

Les bonnes affaires du communicant de Copé

Avec l'agence Bygmalion, le lobbyiste Bastien Millot, homme lige du patron de l'UMP, se taille la part du lion au parti, mais aussi dans les mairies et à la télé publique. Et la justice commence à rugir.

AL'HEURE des belles déclarations sur la moralisation de la vie politique et la chasse aux conflits d'intérêts, Bastien Millot, fondateur de Bygmalion, est un spécimen qui gagne à être connu. A la tête de son groupe de communication privé, tout dévoué à son mentor, le patron de l'UMP, Jean-François Copé, ce quadragénaire est même débordé d'intérêts ! Ancien des cabinets ministériels, ex-numéro 3 de France Télévisions, prof à Sciences-Po, chroniqueur chez Moinandini (Europe 1), expert en médias sur iTélé, mais aussi grand lobbyiste de l'UMP et de son groupe à l'Assemblée... A se demander s'il trouvera le temps de répondre à la justice, qui s'intéresse à ses affaires.

A Saint-Maur-des-Fossés, d'abord. Le 15 avril, le parquet de Créteil a ouvert une enquête sur des malversations dans l'attribution d'un marché de communication par la municipalité. Monsieur le maire, ex-sous-ministre de la Réforme de l'Etat, Henri Plagnol (UMP-UDI), a été mandé, entre 2009 et 2012, la réalisation de « guides » divers et variés pour ses administrés. D'un montant total de 330 000 euros, la mission a été confiée à l'agence Idéopole, une filiale de Bygmalion. La justice cherche à savoir si les factures honorées par la ville correspondent à des prestations réelles, ce que jure Millot. Et, accessoirement, s'il n'y a pas eu de favoritisme : une fois le marché passé, l'ancienne chargée de com' de Plagnol a été embauchée par le même Millot. Si, entre collègues, on ne peut même plus s'apprécier...

Des discours en or massif

La justice se penche aussi, à Paris, sur d'autres soupçons de favoritisme. En cause, cette fois, des contrats de conseil de France Télé, dont Bygmalion est devenu un gros fournisseur dans des conditions pour le moins étonnantes. « Le Carnard » a mis la palme sur des factures, des bons de commande, des courriels entre amis et des marchés signés sur un coin de table à la direction du groupe public... Un vrai docu télé !

Le partenariat avec France Télé démarre sous la présidence de Patrick de Carolis (lire ci-dessous). En quittant ses fonctions de directeur délégué du groupe audiovisuel public, le 31 octobre 2008, Millot ne part pas les mains vides : le jour même il signe plusieurs contrats pour sa boîte Bygmalion... créée trois jours plus tôt avec un associé, Guy Alves. A lui les missions « de surveillance de la réputation de France Télévisions et de ses principaux dirigeants sur Internet », la « rédaction des mails aux téléspectateurs », le « conseil stratégique sur la communication sensible » et la « réalisation de maquettes du site intranet » ! Millot fourguette d'emblée 143 902 euros de factures à ses ex-colègues...

Les missions se multiplient les années suivantes. En 2009 et 2010, Bygmalion s'en met plein les poches. Ses conseils, rémunérés au mois, coûtent la bagatelle de 454 097 puis 415 227 euros à la télé publique. Et de drôles de prestations en

Carolis de bon conseil

PATRICK DE CAROLIS a beau avoir quitté la télé publique durant l'été 2010, elle ne l'a pas lâché. France Télé lui achète non seulement des émissions fort chères, mais l'ex-pédégé encaisse aussi de confortables revenus mensuels grâce à une grande mission : il conseille France 3 pour « Des racines et des ailes », le principal producteur. Comme le montre un document communiqué de France Télé, il a ainsi touché 163 800 euros en 2012. La ministre de la Culture, Aurélie Filippetti, qui a exigé, la semaine dernière, que son successeur, Rémy Pflimlin, serre la ceinture aux privilégiés de France Télé, pourrait peut-être demander conseil à Carolis.

Le genre apparaissent : moyennant 6 778 euros mensuels, l'agence est, par exemple, chargée de la « préparation de dossiers » et de la « rédaction d'éléments de langage à destination du secrétaire général », alors dirigé par Camille Pascal, futur conseiller médias du président Sarkozy. Une « lettre aux parlementaires » est rédigée contre la modique somme de 5 980 euros. Une « mise en place d'un comité de la diversité », avec impression de plaquettes et site Internet fumeux, est facturée près de 30 000 euros. Une « étude consacrée à l'image de France Télévisions » est vendue 43 056 euros. Une paillle. En janvier 2009, Millot est même chargé, sans dire, du « discours des vœux aux salariés » de son ami Carolis. Montant de la plaisanterie : 7 000 euros. Le pédégé ne regarde pas aux frais quand il s'agit de s'adresser au petit personnel !

Concurrents inexistants

Précision de taille : durant les deux premières années de ces juteux marchés, Bastien Millot reste lié à France Télé, qu'il dit pourtant avoir quitté. Entre fin 2008 et fin 2009, il est en congé sabbatique. Puis, jusqu'à fin 2010, il bénéficie d'un congé pour création d'entreprise généralement accordé par Carolis alors que Bygmalion existe depuis belle lurette.

Mieux : les missions que sa société a cumulées pour une somme totale de 1,2 million en quatre ans l'ont été sans la moindre mise en concurrence. Ni publicité. Or le groupe France Télé, s'il ne dépend pas du Côté des marchés, est tout de même soumis à une ordonnance du 6 juin 2005 dont découlent des règles strictes : une mise en compétition pour les marchés de moins de 193 000 euros et, au-delà, un appel d'offres formalisé. Mais rien de tout cela, dans le cas de Bygmalion : ses services (que Rémy Pflimlin continue de s'offrir en partie aujourd'hui) sont dispatchés en petits marchés, commandés sur simple échange de courriels avec les copains de la direction et du secrétariat général. Le tout validé ensuite par le grand argentier d'alors, Damien Cuiter, autre pote de Mil-



lot, formé avec lui dans les cabinets ministériels de Copé. Le monde est petit.

Au « Carand », le communicant de choc lâche, l'air sérieux : « Quand je suis parti, France Télévisions n'avait plus personne pour assumer mes missions. Je n'ai fait que répondre à un besoin. » Les, sa belle histoire va atterrir, ces jours-ci, sur le bureau d'un juge parisien nommé après une plainte, avec constitution de partie civile, des cadres de France Télé. Lequel persévère, puisqu'une première plainte avait été classée l'an dernier par le parquet de Paris, au terme d'une drôle d'enquête préliminaire : malgré les doutes émis par les filiales sur ses marchés, Bastien Millot n'avait jamais été convoqué pour être entendu. Et pas davantage l'un de ses principaux acheteurs à la télé : le fameux Camille Pascal.

Il est vrai que la manœuvre était délicate : les poulets ont enquêté entre septembre 2011 et mai 2012, en pleine campagne pré-

sidentielle. Epoque durant laquelle Millot n'était autre que l'organisateur des meetings du président-candidat, tandis que Camille Pascal officiait comme porte-plume à l'Elysee.

Ironie du sort : ces meetings, décrochés grâce à Copé et facturés à coups de millions par Events & Cie, une autre filiale de Bygmalion, créée quelques mois avant l'élection, empoisonnent aujourd'hui les comptes de campagne de Sarko. Sous réserve du verdict du Conseil constitutionnel, attendu pour juin au plus tard, le candidat-président est passible d'une amende de 11 millions pour avoir dépassé le plafond autorisé. Millot pourrait peut-être lui faire un don, lui qui ne connaît guère la crise et s'amuse à ne pas publier les comptes de sa société !

En cette période où la transparence est de mise, c'est un vrai luxe.

Didier Hassoux
et **Christophe Nobili**

Avril 2013