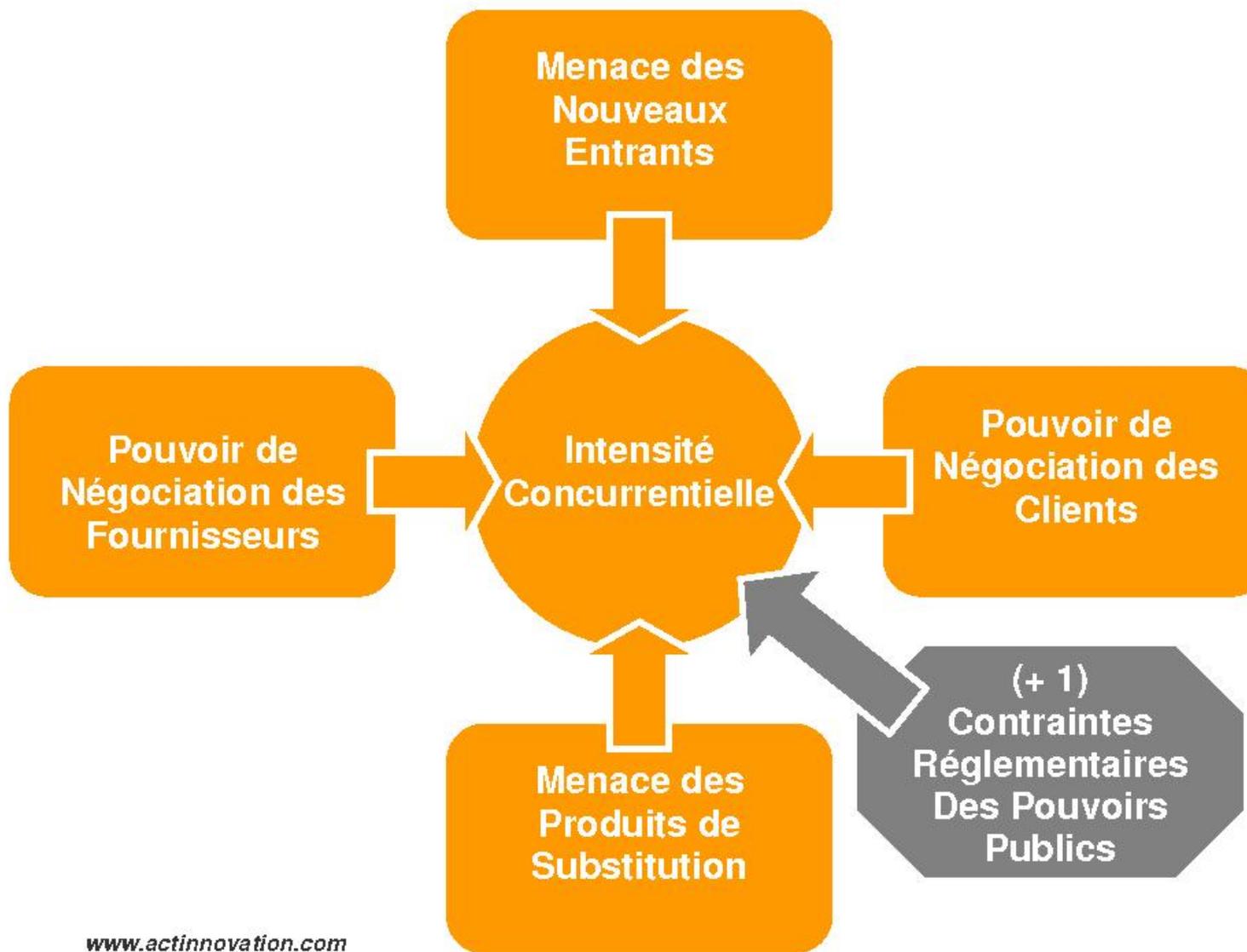


Les PME et le lobbying. Peu importe la taille.

Quand on pense lobbying, on imagine les machines opaques des multinationales tentaculaires déferler dans les couloirs du parlement européen filmé à la manière du dernier film produit par Steven Spielberg. Pourtant en matière d'influence big n'est pas forcément beautiful.

La première raison qui peut pousser des PME à s'engager dans une démarche de lobbying, c'est l'utilité.



Le schéma suivant est la matrice dite de Porter. Quand l'économiste américain Michael E. Porter l'imagine, il n'indique pas comme force du marché, l'Etat, le champ législatif. En Europe (et aux Etats-Unis aussi même si les Américains ont du mal à l'admettre), il est indispensable d'ajouter cette force d'impact qu'est l'Etat. Porter considère que ces cinq forces influencent le marché, sa dynamique, son potentiel, les positions concurrentielles. Je ne reviens pas sur les conséquences sur les stratégies produits et marketing pour les firmes ou sur la chaîne de valeur. Vous pourrez en lire plus sur la matrice de Porter appliquée à ces domaines ici.

Lobbycratie | Les PME et le lobbying. Peu importe la taille.

Copyright admin mcabon@gmail.com

<https://www.lobbycratie.fr/2011/06/21/les-pme-et-le-lobbying-peu-importe-la-taille/>

Si on regarde cette matrice du point de vue d'une démarche de lobbying, d'influence, on constate que ces forces qui influencent le marché peuvent influencer la marche d'une entreprise aussi petite soit-elle. Dès lors, si on intervient sur certaines de ces forces, on peut changer l'état du marché.

Prenons quelques exemples récents de changements sur ces cinq+une forces qui engendrent un impact sur l'activité économique de PME.

Action de l'Etat. En décembre dernier, à la surprise un peu générale, l'Etat décide d'un moratoire sur les autorisations de chantiers photovoltaïques.

Poids des fournisseurs. Dans le domaine agroalimentaire, les volaillers intégrés dépendent pour beaucoup de leurs fournisseurs de volailles qui va dicter ses impératifs et faire en sorte qu'il soit mis en œuvre par l'agriculteur intégré, qui devient alors un sous-traitant.

Poids des clients. [La baisse de la TVA dans la restauration](#) a eu des répercussions sur le niveau de rentabilité des restaurants sans que cela n'entraîne trop de revendications de la part des clients qui un, sont obligés de continuer à manger, deux, ne savent pas quel était le niveau de prix pratiqué auparavant et ne se rassemblent pas pour le demander.

Intensité concurrentielle. L'arrivée d'un nouveau concurrent dans une ville, tel Ikea pour le domaine du mobilier-décoration d'intérieur, a des conséquences économiques pour les autres magasins présents sur le secteur, c'est le cas par exemple à Brest avec des conséquences importantes pour un magasin Fly.

Produits de substitution. La crise du « concombre tueur » a entraîné une baisse des ventes sur ces produits y compris en France alors que seule l'Allemagne était concernée. Les consommateurs se sont tournés vers des produits différents en matière de fruits et légumes.

Barrières à l'entrée. Des changements législatifs récents permettent à des entreprises privées d'opérer sur les lignes de chemins de fer. De plus, les constructeurs de locomotives et autres wagons sont plus attentifs à ce type de demandes. CombiWest, dont les actionnaires sont des entreprises du monde de l'agroalimentaire breton, s'engouffrent dans cette brèche pour proposer une liaison Bretagne-Lyon pour du fret ferroviaire.

[dailymotion]http://www.dailymotion.com/video/xh5e5u_12-lobbying-et-influence_tech[/dailymotion]

Une évolution sur l'une de ses six forces est l'équilibre d'un marché est remis en cause. Les PME ont donc tout intérêt à agir, au moins d'un point de vue défensif, pour protéger leurs intérêts. D'autant que cela est possible. Comment pratiquent-elles ?

De manière isolée. Seule donc. Cela peut fonctionner quand le champ géographique est faible ou que l'entreprise possède une forte part de son marché de niche. Ainsi, la société I-Tek dans les Côtes-d'Armor. Cette société exporte 70% de sa production, elle est spécialiste des installations de grandes exploitations porcines. Son problème ? Réussir à assurer ses contrats à l'export dans des zones hors-euro, telles la Russie. Or les délais administratifs de réponse en France, d'un organisme comme la Coface par exemple, est très long par rapport à ceux de l'équivalent allemand. Cela confère un avantage au compétiteur allemand qui n'est pas négligeable. I-Tek en a informé son député, a rencontré des conseillers ministériels, et même le ministre du Commerce extérieur, des salariés de la Coface aussi pour expliquer leurs problématique. L'avenir dira si cela fonctionne, mais en tout cas l'influence est possible. Cela est même possible au niveau européen comme le montre [cet article](#) de *Bretagne Economique*.

De manière regroupée. A plusieurs donc. Sous la forme d'un syndicat professionnel par exemple ou d'une association. C'est le cas par exemple de Sol Ouest. Cette association est montée en décembre dernier. Elle rassemble six PME du monde photovoltaïque [en Bretagne](#) et fait suite aux annonces gouvernementales sur le moratoire. On lira ici le dossier de presse diffusé à l'époque. Le résultat de cette mobilisation a été la publication de plusieurs articles dans la presse, notamment régionale, lire [ici](#) et [là](#) quitte à utiliser des visites de personnalités politiques pour y parvenir. Et [cinquante entreprises](#) participent maintenant à ce collectif. Depuis quatre mois, néanmoins beaucoup moins [de nouvelles](#) de ce collectif.

De manière fédérée. En se faisant le relais de prise de positions nationales. Dans le domaine du BTP par exemple, les acteurs du secteur ont vu dans le statut d'auto-entrepreneur une menace pour leurs entreprises (il semble que c'est plutôt le travail dissimulé qui avait le plus à perdre). Ces entreprises savent se mobiliser. Elles l'avaient déjà fait par exemple à l'occasion de leurs demandes, réalisées, d'un passage à une TVA à 5,5%. Cela ne s'était pas fait sans mal, un accord franco-allemand sur la question était nécessaire, mais l'intérêt pour le secteur du BTP a été, et l'est toujours, considérable. On le voit ici avec [cette lettre](#) du président de la Capeb du Gard qui accuse l'arrivée de nouveau statut de « porter un coup fatal » au secteur. Si on lit bien, on verra qu'il s'agit aussi, beaucoup ? , de questions d'argent.

[youtube]<http://www.youtube.com/watch?v=b9ECA5c8Nb8>[/youtube]

[youtube]<http://www.youtube.com/watch?v=eXPMzxDfo>[/youtube]

Et la réponse [du berger](#) à la bergère : « Pour toutes ces raisons, la détermination des auto-entrepreneurs à se faire entendre à leur tour est réelle. Ils ont généré en 2009 près de 934 millions d'euros, ils constituent indéniablement une nouvelle force économique pour notre pays. Ils parlent à leurs élus, qui ont souhaité ce régime de tous leurs vœux, afin de régulariser la situation de ceux qui réalisaient des profits "au noir" sans payer d'impôts ».

Cette histoire le montre, le pouvoir c'est avant tout le résultat d'un rapport de force, lié à des raisons conjoncturelles, un contexte, et des contraintes, des réflexes plus structurels, établis, culturels pour certains.

Il serait possible de multiplier les exemples de PME qui font du lobbying, comme Jourdain écrivait de la prose, sans en avoir l'air. Peut-être même sans le savoir. Inviter les élus locaux à l'inauguration de l'extension de sa surface commerciale, ce sont des relations publiques qui, pour une part, relèvent du champ du lobbying. Participer à la vie sociale de sa ville, est non seulement du domaine de la citoyenneté, mais aussi de l'influence. La question qui se pose est quelles sont les limites à cela. Ses propres limites d'abord pour ne pas dépasser les frontières de la légalité, voire celles plus étroites encore, de la moralité, pour qu'ambition ne rime pas avec corruption. Et puis aussi, comment s'assurer pour une entreprise qui respecte les règles que ses concurrents en font de même.

Mikaël Cabon

Cet article est susceptible de modifications et d'ajouts.

Lobbycratie | Les PME et le lobbying. Peu importe la taille.

Copyright admin mcabon@gmail.com

<https://www.lobbycratie.fr/2011/06/21/les-pme-et-le-lobbying-peu-importe-la-taille/>

L'illustration de couverture, les mots clés, provient du site " [Lobbying responsable](#), et celle de la matrice de Porter du site [actinnovation](#)