

Modernité(s) matérielle(s)

Les transformations du lobbying européen des constructeurs automobiles

Alice MILOR

RÉSUMÉ

Le Comité des constructeurs du Marché commun (CCMC) est créé en 1972 par les PDG de l'automobile en Europe. Ils veulent pouvoir présenter à la Commission une voix unifiée de l'industrie sur les questions de sécurité routière et d'environnement. La transformation du CCMC en Association des constructeurs européens automobiles (ACEA) en 1991 marque une refonte du lobby automobile à Bruxelles, en lien avec la mondialisation des échanges et l'intégration européenne, dans le contexte du Marché unique.



Photographie du lancement de l'European Round Table (ERT) à Paris les 6 et 7 avril 1983. En haut, à la 7e place de gauche à droite se trouvent Umberto Agnelli de Fiat et, en bas, de gauche à droite, Bernard Hanon de Renault (2e), le commissaire François-Xavier Ortoli (3e), Pehr G. Gyllenhammar de Volvo (4e), et le commissaire Étienne Davignon (5e). Source : www.ert.eu

Au début du xx^e siècle, les premières structures de représentation des intérêts des constructeurs automobiles émergent. Ils deviennent membres d'associations strictement nationales, à l'instar du Verband der Automobilindustrie (VDA) allemand fondé en 1901, de la Chambre syndicale des constructeurs d'automobile (CSCA) française fondée en 1909, ou encore de l'Associazione Nazionale Filiera Industria Automobilistica (ANFIA) italienne fondée en 1912. À la suite de la signature du traité de Rome en mars 1957, dont l'article 75 fait entrer les transports dans le spectre de la réglementation communautaire, les constructeurs décident de s'organiser à l'échelle européenne. Le 2 mai 1957, les associations nationales constituent à Francfort le Comité de liaison de la construction automobile (CLCA), qui siège en permanence à Bruxelles à partir de 1963. Les filiales européennes de Ford et General Motors étant membres des associations nationales qui composent le CLCA, les constructeurs américains sont de fait intégrés au lobby européen de l'automobile. Au début des années 1970, les constructeurs

européens éprouvent la nécessité de se doter d'un moyen d'influence plus direct sur la Commission. Ils doivent faire face à la concurrence des Américains en Europe, ainsi qu'aux nouvelles normes de sécurité décidées unilatéralement par l'administration américaine aux États-Unis. Le 18 mai 1972, le Comité des constructeurs du Marché commun est fondé à Paris par les principaux constructeurs européens : Fiat, Volkswagen, Peugeot, Renault, Citroën, British Leyland, Daimler-Benz, rejoints rapidement par BMW, Alfa Romeo, et DAF. La Commission encourage la formation de cette nouvelle structure de lobbying strictement européenne qui, contrairement au CLCA, ne compte pas dans ses rangs les constructeurs américains. Elle y voit le moyen de former un front commun de l'automobile face aux États-Unis, et de favoriser la mise en place de standards environnementaux et sécuritaires européens, non alignés sur les normes américaines. Par ailleurs, la Commission cherche aussi à avoir un interlocuteur industriel unique sur les différents dossiers traités, malgré la concurrence très vive entre les marques.

Ainsi, depuis 1972, le lobbying des constructeurs à Bruxelles a l'originalité d'être bicéphale, constitué par le CLCA, une association d'organisations nationales dont les constructeurs américains sont membres, ainsi que par le CCMC, une association de constructeurs, quant à elle strictement européenne. Si le CLCA et le CCMC traitent à l'origine des mêmes sujets techniques, ce dernier prend aussi en charge des thématiques de plus en plus larges, à la fois politiques et commerciales. Il assure une veille sur les dossiers automobiles en cours d'examen à Bruxelles (réglementations, politique commerciale, fiscalité, R&D), ainsi qu'une représentation des intérêts des constructeurs. À l'origine composée d'un seul salarié détaché temporairement de Renault, l'équipe permanente du secrétariat général du CCMC ne cesse de s'étoffer au fil des années. Elle élabore et livre des rapports clés en main aux acteurs publics, en particulier à son interlocutrice privilégiée, la DG III Marché intérieur. Enfin, les décisions du CCMC sont votées à l'unanimité par les PDG des entreprises membres de l'association. À cet égard, l'automobile fait office de précurseur dans le champ du lobbying à Bruxelles. En effet, à l'instar du CLCA, les différents secteurs y étaient jusqu'alors représentés par des fédérations d'associations nationales. Le modèle du CCMC est repris dans les années 1980, sous l'impulsion de la Commission, pour l'instauration de tables rondes de PDG. Ces tables rondes visent à proposer aux dirigeants économiques de la CEE une enceinte de concertation transnationale et transectorielle, à même de fournir à la Commission des positions claires et homogénéisées de l'industrie européenne. Pour l'automobile, rien de nouveau. Quand le dirigeant de Fiat Umberto Agnelli prend part à l'European Round Table (ERT), créée sous l'impulsion d'Étienne Davignon et François-Xavier Ortoli en 1983 et fondée par le dirigeant de Volvo Pehr G. Gyllenhammar, il a déjà l'expérience d'animer les tables rondes de PDG de l'automobile au sein du CCMC, dont il est alors le président. La Commission s'appuie ainsi sur des pratiques d'acteurs privés qui se sont enracinées en amont, au sein des associations professionnelles les plus mobilisées, comme celles de l'automobile.

Néanmoins, le CCMC comme force d'influence à Bruxelles rencontre un certain nombre de limites. Le processus de prise de décision à l'unanimité freine l'action de lobbying. Le clivage entre constructeurs dits « spécialistes », positionnés sur des marchés hauts de gamme, et les constructeurs dits « généralistes », proposant des véhicules moins onéreux, revient de manière récurrente - un clivage qui recoupe partiellement les oppositions entre d'une part, les constructeurs allemands et, d'autre part, les constructeurs français et italiens. En 1991, les divisions sont telles que les constructeurs européens décident de dissoudre le CCMC. Dans la perspective du grand marché commun de l'automobile à l'horizon 1992, fixée par l'Acte unique, la Commission impose le démantèlement des barrières protectionnistes nationales qui protégeaient l'Italie, l'Espagne, le Portugal, la France et le Royaume-Uni, des exportations japonaises. Le CCMC se révèle alors incapable de prendre des positions fortes, paralysé par le vote à l'unanimité et les fortes divergences entre constructeurs, notamment par l'opposition catégorique de Jacques Calvet, PDG de PSA, à tout accord susceptible d'augmenter la présence des Japonais en Europe. Devenu incapable de jouer son rôle de lobby dans un moment crucial pour l'avenir de l'industrie, le CCMC est dissous par les constructeurs. Il est refondé sur de nouvelles bases quelques semaines plus tard, en février 1991, et prend le nom d'Association des constructeurs européens automobiles (ACEA). Les filiales européennes des Américains, elles aussi opposées à voir les Japonais pénétrer librement le Marché commun, sont dès 1991 intégrées à ce nouveau lobby. Le CLCA est incorporé à l'ACEA, dont il devient le comité de liaison. L'ACEA reste aujourd'hui un outil essentiel pour représenter les intérêts de l'industrie automobile auprès de la Commission et du Parlement européen, en plus des bureaux que les constructeurs ont implantés à Bruxelles.

BIBLIOGRAPHIE

LAURENS, Sylvain, MICHEL, Hélène, « Les organisations patronales au niveau européen : développement et institutionnalisation d'une forme de représentation des intérêts patronaux (années 1950-1980) », dans Danièle Fraboulet et Pierre Vernus (dir.), *Genèse des organisations patronales en Europe (xix^e-xx^e siècles)*, Rennes, PUR, 2012, p. 317-330.

MOGUEN-TOURSEL, Marine, « Les structures de représentations de l'industrie automobile en Europe. Un foisonnement de réseaux aux stratégies multiples ? », dans Michel Dumoulin (dir.), *Economic Networks and European Integration*, Bruxelles, Peter Lang, 2004, p. 235-252.

RAMIREZ PEREZ, Sigfrido, « Transnational business networks propagating EC industrial policy : the role of the Committee of Common Market Automobile Constructors », dans Wolfram Kaiser, Brigitte Leucht, Morten Rasmussen (dir.), *The History of the European Union : Origins of a Trans- and Supranational Polity 1950-1972*, Abingdon, Oxon, Routledge, 2009, p. 74-92.

Source URL:

<https://ehne.fr/encyclopedie/thématiques/civilisation-matérielle/modernités-matérielles/les-transformations-du-lobbying-européen-des-constructeurs-automobiles>