

# Les dépenses de lobbying des acteurs IT US en transition présidentielle

Une année électorale est souvent synonyme d'attentisme et de non prise de décision. Aux Etats-Unis, l'année 2016 a donc vu la fin de l'ère Obama après 8 ans de mandat et une campagne homérique entre Donald Trump et Hillary Clinton, qui a tourné à l'avantage du milliardaire américain. Face à cette année de transition, les dépenses en lobbying des acteurs de la tech américaine ont été plus modérées à quelques exceptions près, selon les statistiques délivrées par le [Centre for Responsive Politics](#).

## **Start-up en devenir, acquisitions à valider**

Parmi les exceptions, on peut citer Uber, régulièrement en conflit avec les régulateurs. La start-up a dépensé, en 2016, 1,4 million de dollars pour intervenir sur plusieurs questions : les voitures autonomes, l'accès aux bases militaires pour ses voitures et la législation sur les transports. En comparaison, Uber avait investi 470 000 dollars en 2015 pour son lobbying. Elle n'est pas la seule à avoir augmenté ses dépenses dans les réseaux d'influence. Tesla et Dropbox ont multiplié leur contribution par 7 pour atteindre respectivement 160 000 dollars et 725 000 dollars. HPE n'est pas en reste en affichant un doublement de ces dépenses, à 4,8 millions de dollars en 2016 contre 2,2 millions en 2015.

Parmi les autres hausses, Amazon a vu ses dépenses en influence bondir de 21% à 11 millions de dollars et rejoindre ainsi la poignée d'entreprises mettant une somme à 8 chiffres sur la table. AT&T est aussi dans ce groupe, portant sa part à 16,4 millions de dollars. Un enjeu stratégique pour l'opérateur qui a annoncé sa volonté de fusionner avec Time Warner. Un rapprochement non souhaité par le Président Donald Trump. Les grandes opérations capitalistiques sont toujours l'occasion d'une intense discussion avec les politiques et les régulateurs. Ainsi, Dell a fait exploser les compteurs de dépenses en lobbying en passant de 520 000 dollars en 2002 à 5 millions de dollars en 2016. Une progression énorme due à la finalisation de l'acquisition de la galaxie EMC pour 67 milliards de dollars.

## **Alphabet et Facebook réduisent la voilure**

Les baisses les plus significatives sont à mettre à l'actif de Google ou plutôt de sa maison mère Alphabet, un des plus gros contributeurs aux cabinets de lobbyistes de Washington. L'année dernière, il a réduit la voilure de 7%, à 15,4 millions de dollars. Facebook est également en retrait de 12%, à 8,7 millions de dollars. La même somme est dépensée par Microsoft, soit une petite hausse modérée de 3%. Apple a légèrement augmenté sa participation de 4% à 4,7 millions de dollars. L'impact de l'affaire du déchiffrement de l'iPhone du tueur de San Bernardino aura été limité.

Par secteur, la branche électronique a vu ses dépenses globales de lobbying en 2016 fondre à 119 millions de dollars, contre 124 millions en 2015. Idem pour l'activité des télécoms, qui passe de 91 millions de dollars en 2015 à 87,2 millions en 2016. Quid de 2017 ? L'administration Donald Trump

vient de se mettre en place et les récentes décisions, notamment sur l'immigration (qui pourraient impacter les visas de travail), crispent les acteurs IT. Dans la journée, selon *Reuters*, l'administration Trump devrait également publier un décret sur la cybersécurité qui pourrait bien faire bouger les lignes.

En tant qu'ancien chef d'entreprise, Donald Trump est rompu à l'exercice du lobbying. Mais peut-être que les sociétés IT auront plus de chance d'amadouer le locataire de la Maison Blanche en recrutant des community manager spécialistes de Twitter, plutôt que des lobbyistes...

**A lire aussi :**

[Les Gafa dépensent des millions de dollars dans le lobbying](#)

[Google, champion du lobbying auprès de la Maison Blanche](#)

**Crédit Photo : Ismagylov-Shutterstock**