



CHRISTOPHE MORIN / IP3

Comment ils se sont infiltrés au cœur du pouvoir

LES INITIÉS

EN COUVERTURE Comme son prédécesseur, François Hollande est entouré de discrets conseillers, gourous de la com, élus, experts et dirigeants. Mais il peine à écouter les plus avisés d'entre eux. De l'Elysée au CAC 40, enquête sur ces hommes de l'ombre.

DOSSIER RÉALISÉ PAR VINCENT NOUZILLE

L'affaire Cahuzac ? Cela va aller mieux dans les semaines qui viennent... » Qui nous murmurait cette confiance calculée fin février, quelques jours avant que la déflagration du mensonge n'emporte le ministre du Budget dans un scandale qui a secoué la République ? Le bouillant Stéphane Fouks, coprésident d'Havas Worldwide (ex-Euro-RSCG), qui avait pris en main la communication de crise de Jérôme Cahuzac. Rayonnant, bronzé et décontracté, cet incontournable gourou de la com', à la façon méditerranéenne et au tutoiement facile, semblait bien sûr de lui, confortablement installé dans son grand bureau de la tour Havas donnant sur les bords de Seine. Rencontré au même moment dans son cabinet du VIII^e arrondissement, l'avocat Gilles August, qui défendait celui qui était encore ministre du gouvernement, confiait également que l'affaire

Cahuzac allait bientôt s'éteindre. « Il ne restera que le soupçon », assurait cette pointure du barreau parisien, plutôt libéral, au physique de grand commis austère. Depuis la révélation du mensonge de leur client, Stéphane Fouks et Gilles August se font discrets. Avant le désastre Cahuzac, Fouks et August furent également des membres de la garde rapprochée de DSK. La scoumoune ! Pourtant, malgré l'effet négatif sur leur image, ils n'ont guère à s'inquiéter pour leur avenir. Leurs principaux clients ne sont pas des politiques, mais des grands groupes avec qui ils conservent les meilleures relations. Stéphane Fouks conseille ainsi une dizaine d'entreprises du CAC 40, de BNP Paribas à EADS et France Télécom (voir page 45), tandis que le cabinet August & Debouzy, l'un des plus prestigieux de la place, défend des multinationales comme Microsoft ou Costco.

Drôle de métier que celui d'éminence grise ! Toujours dans l'ombre, ils occupent un rôle stratégique pour mener une of- ...

A l'Elysée, François Hollande prend souvent conseil auprès de son ami Jean-Pierre Jouyet. Nommé directeur de la Caisse des dépôts, celui-ci tente de contenir le ministre Arnaud Montebourg.



Ils sont caméléons, aussi agiles qu'insubmersibles

... fensive, promouvoir un dossier, protéger un client, délivrer sur commande des messages formatés, quitte à surprendre leur influence présumée ou à être pris à contre-pied par des retournements de situation. Conseillers politiques, gourous de la com', lobbyistes haut de gamme, avocats et banquiers d'affaires, experts en sondages et agitateurs d'idées, ils se meuvent à tous les étages du pouvoir, se faufilant dans les couloirs de l'Élysée ou dans les antichambres des conseils d'administration. Ils sont aussi à l'aise avec les ministres qu'avec les PDG. Ils peuvent joindre au téléphone le président de la République, les membres du gouvernement, les directeurs de cabinet, tout comme les patrons des journaux. Véritables caméléons, ils sont aussi agiles qu'insubmersibles. Et de plus en plus actifs. Même s'ils ne sont pas toujours écoutés.

Hier, durant le mandat de Nicolas Sarkozy, quelques-uns d'entre eux pouvaient se prévaloir d'une influence directe auprès de l'Élysée, que ce soit via le consultant politique Patrick Buisson, l'essayiste et brasseur d'affaires Alain Minc, l'expert en sécurité Alain Bauer ou l'ex-sondeur Pierre Giacometti. La défaite de leur héraut ne les a pas mis sur la paille, les trois derniers prospérant tranquillement dans le monde du conseil, Alain Minc depuis son indémodable bureau de l'avenue George-V, Alain Bauer toujours entre deux voyages de Pékin à son QG de Denver, et Pierre Giacometti à la tête d'une société qui vend de « la stratégie d'opinion ».

Aujourd'hui, sous François Hollande, d'autres « visiteurs du soir » les ont remplacés. Plus effacés, ils court-circuitent de la même façon les organigrammes officiels. Ils délivrent leurs conseils de ma-



SEBASTIEN CALVET/DIVERGENCE

nière docte, pour montrer qu'ils maîtrisent leurs sujets. Mais, leur efficacité n'est pas encore prouvée et leur entree en haut lieu est souvent une manière de préserver leur « business ». « Conseiller un président de la République, cela fait tout de même

LE MATCH DES CONSEILLERS EN AFFAIRES

Alain Minc/Philippe Villin



Alain Minc
Profil : énarque, inspecteur des Finances, essayiste libéral proeuropéen, ancien conseiller officieux de Nicolas Sarkozy.
Activités : Alain Minc Conseil, créé en 1991, prodigue des conseils en fusion-acquisition à des grands patrons. « *Je suis un confesseur et un psy* », résume-t-il. Son chiffre d'affaires, mélange d'honoraires forfaitaires et de *success fees*, était de 3 millions en 2011, avec un bénéfice net de 865 000 euros. Prévoyant, Alain Minc s'était attribué 3 millions d'euros de

dividendes en 2011, en puisant dans son trésor de guerre.
Clients principaux : François Pinault, Vincent Bolloré, Albert Frère, Jean-Charles Naouri (Casino), Gérard Mestrallet (GDF-Suez), Stéphane Courbit, Henri Giscard d'Estaing (Club Med).
Réseaux : très étendus dans le monde de la politique, des médias et du business. Étiqueté sarkozyste, Alain Minc est aussi un proche de Martine Aubry, l'un des amis d'Emmanuel Macron, le sherpa de Hollande, et un associé de Pierre Bergé.
Commentaire : en perte de vitesse après des années d'influence politique auprès de Sarkozy. Mais ses avis sont

toujours très recherchés par les grands patrons.



Philippe Villin
Profil : énarque, inspecteur des Finances, ancien PDG du Figaro, chroniqueur libéral antieuro.
Activités : Ph. Villin Conseil (PVC), avec une assistante et un chauffeur, a des activités de banquier d'affaires original. « *Je fais le go-between et je règle des problèmes* », dit-il. Ses honoraires annuels, basés sur des abonnements, sont estimés à 5 millions d'euros. Il est actionnaire de la chaîne d'hôtels Libertel.
Clients principaux : EDF, Total,

L'Oréal, Sanofi, EADS, Safran, Elior.
Réseaux : très branché à droite (mais il exécra NKM et Laurence Parisot), militant de la cause gay, il a aussi ses entrées dans les ministères, à Matignon et à l'Élysée, rencontrant régulièrement Aquilino Morelle, Emmanuel Macron, Sylvie Hubac. Il organise aussi chez lui des dîners mondains avec Manuel Valls ou Laurent Fabius.
Commentaire : de plus en plus actif. Ses opinions tranchées en faveur d'un abandon de l'euro sont peu écoutées à Bercy et Matignon, mais son entree pour monter des « coups », avec des méthodes de bulldozer, est reconnue.



Stéphane Fouks, co-président d'Havas, ici en compagnie de son ami Manuel Valls, ministre de l'Intérieur. L'ancien conseiller de DSK et de Cahuzac a mis son groupe en retrait de la communication politique.

journee existe bel et bien. Car malgré son impopularité record et l'enchaînement incessant des crises, François Hollande tient à garder des contacts étroits avec des personnalités capables de lui donner des avis sans langue de bois. Ses fidèles lieutenants, Stéphane Le Foll, ministre de l'Agriculture, et Michel Sapin, ministre du Travail, sont souvent reçus en catimini, en marge des Conseils des ministres, afin de parler politique. Son ami Bernard Poignant, le maire de Quimper, lui donne en permanence le pouls des élus locaux, dont il recueille chaque semaine les doléances lors de déjeuners dans une annexe de l'Élysée. Son camarade de la promotion Voltaire de l'ENA Jean-Pierre Jouyet, nommé au poste clé de directeur général de la Caisse des dépôts et de président de la Banque publique d'investissement, l'appelle souvent, ainsi que son sherpa Emmanuel Macron – qu'il avait présenté à Hollande – pour parler des dossiers industriels ou des nominations, afin de tenter de recadrer les initiatives du fougueux Arnaud Montebourg. Son autre camarade de l'ENA André Martinez, nommé conseiller spécial de

Nicole Bricq, ministre du Commerce extérieur, est chargé, depuis Bercy, de lui faire passer des messages de la part des grands patrons. Mécontents de sa politique fiscale, ceux-ci seraient, en revanche, plutôt satisfaits de la manière dont il promeut les entreprises françaises lors de ses voyages officiels à l'étranger, de l'Inde à la Chine. De son côté, le commissaire général à l'investissement Louis Gallois, ex-PDG d'EADS, initiateur du crédit d'impôt-compétitivité, se fait régulièrement l'écho à l'Élysée de l'inquiétude des milieux d'affaires et relaie les avis de la CFDT, qu'il connaît bien.

Un autre « Voltaire », l'avocat Dominique Villemot, ex-pilier de la campagne, envoie des notes confidentielles et écrit des SMS à son ami Hollande sur la fiscalité et l'économie. Il sert aussi de messager à certains grands patrons. « *Etant à l'étranger, je peux lui dire ce que je pense. J'ai notamment suggéré quelques aménagements sur les taxations des charges financières des entreprises, qui ont été retenus par Bercy* », confie ce dernier, qui cultive ses contacts avec l'Afep, le lobby des grands groupes, piloté par Pierre Pringuet (Pernod-Ricard), épaulé par ...

très chic. Dans le monde des affaires, le fait d'avoir accès au pouvoir vaut de l'or », assure une ancienne éminence de Sarkozy.

Cette galaxie des conseillers occultes ne se dévoile pas aisément. A l'Élysée, pourtant, le ballet des rendez-vous de fin de

LE MATCH DES CONSEILLERS EN OPINION

Pierre Giacometti/Stéphane Rozès



LUDOVIC REA

Pierre Giacometti
Profil : ancien sondeur chez BVA, longtemps président de l'Institut Ipsos, ancien conseiller de Nicolas

Sarkozy.
Activités : il a cofondé Giacometti & Péron en 2008, afin de délivrer de la « stratégie d'opinion » et des analyses aux décideurs publics et privés. Le cabinet a réalisé 4,8 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2012 avec une vingtaine de salariés.
Clients principaux : ses contrats avec l'Élysée, Matignon, les ministères et l'UMP se sont achevés en

2012. Selon des sources concordantes, il travaille notamment pour la SNCF, Casino, GDF-Suez, Crédit Agricole, mais il se refuse à les confirmer.
Réseaux : il connaît toute la classe politique, ayant été l'un des sondeurs les plus écoutés, de Chirac à Sarkozy, en passant par Hollande lorsqu'il dirigeait le PS.
Commentaire : il se fait très discret depuis la défaite de Sarkozy. D'autant qu'une instruction judiciaire est en cours sur les sondages et études commandés par l'Élysée. Mais Pierre Giacometti développe sans problème sa société dans le secteur privé.



LAURENT HAZEBU

Stéphane Rozès
Profil : ancien sondeur chez BVA et à la Sofres, longtemps président de l'Institut CSA, ancien conseiller

de François Hollande, enseignant à HEC et Sciences-Po, chroniqueur sur France Culture.
Activités : en 2009, il a créé CAP (Conseils, analyses et perspectives), petite société de conseil, qui fournit des études qualitatives et analyses des opinions. Son chiffre d'affaires est d'environ 700 000 euros.
Clients principaux : il travaille notamment pour EDF, le Service d'information du

gouvernement (Matignon), des industriels du BTP et de la pharmacie, la Région Bretagne, la principauté de Monaco.
Réseaux : il a notamment œuvré pour Chirac avec Jacques Pilhan, le pape de la com' politique, avant de côtoyer toute la classe politique chez CSA. Il a surtout collaboré avec l'équipe Hollande durant la campagne présidentielle.
Commentaire : défenseur de l'idée d'un « imaginaire français » très ancré dans nos racines politiques, il plaide pour la cohérence des messages et la construction de « récit » auprès de ses clients. Ses analyses sont appréciées à l'Élysée et Matignon.

Des éminences de Sarkozy dans les affaires

... Paul Hermelin (Capgemini), deux grands patrons hollando-compatibles. Ancien des réseaux DSK, Paul Hermelin fait partie de ceux qui joignent directement le Président, tout comme Guillaume Pepy, patron de la SNCF, ou Philippe Crouzet, président du directoire de Vallourec et mari de Sylvie Hubac, la directrice de cabinet de François Hollande. Quant à l'ancien ministre des Affaires étrangères Hubert Védrine, il transmet à l'Élysée des mémos sur ses voyages et sur la géopolitique, tout comme Jacques Attali, l'ancien sherpa de François Mitterrand, sollicité sur nombre de sujets, notamment par son ami Emmanuel Macron.

On le voit, François Hollande ne manque pas d'antennes capables de lui ouvrir les yeux sur les réalités du pays et du monde. La plupart lui recommandent

une politique réformatrice plus affirmée et un soutien moins ambivalent aux entreprises. Mais le Président semble n'en faire qu'à sa tête. A tous, il donne le sentiment de les écouter sans forcément les entendre. « Il est insaisissable », dit l'un de ses visiteurs du soir. « C'est une éponge, il absorbe tout sans rien laisser paraître », précise un initié. « Ce qui me frappe, c'est qu'il ne veut pas dépendre de son seul cabinet ou d'un seul gourou, qu'il veut rester libre de ses opinions et de ses décisions. C'est pourquoi il a besoin de ces capteurs, qu'il compartimente ses contacts et qu'il demande à ses amis de continuer à le joindre directement sur son portable, sans intermédiaire », poursuit un autre de ses conseillers.

Même dans le domaine de la communication, le Président consulte désormais secrètement à l'extérieur. Sans que cela



ELODIE GREGOIRE/REA

LE MATCH DES AVOCATS D'AFFAIRES

Gilles August/Jean-Michel Darrois



J.-B. VERNIER/UBV NEWS

Gilles August
Profil : avocat d'affaires, diplômé de l'Essec, libéral de droite.

Activités : créé en 1995 avec son ami Olivier Debouzy, décédé en 2010, le cabinet August & Debouzy compte 115 avocats et se consacre essentiellement au droit des affaires pour des entreprises, très rarement à des dossiers de personnes physiques. Il a connu un trou d'air en 2012, mais réalise un chiffre d'affaires d'environ 40 millions d'euros.
Clients principaux : des groupes comme Microsoft, Bloomberg, Philip Morris, EADS, Schneider, Pierre Fabre,

France Télécom, RATP, Veolia, le suisse Klesch.
Réseaux : filleul de Jacques Chirac, partenaire d'échecs de DSK, ami de Jérôme Cahuzac (jusqu'au mensonge avoué), proche d'Edouard de Rothschild (actionnaire de *Libération*), Gilles August a un carnet d'adresses éclectique en politique. Son cabinet fait travailler l'ancien ministre socialiste Christian Pierret et l'ancien ambassadeur Dominique de Combles de Nayves. Il a aussi employé l'actuel ministre du Budget Bernard Cazeneuve.
Commentaire : un cabinet qui monte en puissance, rêvant de devenir le numéro un français des avocats d'affaires devant Gide-Loyrette-Nouel et Bredin-

Prat. Il est réputé pour accompagner les offensives de grands groupes, notamment américains, comme l'arrivée en France de Costco, géant des hypermarchés. Sa défense de Cahuzac l'a néanmoins un peu douché !



F. DEMESSE/LE FIGARO MAGAZINE

Jean-Michel Darrois
Profil : avocat d'affaires, gaullio-libéral.
Activités : son cabinet Darrois-

Villey-Maillet-Brochier, spécialisé en droit des affaires, demeure l'un des plus prospères de Paris, même s'il ne compte « que » 60 permanents. Il plaide peu, mais il est particulièrement sollicité

lors d'OPA et de fusions-acquisitions.
Clients : des groupes comme PPR, Bouygues, Casino, EADS.
Réseaux : très proche de certains PDG et d'Alain Minc, ce gaulliste, de tendance sociale-libérale, a rédigé en 2009 un rapport remarqué sur l'avenir des professions du droit à la demande de son ami Nicolas Sarkozy. Mais l'avocat est aussi, de longue date, un intime de Laurent Fabius et connaît bien Emmanuel Macron à l'Élysée.
Commentaire : son style policé et son calme olympien en font un mentor de nombreux VIP. Il est discret et disponible, même si son aura décline un peu face à la montée des cabinets anglo-saxons.



n'ait, pour l'instant, beaucoup d'effets. L'arrivée début janvier à l'Élysée de Claude Sérillon comme conseiller spécial a permis de renforcer l'équipe élyséenne, composée de Christian Gravel et Claudine Ripert-Landler. Mais l'ancien présentateur du journal télévisé se consacre davantage aux réglages de forme – comme les décors de l'interview du 28 mars, ou la conférence de presse du 15 mai – qu'au contenu des interventions. Depuis le début de l'année, un autre homme très effacé, Robert Zarader, rend visite chaque mois au Président pour s'entretenir de ses messages et de son image. Cofondateur de l'agence de com' Equancy, cet ancien publicitaire de TBWA au physique rond, fan de sociologie, proche de Julien Dray, sert de sparring partner à François Hollande. Au côté de l'ex-sondeur Stéphane Rozès, il a participé de près à la campagne présidentielle du printemps 2012. Après l'élection, cette éminence grise, qui travaille parallèlement pour La Poste ou le directeur de la BPI Nicolas Dufourcq, n'a plus été sollicitée. Avant d'être rappelée en urgence à la fin de l'année, tout comme Stéphane Rozès, celui-ci se voyant ...

L'ancien président
Nicolas Sarkozy était entouré de conseillers officieux, comme Patrick Buisson (à droite), historien et politologue, le consultant Alain Minc, le criminologue Alain Bauer et l'ancien sondeur Pierre Giacometti.



Une Maison de retraite 5 étoiles aux portes de Monaco

La douceur et la sérénité d'une vie protégée dans un lieu de vie grand standing offrant des soins de qualité.

- Personnel soignant diplômé 24h/24
- Unité spécialisée Alzheimer et maladies apparentées
- Hébergement temporaire
- Service hôtelier et restauration de grande qualité



EHPAD FONTDIVINA
Chemin Romain - 06240 Beausoleil
Tél. : +33 (0)4 97 17 75 00
direction2@fontdivina.fr

De discrets visiteurs du soir défilent à l'Élysée



Arrivé en janvier aux côtés du président, Claude Sérillon (à gauche), ici avec Christian Gravel.

ALBERT FACELY/DIVERGENCE

... confier une mission ponctuelle auprès du Service d'information du gouvernement (SIG), rattaché à Matignon. Leurs diagnostics ? Ils se rejoignent. Le Président a parfois quelques bonnes « séquences » de com', mais il lui manque un cap. La guerre du Mali, les mauvaises nouvelles économiques, l'affaire Cahuzac, le mariage gay mobilisent successivement l'opinion sans que le Président donne le sentiment de donner le tempo ni d'écouter ses conseillers. Le manque de charisme du Premier ministre Jean-Marc Ayrault et du ministre de l'Économie Pierre Moscovici affaiblit le dispositif. Et c'était avant l'affaire Cahuzac !

Depuis, les rumeurs de remaniement vont bon train. Les conseils du Dr Zarader et l'audit de Stéphane Rozès ne donnent pas encore de résultats probants...

D'autres éminences grises, plus décalées, fréquentent assidûment les palais de la République. C'est notamment le cas de Philippe Villin, ancien patron du *Figaro*, devenu banquier d'affaires. Cet inspecteur des finances, de tendance libérale, militant de la cause gay et d'une sortie de l'euro, assume un peu son rôle de trublion. « *Je sollicite les rendez-vous sur certains dossiers, que ce soit à l'Élysée, Matignon ou à Bercy, et je suis reçu. Je joue les Cassandre* », se félicite-t-il, tout sourire, en avalant un café entre deux rendez-vous dans les coulisses de l'hôtel George V, son quartier général. En réalité,

Philippe Villin se démène sur les questions économiques, mais surtout comme lobbyiste pour protéger en haut lieu ses principaux clients, comme le président d'EDF Henri Proglio, qui cherche à consolider ses appuis. Il a ainsi contribué à torpiller la nomination d'Anne Lauvergeon, ennemi irréductible de Proglio, à la tête de la BPI et d'EADS, en envoyant des messages directs à François Hollande et en appelant son sherpa Emmanuel Macron, ainsi que Jean-Pierre Jouyet, à la Caisse des dépôts. Au jeu de l'activisme dans les cénacles du pouvoir, le libéral Villin fait concurrence à son rival Alain Minc, expert en coups de billard à plusieurs bandes (voir encadré p. 38).

Philippe Villin n'est d'ailleurs pas le seul à plaider en coulisses la cause d'Henri ...

LE MATCH DES BANQUIERS D'AFFAIRES

Matthieu Pigasse/Grégoire Chertok



J.-C. MARMARALE FIGARO

Matthieu Pigasse
Profil : directeur général de Lazard France, actionnaire du *Monde* et des *Inrocks*, énarque, ancien conseiller de DSK et Fabius.

Activités : la banque Lazard déploie ses activités de conseil financier auprès de gouvernements, d'entreprises et de particuliers. Matthieu Pigasse a aussi un rôle d'investisseur dans la presse et a publié des essais économiques.

Clients principaux : il a conseillé la Grèce sur ses problèmes de dette, mais Lazard a aussi pour clients le

Gabon, le Nigeria, la Banque centrale européenne.
Réseaux : son rôle au sein du *Monde*, son passé de conseiller à Bercy, ses activités de banquier et ses écrits d'essayiste lui assurent des entrées partout.
Commentaire : agitateur d'idées, fan de rock, ce banquier « de gauche » dirige une banque très prospère, mais il agace jusqu'à ses amis au pouvoir par son style un peu trop voyant.



M. BERTRAND/CHALLENGES-REA

Grégoire Chertok
Profil : associé chez Rothschild et Cie, diplômé de l'Essec et de l'Insead, proche

de Jean-François Copé, adjoint au maire du XIV^e arrondissement de Paris, conseiller régional radical d'Ile-de-France.
Activités : en tant que responsable des fusions-acquisitions, il conseille en permanence les PDG, étant devenu l'un de leurs confidents. « *Comme un médecin de famille* », dit ce proche de David de Rothschild.
Clients principaux : parmi ses fidèles, Jean-Charles Naouri (Casino), Gérard Mestrallet (GDF-Suez), la famille Pinault (PPR), les groupes Bouygues, Accor, Imerys, UGC, la BPCE.
Réseaux : chez Rothschild, il a côtoyé le jeune Emmanuel Macron, devenu sherpa de

François Hollande, ainsi que Lionel Zinsou, proche de Fabius, ou François Pérol, président de BCPE et ex-secrétaire général adjoint de l'Élysée sous Sarkozy.
 Il est surtout un supporter inconditionnel et un ami de longue date de Jean-François Copé qu'il avait présenté comme avocat aux associés de Gide-Loyrette-Nouel, lesquels ont hébergé le président de l'UMP entre 2007 et 2010.
Commentaire : l'activité des fusions-acquisitions étant cyclique, le département est moins en pointe actuellement. Mais Grégoire Chertok sait cultiver les relations à long terme avec ses clients.

LE MATCH DES CONSULTANTS INTERNATIONAUX

Hubert Védrine/Dominique de Villepin

FRANÇOIS BOUCHON/LE FIGARO



Hubert Védrine
Profil : consultant, ancien conseiller diplomatique puis secrétaire général de l'Elysée sous Mitterrand

et ministre des Affaires étrangères de Jospin.

Activités : sa société Hubert Védrine Conseil, fondée en 2003, délivre des analyses géopolitiques et de la prospective à des grands groupes internationaux et des PME.

« *Je ne suis pas un voyant, mais un réducteur de risques* », précise-t-il. Son chiffre d'affaires annuel avoisine le million d'euros, avec deux salariés et une marge

confortable. Il est aussi administrateur du groupe LVMH et d'Ipsos.

Clients principaux : il a notamment conseillé Total, EADS sur les relations franco-allemandes, Vallourec en Russie.

Pas de gouvernements étrangers. Il travaille en partenariat avec le cabinet d'avocats Gide-Loyrette-Nouel.

Réseaux : il a gardé des relais au Quai d'Orsay, dans les think tanks, en Allemagne et auprès des dirigeants américains. Il est sollicité par les médias et publie des chroniques, qui le rendent incontournable à gauche.

Commentaire : sa longue expérience des relations

internationales en fait un expert écouté. Proche de l'équipe Hollande, il a rédigé un rapport sur l'Otan pour le Président et l'alimente régulièrement en notes sur la politique étrangère.



A. DE RUSSSELLE/LE FIGARO MAGAZINE

Dominique de Villepin
Profil : avocat, ancien secrétaire général de l'Elysée sous Chirac, ministre des

Affaires étrangères, puis Premier ministre.

Activités : sa société Villepin International, créée en 2008, sert d'intermédiaire dans les affaires et conseille des

gouvernements étrangers. Son chiffre d'affaires a atteint 2 millions d'euros et ses bénéfices 771 000 euros en 2011.

Clients principaux : il refuse d'en parler, mais il a travaillé pour Total au Venezuela, ainsi que pour Alstom, Veolia. Il aurait pour clients les autorités du Qatar, ainsi que des familles saoudiennes.

Réseaux : il peut joindre directement les dirigeants russes, vénézuéliens ou chinois. Il est aussi proche de l'intermédiaire Alexandre Djouhri et de certains dirigeants africains.

Commentaire : de plus en plus tourné vers l'international, il prospère loin des caméras.

SPÉCIAL ISF 2013

75 % DE DÉFISCALISATION, 100 % DE GÉNÉROSITÉ !

Cette année encore, vous pouvez agir en faveur des plus démunis tout en réduisant votre ISF en faisant un don à la **Fondation Française de l'Ordre de Malte** : 75 % du montant de vos dons sont déductibles.

► **Adressez votre don à :**

Fondation Française de l'Ordre de Malte
42, rue des Volontaires - 75015 Paris,
et recevez un reçu fiscal à joindre à votre déclaration.

► **Pour plus d'informations :**

Contactez Gwénaëlle Balloux au 01 45 20 98 07
ou consultez notre site internet
www.fondationordredemalte.org

Fondé il y a plus de 900 ans, l'Ordre de Malte est la plus ancienne des institutions caritatives. Il déploie ses actions en France et dans le monde en faveur des populations marginalisées par la pauvreté, la maladie, les conflits ou les catastrophes naturelles.



Robert Zarader (à gauche, ici à Bercy) est l'un des conseillers officiels de François Hollande.

Des lobbyistes proches des ministres

... Proglio. Celui-ci a également recours à l'ex-sondeur Stéphane Rozès, à l'ancien journaliste Jean de Belot, reconverti dans la com', ainsi qu'à d'autres éminences aussi discrètes qu'influents. Il est notamment défendu par le banquier François Roussely, ancien président d'EDF, très introduit au Château et très écouté au ministère de la Défense. Proglio a aussi embauché le lobbyiste professionnel Paul Boury, un HEC copain de Hollande, dont l'aura s'est démultipliée depuis l'élection de ce dernier. « C'est vrai que nous avons des connexions au plus haut niveau. Mais atten-

tion, je défends des dossiers, je ne demande pas de passe-droits ni de services », assure ce dernier. Proches du pouvoir socialiste, lobbyistes pour EDF, Areva, la SNCF, Nexity ou Casino, en affaire avec l'ancien conseiller social de Sarkozy Raymond Soubie, Paul Boury et son associé Pascal Tallon connaissent comme leurs poches les antichambres des ministères et réunissent régulièrement des parlementaires influents, notamment au sein de clubs thématiques et lors de colloques sponsorisés. Ce sont les rois du carnet d'adresses !

Un autre homme a aussi pour tâche de défendre Henri Proglio auprès de tous les décideurs qu'il croise. Il s'agit de l'incontournable Stéphane Fouks, dont EDF est l'un des clients réguliers en matière de communication. Carbonisé en apparence par les affaires DSK et Cahuzac, le coprésident d'Havas Worldwide garde des atouts dans sa manche pour faire avancer ses causes. Outre ses conseils aux grands

patrons, il reste un ami intime de Manuel Valls, le ministre de l'Intérieur, auquel il prodigue des avis informels. Il a également placé des ex-consultants, estampillés Havas, dans les principaux lieux de pouvoir : son bras droit Gilles Finchelstein, par ailleurs directeur de la Fondation Jean-Jaurès, le think tank du PS, suit les questions d'image et d'opinion auprès de Pierre Moscovici ; Sacha Mandel conseille le ministre de la Défense Jean-Yves Le Drian ; Viviane Nardon épaula Claude Bartolone à la présidence de l'Assemblée nationale ; Nathalie Mercier seconde Valérie Trierweiler ; Emilie Lang-Banaszuk travaille au service de presse de l'Élysée, et André Loncle au service audiovisuel. Même Aquilino Morelle, le conseiller politique de François Hollande, qui n'apprécie guère Fouks, a fait un passage chez Euro-RSCG dans les années 90. Enfin, Marion Bougeard, autre ex-Euro-RSCG, s'occupait de la ...

LE MATCH DES COMMUNICANTS-PUBLICITAIRES

Maurice Lévy/Stéphane Fouks-Mercedes Erra



BERTRAND LANGLOIS/LE FIGARO

Maurice Lévy
Profil : PDG de Publicis, l'un des leaders mondiaux de la publicité et de la communication,

ancien président de l'Afep, le lobby des grandes entreprises. **Activités :** très absorbé par le développement de son groupe à l'international, il gère son empire de 56 000 salariés et 6,6 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Sa filiale Publicis Consultants, dirigée par Fabrice Fries, qui compte 230 consultants, s'occupe plus particulièrement de communication corporate et de conseil en relations médias pour des entreprises. **Clients principaux :** des grands

groupes comme Club Med, Renault, L'Oréal, Carrefour, Nestlé, Coca-Cola, Axa, le Service d'information du gouvernement, Bercy.

Réseaux : plutôt social-libéral, il avait créé le Cercle de l'Industrie avec DSK (dont Pierre Moscovici était un pilier). Il conserve des contacts dans toutes les sphères du pouvoir, au sein des médias en tant que publicitaire, et auprès de quelques grands groupes comme Renault. Il a aussi recruté Franck Louvrier, ancien conseiller en communication de Sarkozy, pour piloter sa filiale Publicis Events.

Commentaire : affable, il a mal vécu son départ de l'Afep, mais il revient en force.



FRANÇOIS BOUCHON/LE FIGARO

J.-C. MARABALE/LE FIGARO

Stéphane Fouks-Mercedes Erra

Profil : l'alliance d'un ex-rocardien as de la com' d'influence et d'une HEC experte en pub, à la tête d'Havas Worldwide, contrôlé par Bolloré. **Activités :** Fouks se consacre à la communication corporate, tandis qu'Erra a développé BETC (900 personnes), avant de monter en puissance au sein d'Havas. « Je dis ce que je pense et j'apporte de la valeur aux marques », confie-t-elle.

Clients principaux : des grands groupes comme EDF, EADS,

Danone, L'Oréal, Air France, France Télécom, Safran, mais aussi des personnalités politiques ou étrangères (l'ancien président ivoirien Laurent Gbagbo, le successeur de Chávez, Maduro, au Venezuela). **Réseaux :** Fouks a des amis à gauche (Manuel Valls) comme à droite (Xavier Bertrand), tandis qu'Erra, cofondatrice du Women's Forum et féministe engagée, milite aussi au sein de l'ONG Human Rights Watch. **Commentaire :** ces deux-là, forcés de travailler ensemble, ne s'entendent pas forcément, mais ils ont chacun leurs alliés dans la maison. Après l'affaire Cahuzac, Havas Worldwide a mis fin à son activité de conseil politique aux ministres.

Maurice Lévy opère un retour en force



LIONEL BONVENTURE/APF

Maurice Lévy (PDG de Publicis), en mars 2012 au côté de François Hollande.

... communication de Jérôme Cahuzac, avant de passer le relais à Anne Hommel, autre ancienne d'Euro-RSCG et ex-attachée de presse de DSK. « *Il faut croire que notre agence constitue une bonne école* », se félicite Stéphane Fouks. Même s'il est désormais en retrait des cénacles politiques, l'homme a de quoi rebondir. D'autant que son groupe réalise 99 % de son activité dans le conseil aux entreprises.

L'entregent est un sport d'expert. Dans cette discipline, le rival de Fouks, Maurice Lévy, président de Publicis, opère, lui, un étonnant retour en force. Cloué au pilori

durant la campagne présidentielle comme grand patron à cause d'un bonus différé de 16 millions d'euros, cet infatigable travailleur avait perdu une partie de son aura et la présidence de l'Afep, le puissant lobby des grands groupes français. Une double punition pour Maurice Lévy, qui a mal vécu cet épisode. Mais sa mise en quarantaine semble en voie de s'achever. Les succès de Publicis, devenu l'un des leaders mondiaux de la communication avec 56 000 salariés, inspirent le respect dans les sphères politiques. L'agence a été présélectionnée, avec trois autres, pour faire la pub de Bercy. Les équipes de Publicis Consultants, dirigées depuis 2009 par l'énarque-normalien-Sciences-Po Fabrice Fries, un ancien du cabinet de Delors et de Vivendi, ont regagné fin 2012

l'appel d'offres pour superviser des campagnes du Service d'information du gouvernement. Habile, Maurice Lévy avait aussi recruté début 2011 comme directeur de cabinet Jérôme Batout, qui a longtemps travaillé aux côtés de François Hollande et Martine Aubry au sein du PS. Nommé début 2013 à la tête du département de lobbying de Publicis Consultants, Jérôme Batout vient de rejoindre Matignon comme conseiller de Jean-Marc Ayrault en charge du pôle « stratégie, médias et communication ». Et un autre ex-collaborateur de Maurice Lévy, le jeune normalien Philippe Bernard, est aujourd'hui, au côté d'Aquilino Morelle, une des plumes de François Hollande à l'Élysée. Eminence grise, c'est aussi l'art du placement !

VINCENT NOUZILLE

LE MATCH DES CONSEILLERS EN COMMUNICATION

Anne Méaux/Michel Calzaroni

J.-C. MARBRALE/FIGARO



Anne Méaux
Profil : papesse de la com' des entrepreneurs, diplômée de Sciences-Po, ancienne du

service de presse à l'Élysée sous Giscard.

Activités : sa société Image 7, fondée en 1988, propose des services de relations presse, de conseil d'image, de communication corporate, de lobbying. Avec un chiffre d'affaires de 16 millions d'euros, et un bénéfice de 3,2 millions, elle emploie 70 personnes.

Clients principaux : une centaine de clients, notamment des entrepreneurs comme les familles Pinault, Bic, Lescure,

Mérieux, Hermès, Mittal, Peugeot, ou des sociétés comme Casino, Capgemini, le Crédit Agricole, la BPCE. Officiellement pas de politiques, mais elle a travaillé pour le Sénégal de l'ère Wade et le régime Ben Ali en Tunisie. Elle conseille aujourd'hui Abu Dhabi, la Côte d'Ivoire et le Niger.

Réseaux : son amitié avec les libéraux comme Alain Madelin la catalogue à droite. Mais cette proche de Jean-Pierre Raffarin a aussi soutenu Anne Lauvergeon chez Areva et Laurence Parisot au Medef. **Commentaire :** son expérience des affaires et de la politique, ses antennes dans tous les médias, son parler « cash » lui assurent une clientèle fidèle d'entrepreneurs.

DENIS ALLARD/REA



Michel Calzaroni
Profil : conseiller presse de grands patrons, ancien du CNPF et ex-conseiller de Léotard et

Longuet.

Activités : pilotée par le trio Michel Calzaroni, Olivier Labesse, Christian d'Oleon, la société DGM, créée en 1985, se concentre sur les relations médias, avec un chiffre d'affaires d'environ 8 millions d'euros, un bénéfice de 2 millions et une vingtaine de collaborateurs.

Clients principaux : une soixantaine d'entreprises, dont des grands groupes du CAC 40, comme LVMH, Axa, Total, GDF-Suez, Danone,

Vivendi, Société Générale, Schneider, mais aussi Bolloré, Arkema, Atos, Eramet, Club Med. Pas de politiques ni de gouvernements étrangers. **Réseaux :** ses premiers clients, dont Claude Bébéar (Axa), étaient des piliers du club patronal libéral Entreprises et Cités. Ses amis politiques se recrutent dans la droite libérale. Depuis, il a élargi ses cercles.

Commentaire : des méthodes classiques de relations presse, une parole rare, mais un tacticien hors-pair et un entregent indéniable, y compris pour intervenir auprès des patrons des journaux. Confident et protecteur de nombreux PDG.

VINCENT NOUZILLE

LES GOUROUS DE LA COM'

des grands patrons

La crise rend les entreprises de plus en plus craintives sur leur communication. Elles ont recours à des agences spécialisées ou à des « spin doctors » au profil éclectique pour peaufiner leurs messages.

PAR VINCENT NOUZILLE

Ils ont désormais peur de tout, du gouvernement, des clients, des salariés, des fonds d'investissements, des médias et de l'opinion publique. » L'un des experts de la communication parle ainsi des patrons. Ballottés par la crise, brocardés pour leurs plans sociaux, critiqués pour les émoluments, vilipendés par certains ministres, les PDG en prennent pour leur grade à la moindre tourmente. De la famille Peugeot, qui veut restructurer PSA, à Bernard Arnault, qui loge sa fondation familiale en Belgique, ils ont rarement bonne presse. Tétanisés, ils ne savent plus quoi dire. « Ils ne sont pas habitués à la controverse », constate Jean-Luc Mano, qui en conseille certains. Président de Publicis Consultants, Fabrice Fries résume bien, pour ses clients, l'équation difficile qui leur échoit en période de tempête : « L'entreprise peut être vue comme la tenante d'un monde ancien, incapable de comprendre ce que la société lui demande, indifférente à ses préoccupations. Elle peut aussi décider de changer le regard que l'opinion porte sur elle. » Pierre Giacometti, ancien sondeur reconverti dans le conseil, va même plus loin : « L'ère de la propagande s'achève. Nos sociétés sont devenues un peu paranoïaques, dit-il. Les individus développent des compétences qui les rendent résistants aux méthodes de communication traditionnelles, ce



Au côté de l'industriel Vincent Bolloré (à gauche), son homme de l'ombre Michel Calzaroni (à droite).

qui fait que les équipes dirigeantes peuvent être déconnectées de leurs publics. » Autrement dit : le risque d'incompréhension et d'isolement existe.

De plus, le moindre buzz négatif sur internet peut fragiliser les plus grands groupes. « N'importe quel blogueur, n'importe quel salarié dans le monde peut avoir un impact immédiat sur l'image d'une entreprise », constate Matthias Léridon, président du cabinet Tilder, qui travaille notamment pour des groupes multinationaux comme Coca-Cola. « Face à cela, le secret, le mensonge et la langue de bois ne fonctionnent plus. Il faut changer de méthode, jouer l'ouverture et l'humilité », poursuit Marie Muzard, spécialiste de communication de crise, très active dans l'industrie du luxe. « Transparence et exemplarité sont devenues des maîtres mots »,

confirme Stéphane Fouks, le coprésident d'Havas Worldwide.

Alors, pour tenter de se protéger, policer leur discours, éviter les incidents, faire passer des messages, les PDG s'entourent de plus en plus souvent des fameux *spin doctors*, ces experts censés maîtriser les codes de la communication. « La tendance est nette, confirme Vincent de La Vaissière, auteur d'une étude de référence sur le sujet, régulièrement mise à jour. Plus des deux tiers des entreprises du CAC 40 ont désormais recours à des conseils externes, et certaines en font même travailler plusieurs à la fois. Comme si elles voulaient s'assurer tous risques en multipliant les avis ! » Voilà pourquoi ce secteur de la communication, lui, ne connaît pas la crise, attirant de plus en plus de candidats aux parcours variés. ●●●

Les PDG ont peur des médias et de l'opinion



Anne Méaux (à droite), ici avec Paul Hermelin (Cappgemini) : une femme influente dans la communication.

... Parmi ces gourous de la com' des grands patrons, un trio de tête se détache pourtant nettement. Les équipes de Stéphane Fouks (Havas), Anne Méaux (Image 7) et Michel Calzaroni (DGM) trustent en effet globalement plus de la moitié des contrats avec les entreprises du CAC 40 : une dizaine (dont 3 ponctuels) pour Havas, 9 pour Image 7 et 8 pour DGM. Le quatrième mousquetaire, Publicis Consultants, aurait, quant à lui, perdu du terrain, se contentant officiellement de la com' de Renault, Legrand et... de Publicis. « *Les Big Three occupent le terrain depuis longtemps*, explique Vincent de La Vaissière. *Ils sont parfaitement rodés aux métiers des relations presse et de la com' d'influence, y compris en se développant à l'international, dans le lobbying et sur la veille internet.* » C'est ainsi qu'Image 7 a créé un département lobbying et s'est alliée l'an dernier avec Ruder Finn, un cabinet new-yorkais similaire. « *Nous devons accompagner nos clients partout* », avance Anne Méaux, fière de défendre, par exemple, les intérêts de la famille Mittal, malgré l'hostilité de l'opinion. Rivaux historiques, DGM et Image 7 s'affrontent régulièrement à l'occasion d'OPA, comme lorsque Bernard Arnault et François Pinault se bagarraient pour le contrôle de Gucci, ou quand LVMH a commencé à vouloir mettre la main sur Hermès. Mais DGM, dont l'associé Olivier Labesse s'occupe directement de LVMH, est aussi parfois épaulé par les équipes d'Havas sur certaines opérations. « *Nous nous concentrons sur notre métier principal des relations médias* », explique Olivier Labesse. « *Nous apportons notre savoir-faire complet, comme dans un CHU, y compris l'organisation d'événements, la com' digitale et la publicité* », tient à ajouter Stéphane Fouks, qui participe à quelques réunions de communication autour de Bernard Arnault et de son bras droit, Nicolas Bazire.

La deuxième famille est composée d'une kyrielle d'agences anglo-saxonnes, qui occupent souvent le terrain de la communication vers l'étranger pour des groupes internationaux : c'est le cas de Brunswick, dont l'antenne française est pilotée par l'énarque Laurent Perpère, passé par Canal +, qui travaille pour Vinci et BNP Paribas, de Burston-Marsteller, qui officie pour Total et Danone, ou de Kekst, qui œuvre pour LVMH et Vivendi. « *Ces agences à connotation financière ont tendance à déborder de leur champ initial vers la communication globale* », constate Vincent de La Vaissière.

Des électrons libres et d'anciens journalistes ont fait leur trou

Une troisième tribu, plus éparse, s'est également glissée, ces dernières années, dans les antichambres des grands patrons : ce sont des électrons libres, à la tête de petites sociétés indépendantes, qui ont chacun leurs points forts. Longtemps à la tête de Publicis Consultants, l'énarque Eric Giuilly, qui a naguère dirigé France 2, la CGM-SNCM et l'AFP, a monté en 2009 sa propre structure, Clai. « *Mon expérience de chef d'entreprise me permet de bien comprendre les situations complexes* », avance ce dernier, qui a notamment conseillé Hersant Médias, Presstalis, Lafarge, Lilly France ou Rio Tinto France. Partie de l'agence TBWA, Marie-France Lavarini, ex-collaboratrice de Lionel Jospin, a monté Ella Factory, en misant quant à elle sur ses réseaux politiques et son expertise de com' de crise. Un temps associé avec cette dernière, Jean-Christophe Alquier vient de créer sa propre enseigne à son nom. Il a l'habitude des causes difficiles : il s'est occupé de la com' de Monsanto, de Philip Morris, de McDo, de Total dans l'affaire de l'Erika, de la Société générale pendant l'affaire Kerviel

ou du Tour de France en plein scandale du dopage ! Il a aussi travaillé pour Denis Hennequin, qui vient de se faire évincer du groupe Accor, et, très discrètement, pour le ministre de l'Éducation nationale Vincent Peillon, l'un de ses amis. « *Le sujet me passionne* », dit-il.

D'autres consultants, venus directement du monde de la presse, ont également fait leur trou, mettant à profit leurs réseaux dans les médias, leur réactivité et leur capacité à élaborer un discours convaincant. Accessoirement, ils rapportent aux PDG les rumeurs du microcosme et savent en propager. C'est le cas de Jean-Noël Tassez, ancien patron de RMC, qui fait du lobbying par exemple pour Atos et Sanofi-Aventis, de Jean-Luc Mano, ex-TF1, France 2, BFM Radio et France Soir, qui a un partenariat avec l'agence Edelman, ou de Jean de Belot, ancien directeur de la rédaction des *Echos* et du *Figaro*, qui travaille au sein de son cabinet Aria Partners, notamment pour la com' et le lobbying d'EDF, de Bouygues et des laboratoires Servier. « *Je peux joindre aisément pas mal de journalistes de la place* », confesse ce dernier, en insistant sur la préparation minutieuse de ses argumentaires. Autres figures émergentes de ce petit monde, Philippe Manière, ancien du *Point*, ex-DG de l'Institut Montaigne et chroniqueur à *L'Express*, et Christophe Reille, ex-journaliste à France Info, utilisent leur carnet d'adresses pour relayer la com' de leurs clients communs, qu'il s'agisse de Total, Rexecode ou de KPMG. « *Mais nous nous concentrons sur le conseil stratégique pour les PDG, qui ont souvent besoin d'un Candidé extérieur pour échanger des idées et reformuler des messages* », explique Philippe Manière. Leur cabinet se nomme Footprint. Avec l'espoir de laisser une empreinte dans l'esprit des dirigeants qu'ils accompagnent. ■ VINCENT NOUZILLE