

L'ABSENCE DES THINK TANKS DANS LES MUNICIPALES

En pleine échéance électorale, nous avons constaté le peu d'implication des Think Tanks français. Les municipales auraient été l'occasion d'exercer pleinement leur fonction dans la société pour ces organisations productrices d'idées, de propositions politiques et animatrices du débat public. Or, les Think Tanks sont restés concentrés sur des thèmes nationaux et sur des problématiques européennes en vue de la prochaine Présidence française de l'Union.

Les sujets étaient pourtant nombreux : La question de la décentralisation et du rôle des collectivités locales, les réflexions sur les échelons de représentation, les inégalités hommes/femmes (rappelons que seulement 11 % des maires sont des femmes), la prise en compte des questions environnementales dans les plans urbains,... Les Think Tanks français ont semblé-ils préféré conserver une approche plus globale de ces enjeux. D'après Pierre-Emmanuel Moog (*Les Clubs de réflexion et d'influence*, 2006), les hommes politiques souhaiteraient pourtant voir la réflexion des Think Tanks s'orienter davantage vers la conduite du changement. Le niveau local s'y prêtait parfaitement.

Cette absence est certes moins surprenante pour des Think Tanks spécialisés dans des domaines qui dépassent le cadre national, qu'il s'agisse des relations internationales (IFRI, IRIS, Aspen,...) ou de la construction européenne (Confrontations, Notre Europe,...). Mais qu'en est-il de ceux qui s'intéressent aux questions sociétales ou à la réforme de l'Etat ? L'Institut Montaigne, si présent médiatiquement, aurait pu s'impliquer davantage dans la campagne. La faiblesse du débat autour des municipales en est peut-être la conséquence. Beaucoup de discussions partisans, peu de discussions sur le fond.

La Fondation Concorde est le seul Think Tank à s'être intéressé au sujet. Il organise régulièrement des petits déjeuners débats autour d'un invité issu du milieu politique, universitaire ou des affaires. Dans ce cadre, il a convié le 4 mars dernier, Claude Goasguen, député de Paris, pour discuter de la fiscalité locale et de la question du pouvoir d'achat. Un mois auparavant, il avait reçu la candidate UMP à la Mairie de Paris Françoise de Panafieu pour présenter et débattre des différents points de son projet. Néanmoins, proche de l'UMP, sa démarche relevait plus d'une logique de mise en avant de certains candidats que d'une réelle proposition d'idées.

Au même moment d'autres acteurs issus de la société civile s'engageaient dans la campagne sous une forme tout à fait différente. C'est le cas des ONG qui, fidèles à leur mode opératoire, ont interpellé à plusieurs reprises les candidats principalement sur les thèmes environnementaux.

THINK TANK WATCHER 2008 – Think Tanks et Municipales 2008

WWF s'est investi sur la thématique de l'eau. En collaboration avec l'association de médecins ASEP (Association Santé Environnement Provence), l'ONG a lancé une étude dans la région Rhône-Alpes afin d'évaluer le niveau de contamination de l'Homme au PCB. Elle avait pour objectif de soulever le problème de la pollution des fleuves et de faire réagir les pouvoirs publics.

Greenpeace a suivi l'un de ses procédés classiques en notant les candidats selon leur engagement éco-responsable : L'ONG a établi de cette façon une forme de classement des candidats par circonscription selon le degré « vert » de leur programme. Interrogée Jeudi 6 février sur la radio BFM, Corinne Lepage, candidate du MODEM dans le 12^{ème} arrondissement de Paris se satisfaisait d'être « classée vert pâle. »

La Fondation Nicolas Hulot, très en vue pendant la présidentielle 2007, a peu fait parler d'elle avec son Guide de l'éco-électeur. Celui-ci devait notamment permettre aux citoyens de prendre conscience des enjeux écologiques au niveau de leur commune et faire connaître les leviers d'actions des maires. Mais il n'a pas reçu l'écho escompté auprès de l'opinion publique.

Nous retrouvons là une dichotomie assez traditionnelle entre les ONG et les Think Tanks, même si sous plusieurs aspects, cette dernière commence à s'amenuiser peu à peu, les deux acteurs couvrant de plus en plus les deux aspects de l'influence. D'un côté la production de connaissances, l'influence par les idées, de l'autre des techniques visant à faire pression sur le politique, des « coups » médiatiques, des opérations « coups de poing ».

Quand nous avons posé la question à plusieurs Think Tank français concernant leur engagement dans cette campagne municipale, un grand nombre d'entre eux, comme Prometheus ou Confrontations Europe, ont répondu que ce n'était pas leur priorité et qu'ils préparaient activement la Présidence française de l'Union Européenne. D'autres, la Fondation Gabriel Péri notamment, ont expliqué qu'en raison de leurs financements publics, ils ne pouvaient se positionner. Fondapol a souligné qu'il n'était pas dans sa politique de prendre parti.

Enfin, de nombreuses propositions formulées par les Think Tanks ne sont pas reprises dans l'immédiat par les décideurs politiques et il faut attendre parfois quelques mois avant que celles-ci ne trouvent leur application. La présidentielle de 2007 a vu ressurgir des réflexions développées par les Think Tanks bien avant le lancement de la campagne. Citons, par exemple, l'idée de l'instauration d'un droit d'accès aux classes préparatoires proposée dans un livre publié par La République des Idées en avril 2005 et reprise dans les programmes de l'UMP et du PS en novembre 2006. L'influence est un processus long. Certains travaux traitant de la gestion des collectivités locales referont peut-être surface dans les mois à venir.