypales de la pub quand elle veut vendre un saucisson, un poulet fermier... ou une lessive (pas vrai, mère Denis ? pas vrai, Justin Bridoux ?).
Il est temps d'aborder maintenant l'autre face du problème. Car les représentations des journalistes sont aussi liées à l'image que les agriculteurs veulent donner d'eux-mêmes. Au cours de la manifestation de mars 1982, plusieurs journalistes notèrent avec étonnement que des représentants syndicaux s'excusaient, par mégaphone, auprès des automobilistes parisiens. Certains tracts distribués aux citadins prenaient le soin d'expliquer que la manifestation n'était pas dirigée contre eux. Davantage que le souci de ne pas déranger, explique Patrick Champagne, on peut y voir *"la tendance des agriculteurs, groupe culturellement dominé, à construire leur propre identité sociale à partir des représentations que les dominants se font d'eux"*. Autrement dit, il s'agissait de se présenter comme des paysans modèles, des "paysans pour citadins", voire même à leur service. Un tract de la FNSEA affirmait ainsi que les agriculteurs étaient de parfaits écologistes gardiens de la nature, qu'ils ne demandaient qu'à accueillir les citadins *"dans un cadre agréable et reposant"*.
Loin d'être anecdotique, cet aimable comportement renvoie à l'inflexion que les dirigeants syndicaux ont donné, depuis une dizaine d'années, aux manifestations et protestations qu'ils organisent. Puisqu'une action n'existe que si les médias en parlent et que la violence dessert auprès de l'opinion publique (toujours choquée par la destruction de produits alimentaires), on s'efforcera de séduire plutôt que d'affronter, de plaire plutôt que de heurter. Certes, les premières Opérations sourire, avec distribution de produits à la ferme, remontent aux années 70. Mais il s'agissait d'actions locales, sans l'attrait d'une grande opération médiatique.
Pourquoi ce changement de stratégie ? Certains mettent en avant le fait que les agriculteurs ne peuvent plus peser, électoralement, de manière aussi forte qu'auparavant, étant devenu une catégorie socio-professionnelle très minoritaire (6,2 % de la population active contre 15,8 % en 1962). Vrai en partie seulement. Dans sa postface, vingt ans après (1984), à *La fin des paysans,* Henri Mendras écrit *:"Qu'une population agricole en continuelle diminution (...) conserve un poids politique majeur est un curieux paradoxe"*. Un paradoxe éclairé par Isabel Boussard, chercheur au CNRS et auteur d'un article sur le *"Le poids politique des agriculteurs dans la société française"* (3). D'abord, constate-t-elle, *"les agriculteurs, aussi peu nombreux qu'ils soient, sont distribués sur tout le territoire et chaque député en compte parmi ses électeurs. Une bonne raison pour ne pas négliger ce secteur"*. D'autant plus que si les actifs agricoles sont peu nombreux, le vote agricole au sens large (incluant conjoints, parents, personnes à charge) avoisinerait les 17 % du vote national.
Second point : dans les institutions, les agriculteurs ne sont pas oubliés. A l'Assemblée nationale, les catégories agricoles ou proches de l'agriculture, sous-représentées il y a encore vingt ans, ont accédé dans les années 80 à une représentation normale (8,4 % de députés "ruraux" en 1967 alors que les agriculteurs composent encore 16 % de la population active ; 6,3 % rapportés à 7 % en 1986). A un niveau local, 28,5 % des maires sont ou se disent agriculteurs. *"Un certain nombre de candidats à des élections locales, régionales ou nationales se présentent - parfois abusivement - avec l'étiquette d'agriculteur,* note Isabel

Nouvelle stratégie : puisqu'une action n'existe que si les médias en parlent et que la violence dessert auprès de l'opinion publique, on s'efforcera de séduire plutôt que d'affronter.



Boussard. *La profession conserve sur un plan électoral le prestige qu'elle a perdu socialement*". Ajoutons à cela le poids d'organisations professionnelles très actives et la bonne image de marque des agriculteurs dans la population, et le paradoxe observé par Henri Mendras devient largement compréhensible.

Il faut donc chercher ailleurs des raisons complémentaires à la modification de stratégie évoquée. *"De nombreux dirigeants syndicaux sont devenus conscients que les actions violentes comportaient un effet boomerang très dommageable"*, explique Jean-Claude Widemann. En outre, ces actions violentes supposent l'adhésion de *"ceux qui n'ont que leur bras pour agir"*, comme le dit Patrick Champagne. L'émergence d'une nouvelle génération d'agriculteurs possédant un niveau de formation plus élevé, capables de parler en public, constitue un pas important dans la conversion aux méthodes douces et plus malines.

Pierre Collombert, Dominique Lefebvre, Ina, FR3

Deux grands moments illustrent cette nouvelle stratégie. La manifestation du 29 septembre 1991 à Paris, déjà largement évoquée et qui a impressionné les Parisiens par son calme et sa dignité (sans comporter d'incidents mineurs comme ceux qui avaient émaillé la manifestation de 1982 : pneus de tracteurs brûlés, Bourse du travail bombardée de projectiles, etc). Mais surtout, la Grande moisson sur les Champs-Elysées.

Les agriculteurs qui savent se faire policés quand il le faut, ont gardé le culte de la force et des valeurs viriles. La tradition parfois revendiquée des révoltes paysannes sert à légitimer les actions violentes. Jacquou le Croquant n'est pas mort

Le 24 juin 1990 donc, les Champs-Elysées sont transformés en *"avenue Fauche"*, selon le joli mot de *France Soir*. Treize équipes d'agriculteurs - une par pays de la CEE, plus la Pologne - font des démonstrations de battage à l'ancienne avant le passage des moissonneuses-batteuses. Une opération montée par le CNJA, certes coûteuse - vingt- sept millions de francs - mais largement sponsorisée et tout de même *"trois fois moins chère que le défilé de Goude"*, fait observer son organisateur Henry Jouve. La presse en parle, oui, mais sans accorder à l'événement une place excessive, et en émettant parfois des critiques sévères. Ainsi, Eric Fottorino, dans *Le Monde*, parle d'un hymne productiviste et juge *"maladroit"* l'effort pour toucher l'opinion. En revanche, la Grande moisson remporte un franc succès auprès du public. Plus d'un million de Parisiens viennent flâner en ce dimanche de la Saint-Jean entre le Rond-Point des Champs-Elysées et l'Arc de Triomphe.

Encouragé, le CNJA monte, en 1991, l'opération Banlieue verte (des jeunes de quartiers "difficiles" invités à la ferme pendant l'été). Projet en cours : une exposition de peinture itinérante sur le thème de l'agriculture et du paysage qui circulera dans une dizaine de villes. Séduction toujours, avec l'image en filigrane d'agriculteurs ordonnateurs et embellisseurs du paysage.

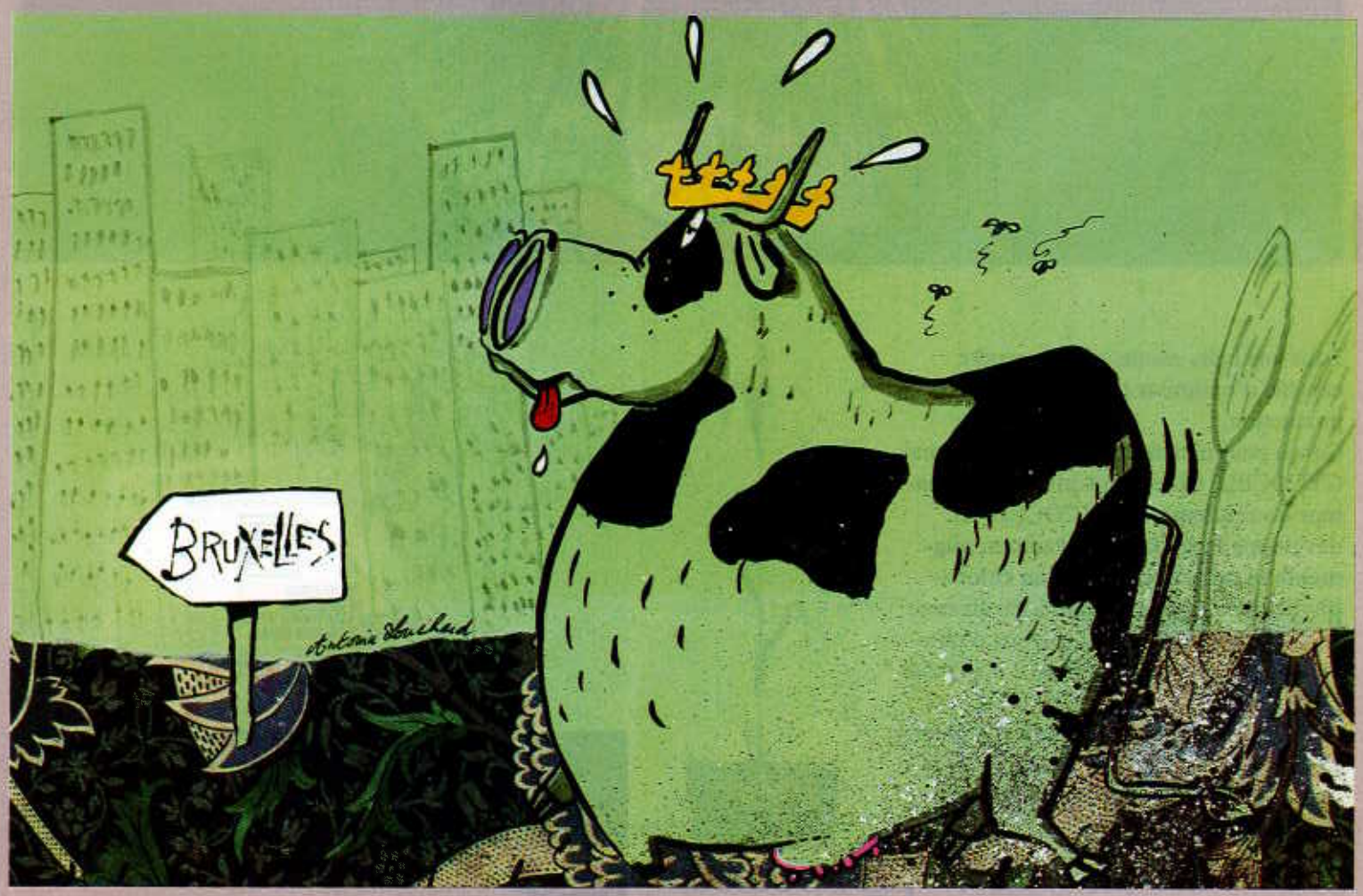
Bien sûr cette nouvelle façon de communiquer, impulsée par les instances syndicales agricoles, n'empêche pas les flambées spontanées de violence, souvent nées du désespoir. On l'a vu juste après la manifestation du 29 septembre. Certes, on est loin des jacqueries d'avant la Révolution au cours desquelles, parfois, *"on dépassait la mesure en mettant à mort le percepteur de la gabelle - impôt sur le sel -, bientôt démembré, dépecé, ses tripes servant ironiquement de foulard"* (Michel Winock, *L'Evénement du Jeudi*, 24 octobre 1991). Loin aussi des manifestations de l'entre-deux-guerres, à l'époque où Dorgères mobilisait des Chemises vertes dans une sorte de fascisme paysan.

C'est que les agriculteurs, qui savent se faire policés quand il le faut, ont gardé le culte de la force et des valeurs viriles. La tradition parfois revendiquée des révoltes paysannes sert à légitimer les actions violentes. *"Jacquou le croquant n'est pas mort"*, rappelait une pancarte au cours de la manifestation de 1982. Les syndicats agricoles ne contrôleraient-ils donc pas leurs troupes ? *"Les agriculteurs sont très jaloux de leur indépendance personnelle et partant, difficilement manoeuvrables*, explique Jean-Claude Widemann. *Raymond Lacombe ne peut pas donner un ordre à ses troupes. Si les gars ne sont pas d'accord, ils le lui diront. Pas devant un étranger. Mais ils le lui diront"*. *"Au fond*, ajoute-t-il après l'évocation plaisante à la "Brive-la-Gaillarde" (Brassens), d'une compagnie de CRS chargée par des tracteurs, *les agriculteurs sont avant tout des anarchistes, au sens du XIXe siècle"*. Allergiques à tout pouvoir central.

BERNARD CORTEGGIANI

(1) Voir le dossier consacré aux agriculteurs par *Géo*, en mars 1992.
(2) Patrick Champagne, *La manifestation. La production de l'événement politique, Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 52-53, juin 1984.
(3) *Sociologie du travail*, n° 4-87, p 495-516. Ed. Gauthier-Villars.

L'ère du lobby roi



Les groupes de pression (dites "lobbies") dégagent encore en France un léger fumet de soufre. Ils sont pourtant devenus des acteurs à part entière de la vie politique. Mais notre pays, arc-bouté sur la notion d'intérêt général, héritée de la Révolution, ne veut pas leur reconnaître un statut officiel. A la différence des Etats-Unis où les "lobbies", omniprésents, sont intégrés au fonctionnement démocratique. Le "lobby" agricole, jugé par tous très compétent, s'est unifié à la faveur de la crise, mais il a perdu de son influence au Parlement national. Ce recul s'explique en partie par le transfert accéléré des compétences, en matière agricole notamment, vers les institutions européennes. C'est à Bruxelles, siège de la Commission, que s'expérimente un nouveau système politico-économique où les "lobbies" sont rois.

Fin 1990, la loi Evin, qui limite la publicité pour l'alcool et le tabac, est votée par le Parlement. Après quelle bataille ! Pendant deux ans, deux *lobbies* se sont férocement affrontés : celui des médecins, emmené par les cinq experts qui, à la demande de Claude Evin, ministre de la santé, avaient élaboré une plate-forme de propositions. Et celui des professions de l'alcool et du tabac, alliés aux annonceurs publicitaires, aux afficheurs, aux radios et aux télés. Une coalition extrêmement puissante. Elle échoue pourtant, victime de sa désunion, de l'acharnement des cinq sages, et de l'engagement de l'Etat au côté des défenseurs de l'hygiène publique.

Qu'est devenu ce *lobby* de l'alcool qui faisait trembler les gouvernements de la IVe République ? Le temps où le sénateur Blondel, président de la FNSEA, faisait tomber René Mayer, président du conseil *(chef du gouvernement, NDLR)* qui avait l'audace de vouloir réduire les achats d'alcool aux prix garantis ?

En quelques décennies, le *lobbying,* (de *lobby*, mot anglais signifiant couloir ou antichambre) a changé de visage. Sans doute faut-il commencer par le définir. C'est le moyen pour un groupe (fédération professionnelle, groupement de producteurs, entreprise, association, etc.) *"de convaincre ceux qui préparent les textes de loi et les règle-*

Aux Etats-Unis, le "lobbying" est un sport national

Qui dit *lobby* pense Etats-Unis. Normal : dans ce pays, le *lobbying* est une activité très structurée et connue de tous, légitimée par les institutions. Au XIXe siècle déjà, le philosophe français Alexis de Tocqueville s'étonnait de *"la propension des Américains à former des associations ou des groupes de pression dès que deux ou plusieurs individus découvraient qu'ils avaient un intérêt commun"*. A cette curieuse manie, plusieurs explications : 1) Les Etats-Unis sont un pays de pionniers qui ne s'est pas seulement bâti par le colt et le goupillon; une certaine dose d'entraide et de solidarité a été nécessaire. 2) Entre les deux grands partis républicain et démocrate, il n'y a pas de différenciation très nette. C'est *tweedledum* et *tweedledee*, bonnet blanc et blanc bonnet. Aux sources de l'action publique, on trouve non les partis, mais les associations de toutes sortes qui font affaire avec celui qui inscrit leurs demandes à son programme. D'où l'image accolée à celle des partis politiques : des omnibus dans lesquels on monte avec ses bagages. 3) Les institutions fondatrices elles-mêmes autorisent et encouragent l'action des *lobbies*. En mettant en avant les droits et libertés collectives vis-à-vis du pouvoir, la Constitution américaine s'oppose à une tradition - héritée de la royauté - qui confère au pouvoir une essence divine.

La démocratie américaine est donc participative, et pas seulement au moment du vote. Les organisations professionnelles sont puissantes et nombreuses - plus de six mille. Elles ont accès aux grands centres de décision : la Maison blanche, les administrations fédérales, le Congrès. Les *lobbies* veillent en permanence. Quand un projet les concerne, ils peuvent demander à témoigner devant le Congrès, qui ne compte pas moins de 385 sous-commissions spécialisées. Tous les moyens sont bons : appels à l'opinion, pressions dans les circonscriptions, pétitions, sondages, etc.

Contrepartie de cette omniprésence des *lobbies* : la corruption guette - facilitée par une règlementation insuffisante -, bien qu'elle ne soit pas aussi systématique qu'on le croit en Europe. Plus grave pour le pays : son envahissement par des *lobbies* japonais omnipotents, qui pénètrent tous les rouages de l'Etat, de l'administration et du Congrès. Des dizaines de personnalités en charge de la politique commerciale américaine, dont Carla Hills, la négociatrice des accords du Gatt, auraient servi, contre rémunération, des intérêts japonais (voir le livre de Jean-Dominique Giuliani).

Le *lobby* agricole, bien que l'agriculture emploie aujourd'hui moins de 2 % de la population active, demeure l'un des plus puissants du pays (1). Au sein du *lobby* agro-alimentaire, les OPA, même si elles sont en recul, occupent toujours une place centrale, pour des raisons historiques : fort anciennes, elles sont très structurées, et leurs membres aisément mobilisables. Ce sont des organisations du type *grass roots*, solidement enracinées dans un *"terreau"* d'adhérents locaux. Les organisations à vocation généraliste (comme le *Farm bureau*, la plus importante), ont vu leur influence diminuer au profit des groupements de producteurs, plus récents, favorisés par le développement de la spécialisation agricole et des sous-commissions au Congrès.

(1) Bruno Jullen, *Les groupes de pression américains*, éditions Skippers, 170 francs.

ments de prendre en compte les intérêts particuliers qui pourraient être lésés par une priorité accordée sans nuance à l'intérêt général" (1).

La France, contrairement aux pays anglo-saxons, n'a jamais vu d'un bon oeil les *lobbies*. C'est que la République, née de la Révolution de 1789, place au centre l'intérêt général, contre les intérêts particuliers. En 1791, le décret d'Allarde abolit les corporations et, la même année, la loi Le Chapelier interdit toute association entre personnes d'un même métier. Plus près de nous, la Constitution de 1958, qui régit nos institutions, interdit qu'on soit élu pour représenter d'autres intérêts que ceux de la nation tout entière - ou qu'on en soit dépendant. Aujourd'hui, le *lobbying*, bien qu'ouvertement encouragé par le gouvernement, n'a toujours pas de statut juridique. La langue reflète ce retard hexagonal : si le mot *lobby* (défini comme *"groupe de pression"*) apparaît en 1966 dans le Larousse, il faut attendre 1991 pour qu'il se décline sur un mode actif : *lobbying*.

Mais la réalité n'a pas attendu d'être entérinée par le dictionnaire. Dans un contexte de mondialisation des marchés, la politique et l'économie s'interpénètrent et dessinent, selon le centriste Jean-Dominique Giuliani, *"un nouveau visage de démocratie représentative, mi-parlementaire mi-corporative"* (2). Même en France, les *lobbies*, qui ont la légitimité que leur confèrent leur compétence et leur savoir-faire, pénètrent tous les rouages de la politique : gouvernement, administration, Parlement, collectivités locales.

Le "lobbyisme" agricole tire sa spécificité de sa reconnaissance précoce comme partenaire officiel du gouvernement. Les organisations professionnelles agricoles (OPA) *"sont peu à peu devenues cogestionnaires de la politique agricole française, au point qu'un ministre de l'agriculture ne pouvait pas, dans les années 70, être nommé sans son consentement"* (2). Ce qui, pour l'auteur, est l'exact contraire de ce vers quoi doit tendre un *lobby* : une distance suffisante vis-à-vis du pouvoir, qui lui permette d'agir efficacement.

Malgré leur banalisation et leur implantation de plus en plus voyante dans la vie politique, les *lobbies* gardent un petit fumet diabolique. On pense cadeaux, corruption, trafic d'influence. Or, à part quelques cas limités, ces pratiques ne sont pas de mise. On est loin des trois B de la devise américaine (*Blonds, bribes and booze :* blondes, pots-de-vin et cocktails). *Les lobbies* utilisent trois sortes de méthodes : l'information, la séduction, l'opposition.

Information : les somptueuses plaquettes louant l'action de tel ou tel groupe d'intérêt, bien sûr. Mais surtout, des dossiers préparés

Quand un "lobby" échoue à convaincre par la persuasion, il lui reste une arme : l'opposition. Il s'agit de mettre le pouvoir en situation gênante, en faisant appel à l'opinion, par la publicité, par une prise de position publique

sur des problèmes particuliers, souvent techniques. Les principales OPA élaborent ainsi des amendements (modifications apportées à un texte de loi) prêts à l'emploi, à destination des parlementaires. Et ceux-ci n'en sont guère choqués ; au contraire, ils en font bon profit. *"Tout le monde n'est pas juriste ou expert en fiscalité agricole"*, argumente François Patriat, député de la Côte d'Or et co-président du groupe agricole PS à l'Assemblée. Exemple de demande d'amendement : la Communauté décide une harmonisation des droits d'accises (taxes) sur le cassis ; cela revient, en France, à augmenter de cinq francs le prix du litre de liqueur de cassis ; les liquoristes et les producteurs de cassis demandent alors que cette harmonisation soit étalée dans le temps.

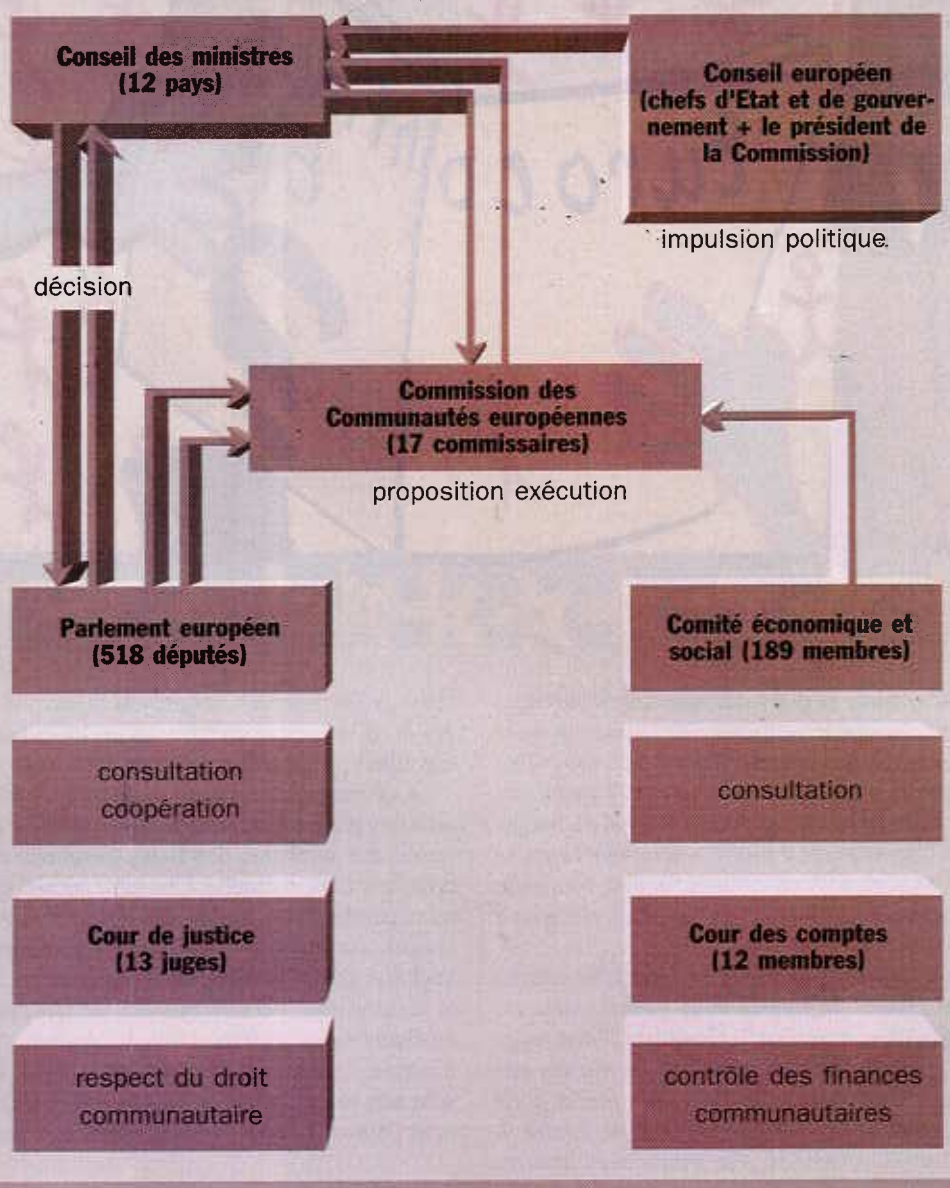
Deuxième stratégie : la séduction. C'est ici qu'entre en scène (en tout bien tout honneur) le personnage - généralement féminin - de l'attachée parlementaire, chargée de ce *lobbying* de couloirs *"qu'on a quelque peine à qualifier d'officieux tant il est visible et codifié"*, note Gilles Paris, spécialiste des questions parlementaires au journal *Le Monde* (3). Petit coup d'oeil en coulisses : *"La remontée d'un couloir est pour elle un test de sa notoriété auprès des parlementaires. Chaque mètre doit au moins être l'occasion d'un sourire ; mieux, une bise appuyée d'une réflexion souriante"*. (2). La mission de ces *"relations publiques"* : sensibiliser les élus aux intérêts de leur groupe, et rendre compte à leur directeur ou à leur président de l'ambiance parlementaire, des potins comme des réactions aux événements sérieux. Investissant Assemblée et Sénat, il y eut d'abord les chambres d'agriculture, de métier, de commerce et d'industrie, les centrales syndicales et patronales. Puis les fédérations professionnelles s'y sont mis (notaires, avocats), ainsi que les grandes entreprises publiques (SNCF, Caisse des dépôts) et les grands groupes privés, comme la Lyonnaise des eaux-Dumez. Une véritable explosion.

Quand un *lobby* échoue à convaincre par la persuasion, il lui reste une arme : l'opposition. Il s'agit de mettre le pouvoir en situation gênante, en faisant appel à l'opinion, par la publicité, par une prise de position publique. C'est la carte qu'ont joué en janvier 1991 les producteurs de bananes des Antilles. Depuis un arbitrage rendu par le général de Gaulle en 1962, ils jouissent d'une situation de faveur : les deux tiers du marché français sont réservés aux bananes antillaises. Mais en ce début 1991, le Cameroun a exporté plus que de coutume, des produits moins chers. Les producteurs de la Martinique achètent alors plusieurs pages dans les quotidiens nationaux et y accusent le Cameroun de mettre en péril l'économie des Antilles françaises. Sous-entendu : le gouvernement délaisse certains secteurs de son agriculture. Ce même gouvernement cèdera quelques jours plus tard.

De plus en plus, les *lobbies* ont recours à ces méthodes spectaculaires importées des Etats-Unis. Il est fini, le temps où les bouilleurs de cru se contentaient de faire agir régulièrement des députés amis pour prolonger leur privilège de distillation (dix litres d'alcool exonérés de tout droit).

Le *lobby* agricole s'est modernisé, adapté. Tout en conservant les compétences acquises au fil des décennies : chacun loue son efficacité et sa connaissance des mécanismes institutionnels et économiques. Mieux, avec la crise agricole, un front uni s'est constitué : l'APCA et la FNSEA ne vont plus, comme avant, voir les parlementaires avec des projets... opposés (portant sur les structures d'exploitation, notamment). Toutefois, l'influence de ce *lobby* agricole est en déclin,

Le shéma décisionnel des institutions européennes



Guide pratique du labyrinthe communautaire (D. Guéguen, Edition Apogée)

Comme il fallait s'y attendre, les Français sont longtemps restés très réticents vis-à-vis de la nécessité d'un "lobbying" à l'échelle européenne. Mais, depuis trois ans, ils mettent les bouchées doubles

tout comme la place des sujets agricoles dans les débats parlementaires. *"Il y a une vingtaine d'années,* se souvient Roland du Luart, sénateur de la Sarthe sous l'étiquette Républicain et indépendant et rapporteur spécial du budget de l'agriculture, *il restait encore une centaine de sénateurs en scène après minuit, lors de la discussion du budget. Aujourd'hui, il n'y en a plus qu'une douzaine".*

Les politiques jugent en général les *lobbies* agricoles *"organisés mais conservateurs", "gentillets et désuets".* Gentillets ? Demandez à François Patriat : *"En 1984, je n'avais pas voté la censure de la Pac, mon jardin a été enseveli sous vingt-cinq tonnes de fumier. A d'autres occasions, j'ai trouvé mes fenêtres cassées, les clôtures de ma maison brisées, un porc crevé dans ma cuisine. Ces méthodes un brin terroristes sont typiques du monde paysan. Les anciens combattants, eux, sont beaucoup plus paisibles : ils vous avertissent simplement qu'ils appelleront à voter contre vous...".*

Gageons pourtant que, bientôt, nos élus pourront dormir fenêtres grandes ouvertes sur leur ciel bucolique. Car de plus en plus, le *lobbying* reporte ses tendresses sur l'Europe. Inclination partagée : les institutions européennes ont adopté en la matière le modèle libéral anglo-saxon et sont tout à fait favorables aux groupes de pression. Bruxelles, où siège la Commission, cheville ouvrière de la construction européenne, est leur patrie. S'y sont installées d'abord les grandes confédérations représentatives d'intérêts patronaux, syndicaux ou professionnels (Comité des organisations professionnelles agricoles, Eurofer pour les fabricants d'acier, etc.). Puis les représentations se sont diversifiées et atomisées : associations régionales, de producteurs, entreprises commerciales, etc. Aujourd'hui, environ trois mille lobbyistes travaillent à Bruxelles à visage découvert.

La Commission, au sein de laquelle mûrissent des propositions qui seront soumises au onseil des ministres des Etats membres, est donc leur cible naturelle. Une cible idéale, qui ne se dérobe pas. En effet, mis à part quelques erreurs (comme leur tentative de réglementer la chasse traditionnelle), les fonctionnaires de la Commission ne sont pas des technocrates en chambre qui légifèrent loin des réalités. Au contraire : soucieux d'éviter les ratages, ils sont très réceptifs aux multiples sollicitations dont ils sont l'objet *"Je vois même des gens de l'extérieur,* affirme Franck Le Guen de La Croix, adjoint de Guy Legras, directeur général de l'agriculture. *Des Autrichiens et des Suédois, qui veulent tout apprendre en vue de leur adhésion future".*

Une vraie collaboration s'est instaurée entre les groupes de pression sérieux et les services de la Commission. Les premiers peuvent fournir des chiffres plus fiables que des statistiques officielles, et surtout plus rapidement. Ils informent en tout cas du point de vue de leur profession ou de leur groupe, dès l'élaboration des textes. Transparence est le maître mot. On trouve dans *Euroconfidentiel* , une publication accessible à tous (moyennant 1300

Breiz Europe, "lobby" breton

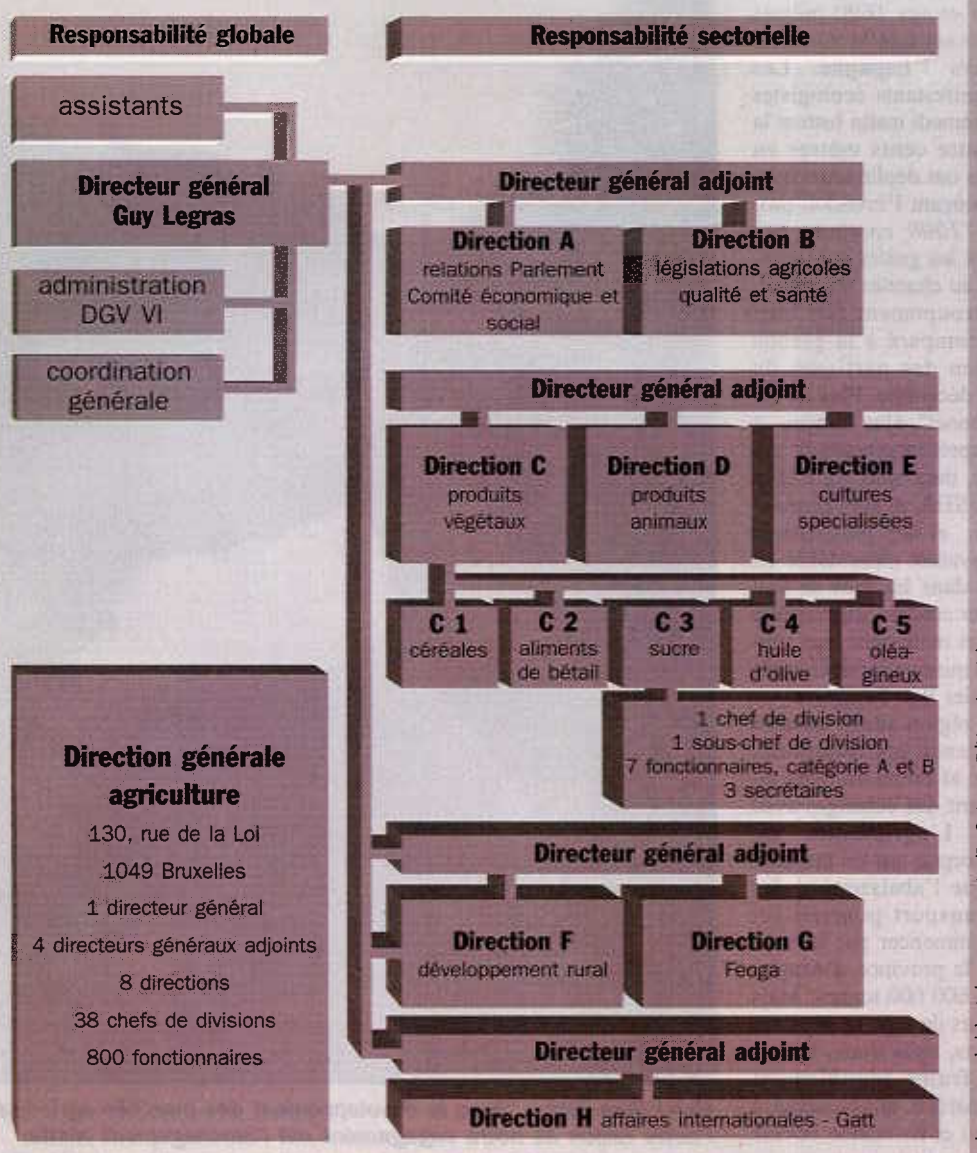
"Avant, l'information transitait par Paris et mettait une semaine pour parvenir aux responsables agricoles bretons". Pierre-Yves Le Borgn', licencié en droit, ancien de Sciences po, vingt-huit ans, a le débit patelin d'un vieux briscard. Le verbe précis et posé. La cravate impeccable mais sans tristesse. Ce jeune homme doué aux nonchalances d'"héritier" est représentatif de la jeune génération - *lobbyistes* et fonctionnaires mêlés - qui a investi les abords du Berlaymont, siège de la Commission européenne : ils sont en général ouverts, bien diplômés, compétents et sans raideur.
Pierre-Yves Le Borgn' sera bientôt le responsable en titre de Breiz Europe, ce bureau breton ouvert début 1988, financé par des cotisations professionnelles et indépendant du conseil régional. Sa mission principale est donc d'informer les producteurs : que telle quantité de viande bovine est proposée à l'intervention, ou que telle maladie touchant les porcs hollandais va entraîner l'adoption de mesures sanitaires. L'information circule aussi dans l'autre sens : *"Nous donnons par exemple les cours du marché du porc breton aux responsables "porc" de la DG6".* Du *lobbying* au sens propre, Breiz-Europe en fait aussi, à la mesure de son influence. *"La réforme de la Pac a décidé qu'une seule prime serait attribuée par gaec : c'est condamner beaucoup d'entre eux à se démembrer. Nous défendons l'idée d'une prime pour chaque membre d'un gaec - ce que les Britanniques ont obtenu, dans le cadre de leur système qui est différent. Mais il faut ramer, parce que la délégation française a raté le coche au niveau de la Commission, et qu'il faut maintenant déposer un amendement auprès du Parlement européen. L' accueil n'est pas très bon car le gaec est une spécificité française. On pourrait même dire : bretonne et alsacienne."* ●

francs), le nom des principaux eurocrates avec leur fonction. *"La Commission est une maison de verre au propre comme au figuré"*, note François de la Guérivière, journaliste du *Monde* en poste à Bruxelles (4).

Comme il fallait s'y attendre, les Français sont longtemps restés réticents vis-à-vis de la nécessité d'un *lobbying* à l'échelle européenne. Alertés en 1988 par Edith Cresson, alors ministre des Affaires européennes, ils mettent depuis trois ans les bouchées doubles. Régions, professions, sociétés et syndicats ouvrent quantité de bureaux permanents à Bruxelles pour préparer l'échéance du Marché unique de 1993. Cette accélération touche moins le *lobbying* agricole, plus tôt implanté pour la bonne raison que l'Europe verte ne s'est pas faite hier.

Ce *lobbying* agricole revêt des aspects très différents selon le type d'organisation. Breiz Europe, représentant de l'agro-alimentaire breton, a pour mission essentielle d'informer les producteurs et industriels concernés de cette région. Le Comité européen des fabricants de sucre (CEFS), lui, se présente comme un *lobby "exécutif"* (pas un simple relais d'information) et revendique sa place parmi les dix poids lourds du "lobbyisme" européen, aux côtés des fédérations du patronat (Unice), de la chimie (Cefic), des industries agroalimentaires (CIAA), etc. Son directeur, Daniel Guéguen, énergie et bonne franquette en bandoulière, plaide en faveur d'un *lobbying* moderne et choc, à base de formules claires et de phrases courtes. Le Comité des OPA européennes, le Copa, mastodontesque fédération fondée en 1958, bénéficie d'un accès direct aux interlocuteurs les plus haut placés (commissaire en charge de l'agriculture, ministres, président du conseil des ministres). Mais la recherche permanente du compromis, exigée par la diversité des agricultures représentées, conduit à des positions *"un peu diluées, nègre-blanc"*, avoue son secrétaire général, André Herlitska.

La direction générale de l'agriculture



Guide pratique du labyrinthe communautaire (D. Guéguen, Edition Apogée)

Par-delà leur différence de taille ou d'approche, les lobbies agricoles n'échappent pas aux deux règles essentielles de la profession. La première, martelée comme une obsession : être crédible, c'est-à-dire raisonnable. Daniel Guéguen cite, atterré, les betteraviers anglais qui demandaient il y a quelques mois une augmentation de 10 % du prix de leur produit.

Deuxième loi absolue : *lobbyer* auprès de la Commission dès qu'un projet commence à être soupesé. Ne pas attendre. Plus le dossier remonte dans la hiérarchie, plus il devient rigide. Quand la proposition échoit au conseil des ministres, il est le plus souvent trop tard. En outre, viser le sommet de la hiérarchie n'est pas forcément efficace. Mieux vaut voir la bonne personne au bon moment. Cette règle s'impose aussi au niveau national : *"En travail pur, il vaut mieux rencontrer un de ses conseillers que de s'afficher avec le président de la République"*, affirme Pierre Mordillat, directeur de l'Association générale des producteurs de blé et autres céréales (AGPB). Il y aurait une troisième règle, mais elle ne s'écrit pas : ne pas être un bandit. Le soupçon pèse *a priori* sur le "lobbyiste" pour trois raisons : sa nécessaire discrétion, la méconnaissance générale du rôle de sa profession, l'absence d'une déontologie clairement établie. Les mafieux sont marginaux, mais il est nécessaire de s'en distinguer clairement, par un effort de transparence. Il y a une dizaine d'années s'est créée l'Association pour les relations avec les pouvoirs publics (ARPP), qui compare les méthodes de travail de ses membres et réfléchit à un statut. Mais, explique Thierry Lefébure (1), *"l'idée d'obtenir un statut officiel pour les "lobbyistes" reste encore très mal perçue"* par les élus, qui craignent la mise au grand jour de l'interdépendance croissante (et pas scandaleuse) entre le politique et l'économique. Une attitude qui évoque d'assez près la politique de l'autruche.

BERNARD CORTEGGIANI

(1) Thierry Lefébure, *Lobby or not to be*, Editions Plume, 96 francs. Un plaidoyer, nourri par de nombreux exemples français et internationaux, en faveur d'une reconnaissance officielle des *lobbies*. Par l'ancien directeur de la communication du cabinet d'Edouard Balladur. Riche, mais un peu costaud pour une initiation.
(2) Jean-Dominique Giuliani, *Marchands d'influence, les lobbies en France*, Le Seuil, 120 francs. Par le secrétaire général du groupe de l'Union centriste au Sénat. Clair, pédagogique, bien documenté : l'ouvrage de référence.
(3) Gilles Paris, *Grandeur et décadence d'un "lobby"*, *Le Monde*, 30 novembre 1991.
4) Jean de la Guérivière, *Voyage à l'intérieur de l'eurocratie*, Le Monde éditions, collection Actualité, 98 francs. Un livre qui ouvre sur les coulisses et le quotidien de la grande machine européenne, et lui donne un visage humain. Vif, joliment croqué, anecdotique mais pas superficiel.