

Un demi milliard de dollars pour influencer la politique en matière d'OGM

Par Christophe NOISETTE

Publié le 23/11/2010, modifié le 27/02/2025

Selon un rapport publié en novembre 2010 par [Food & Water Watch](#), c'est 572 millions de dollars qui ont été dépensés depuis 1999 par les 50 plus grandes entreprises, qui possèdent des brevets sur l'agriculture et l'alimentation - comme Syngenta, Monsanto, BASF, Bayer - et deux associations professionnelles impliquées dans les biotechnologies - Biotechnology Industry Organization (Bio) et CropLife America - pour mener des campagnes ou organiser du lobby auprès du Congrès en vue de favoriser l'introduction des biotechnologies végétales. Cette somme est répartie ainsi : 547 millions de dollars ont été dépensés pour du lobby directement auprès du Congrès et 22 millions de dollars ont été donnés à des candidats au Congrès. Le rapport note aussi une augmentation des dépenses au cours de la dernière décade. Ainsi, les dons représentaient 2,4 millions de dollars en 2000, et 5,3 millions de dollars en 2008.

Une part importante de cette argent a servi à éviter que la nourriture issue d'OGM puisse être étiquetée comme le réclame une majorité d'étatsuniens, ou à faire pression sur des gouvernements étrangers pour qu'ils ne limitent (voire n'interdisent) pas les cultures transgéniques.

Le rapport donne de nombreux exemples. Ainsi BIO a dépensé plus de 4 millions de dollars au cours du premier semestre 2010 pour que la FDA autorise les animaux transgéniques et qu'elle fasse pression sur l'Union européenne pour qu'elle revienne sur sa décision d'interdire la viande issue d'animaux clonés. Par ailleurs, cette organisation s'est mobilisée financièrement en 2004 pour défendre le projet de loi HR 4561 dont le but était de promouvoir les biotechnologies agricoles à l'extérieur des Etats-Unis ou pour faire accepter la résolution n°252 qui visait à utiliser l'OMC pour attaquer les réglementations européennes sur les OGM.

Le rapport précise aussi que ces entreprises emploient plus de 300 anciens membres du personnel du Congrès ou de la Maison Blanche. Parmi eux, John Bradley Holsclaw qui, après avoir été onze ans conseiller du Sénateur Bob Dole, a créé sa propre agence de lobby, Tongour Simpson Holsclaw, laquelle a eu comme client Monsanto, Bio et Aventis. La connaissance précise des rouages de l'administration américaine lui a permis d'opérer un lobby efficace.