

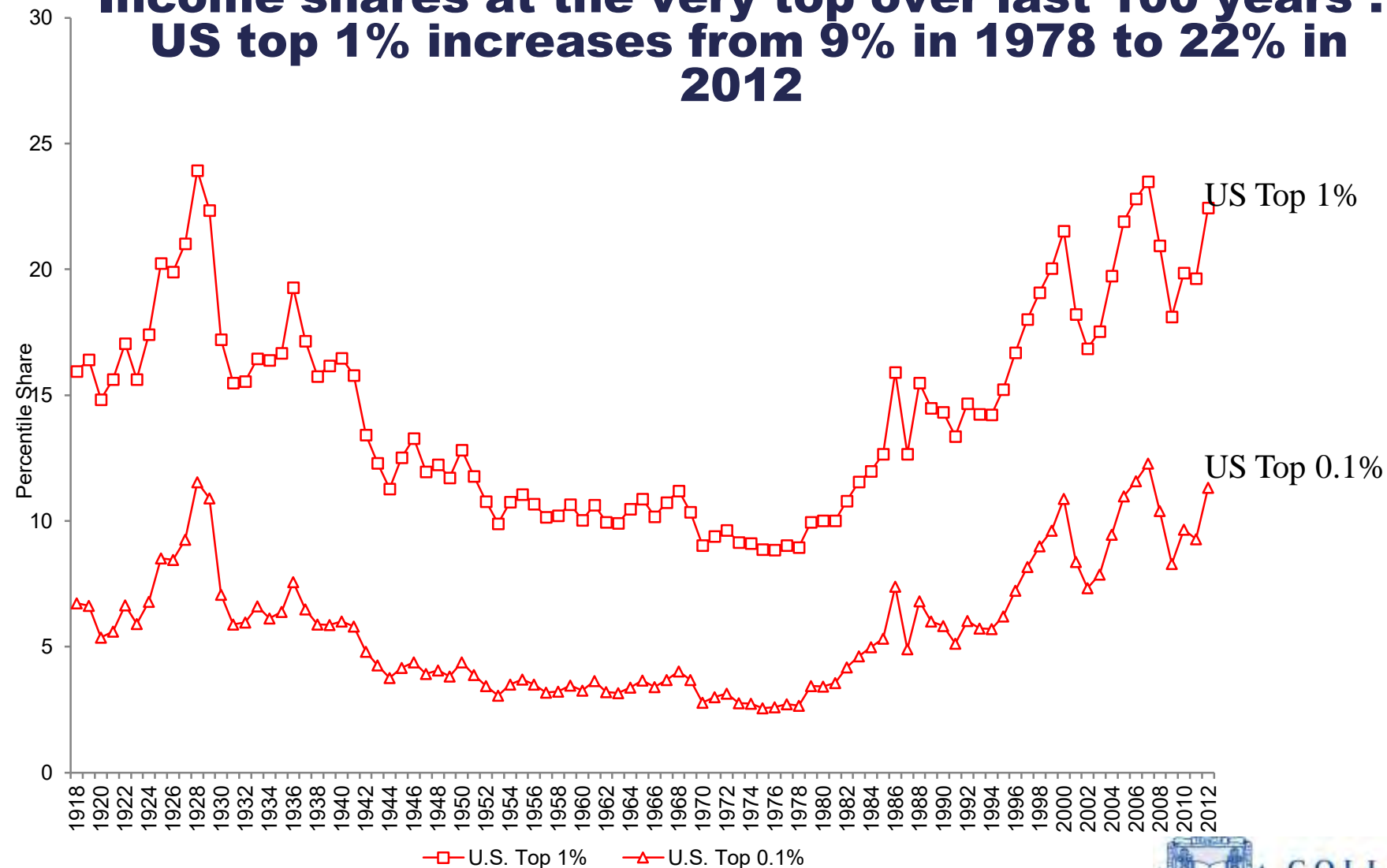
INNOVATION, INÉGALITÉS ET MOBILITÉ SOCIALE



COLLÈGE
DE FRANCE
— 1530 —

LES FAITS

**Income shares at the very top over last 100 years :
US top 1% increases from 9% in 1978 to 22% in 2012**



COLLEGE
DE FRANCE
1530

PLAN

- Comment mesurer les inegalites?
- L'innovation est une source d'inegalites « au top »
- L'innovation comme moteur de mobilite social
- Les limites de l'outil fiscal
- Le lobbying



PLAN

- **Comment mesurer les inegalites?**
- L'innovation est une source d'inegalites « au top »
- L'innovation comme moteur de mobilite social
- Les limites de l'outil fiscal
- Le lobbying

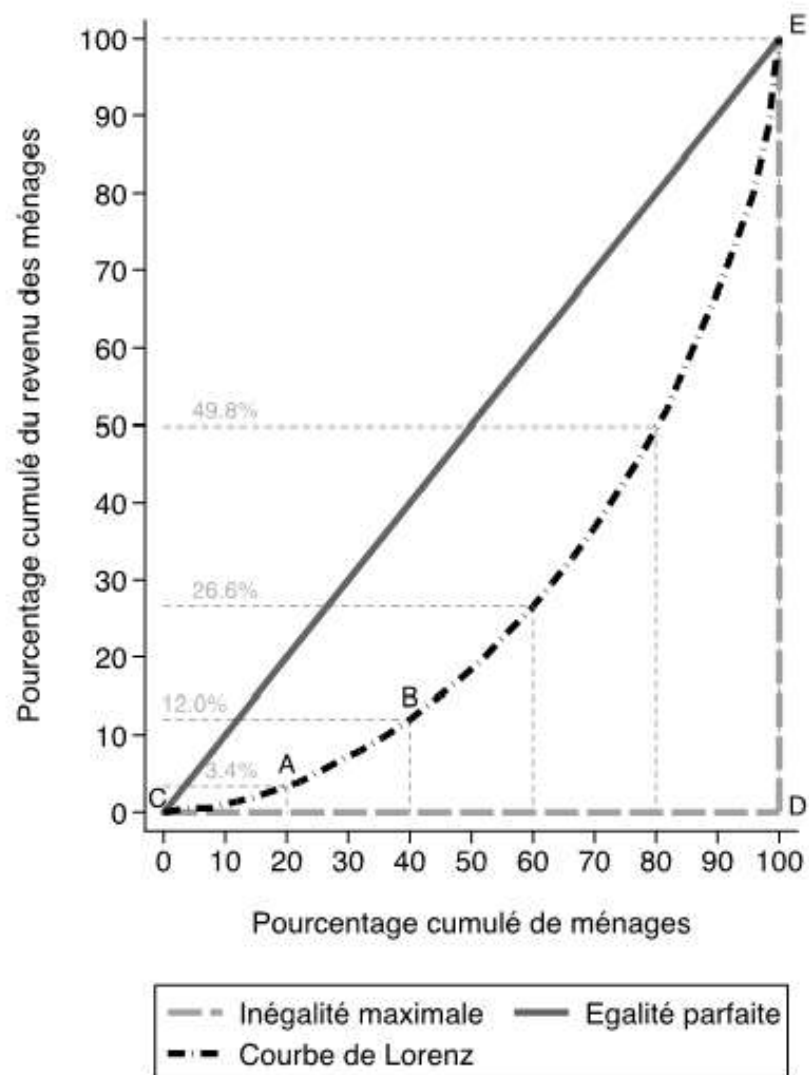


DIFFÉRENTES MESURES DES INÉGALITÉS

- Mesures *globales* :
 - Gini
 - Skill premium
 - 90/10 ratio, etc.
- *Top 1% income share*
- Mobilité sociale (Chetty et al, ...)

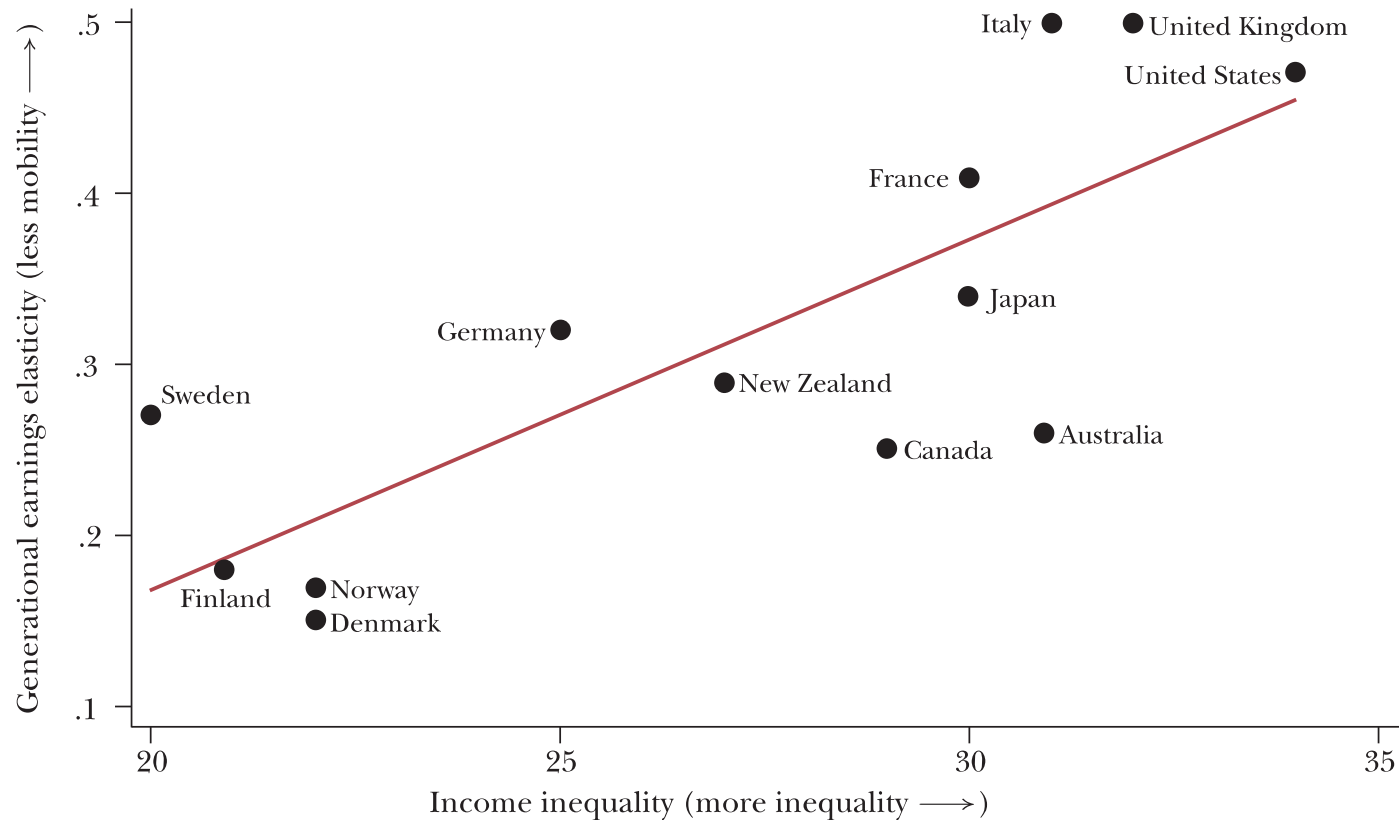


Figure : La courbe de Lorenz pour les Etats-Unis en 2009



INÉGALITÉS DE REVENUS ET MOBILITÉ INTERGÉNÉRATIONNELLE

The Great Gatsby Curve: More Inequality is Associated with Less Mobility across the Generations



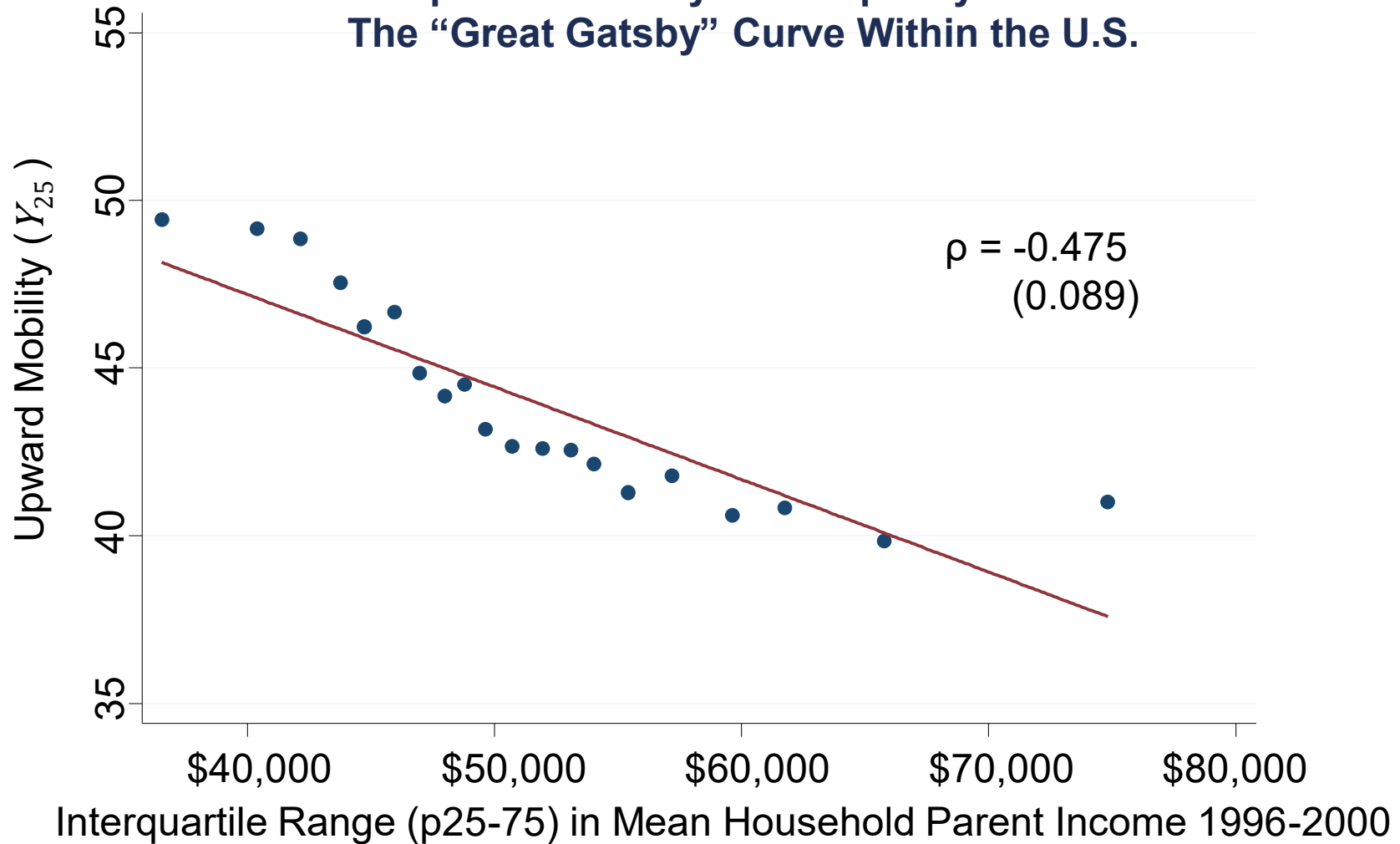
Source: Corak (2013) and OECD.



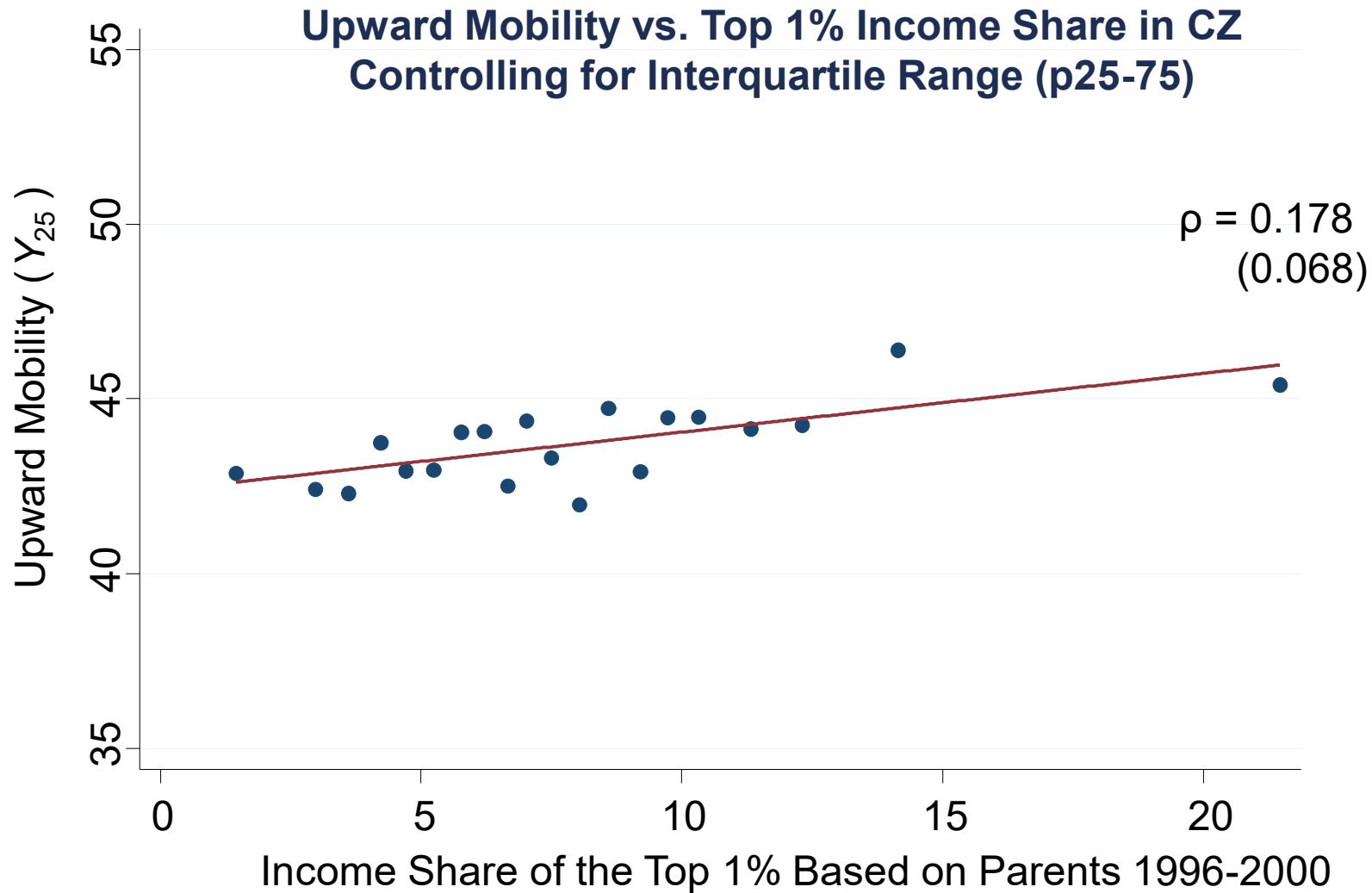
COLLÈGE
DE FRANCE
1530

INÉGALITÉS DE REVENUS ET MOBILITÉ INTERGÉNÉRATIONNELLE

Upward Mobility vs. Inequality in CZ
The “Great Gatsby” Curve Within the U.S.



INÉGALITÉS DE REVENUS ET MOBILITÉ INTERGÉNÉRATIONNELLE



PLAN

- Comment mesurer les inegalites?
- **L'innovation est une source d'inegalites « au top »**
- L'innovation comme moteur de mobilite social
- Les limites de l'outil fiscal
- Le lobbying



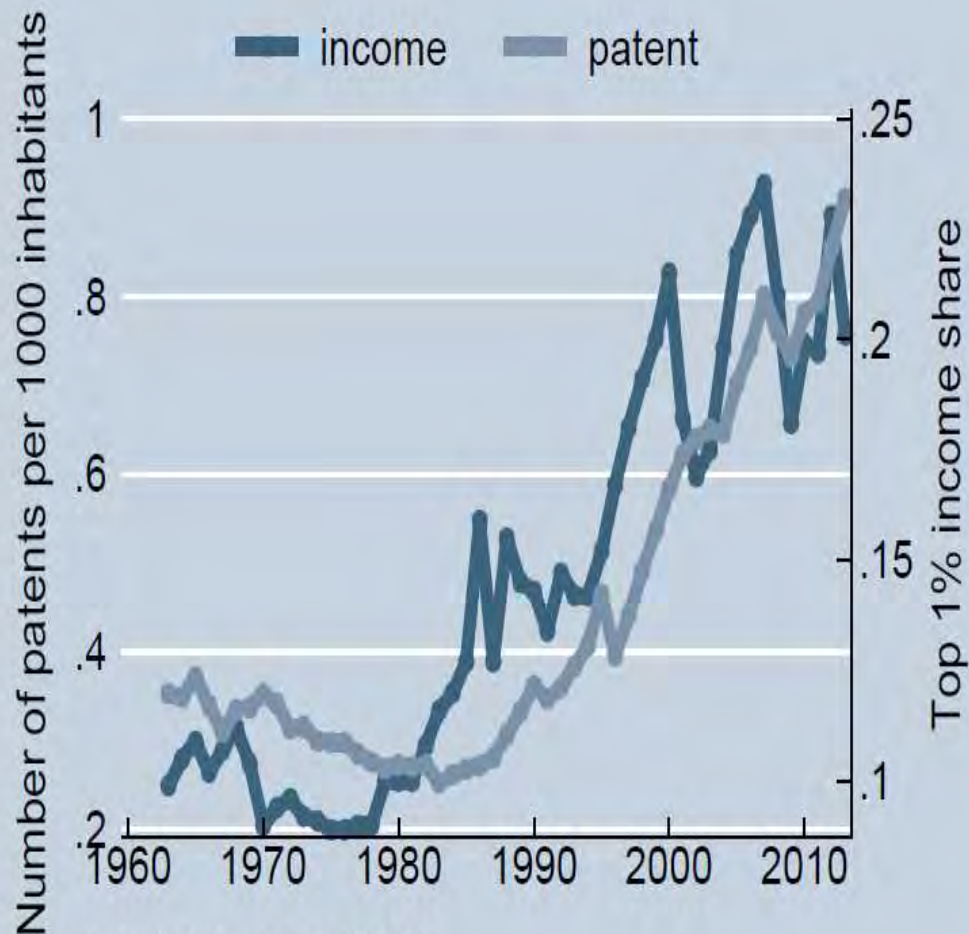
Innovation and Top Income Inequality in the US



Figure: Innovation and Top 1% Share in the US: 1963-2010

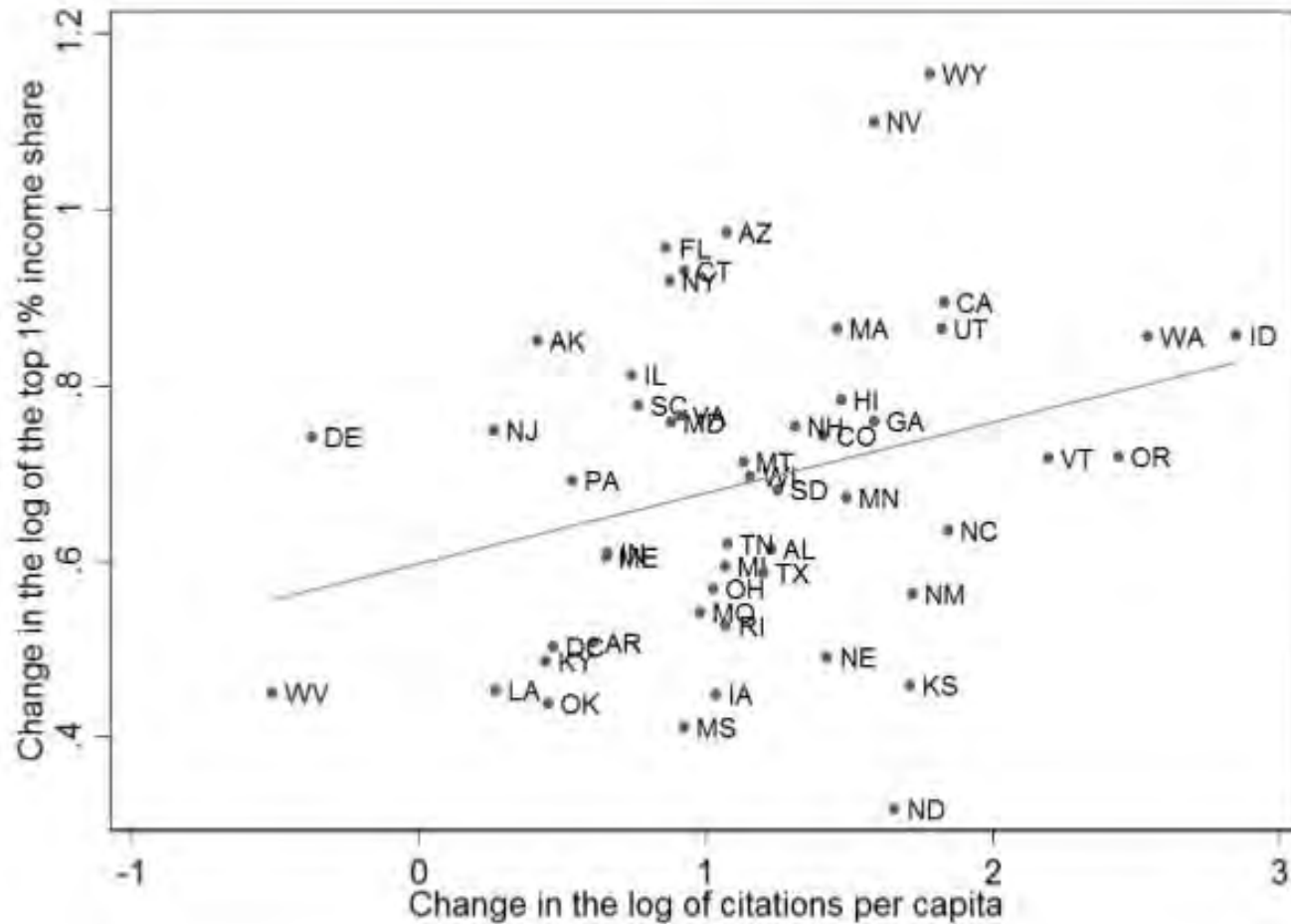
Top Income Share and Patenting

United States, 1963-2013



Source: Aghion et. al. (2015).

Innovation and top 1% share across states 1980-2005



THEORIE SCHUMPETERIENNE

**La croissance est induite par l'innovation,
et l'innovation est motivée par la
perspective de rentes d'innovation**

Mr Skype, Steve Jobs, Bill Gates

INNOVATION VERSUS D'AUTRES SOURCES DE TOP 1% INCOME

Genere de la croissance

Genere de la mobilite sociale

N'augmente pas les inegalites globales

EMPIRICAL STRATEGY

Our core empirical analysis is carried out at the US state level

Our dataset covers the period 1975-2014, a time range imposed upon us by the availability of patent data

Regressing top income inequality on innovativeness:

$$\log(y_{it}) = A + B_i + B_t + \beta_1(\text{innov}_{it-2}) + \beta_2 X_{it} + \varepsilon_{it}$$

INEQUALITY DATA

Data on share of income owned by the top 1% and the top 10% of income distribution are drawn from the US State-Level Income Inequality Database (Frank, 2009).

- Data based on IRS gross income measure, a broad measure of pre-tax income, including realized capital gains.

INNOVATION DATA

The US patent office (USPTO) provides complete statistics for patents granted between the years 1975 and 2014.

Information on the state of residence of the patent inventor, the date of application of the patent and a link to every citing patents granted before 2014.

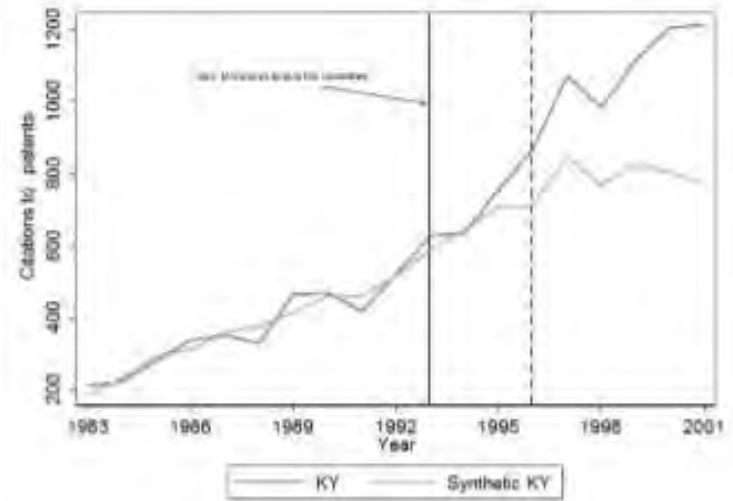
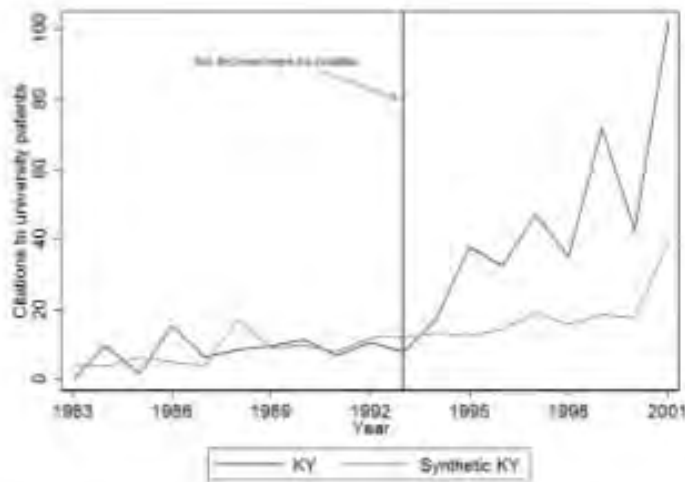
We use several measure of innovativeness

- Number of patents
- Corrected number of citations within 5 years
- Two composite quality measure from the OECD
- Number of patents in the top 5% and top 1% most cited in each year

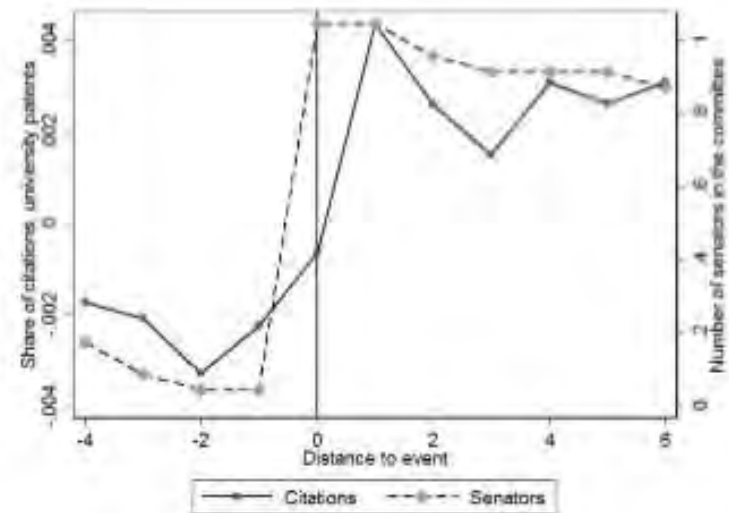
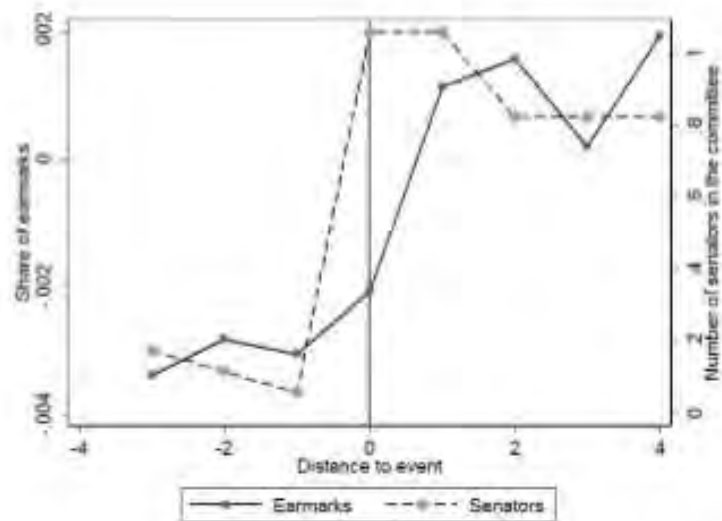
OLS regressions – Main results

Measure of Inequality Innovation	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Top 1%	Top 1%	Top 1 %	Top 1%	Top 1%	Top 1%
	Patents	Cit5	Qual4	Qual6	Top5	Top1
Innovation	0.018 (1.46)	0.032*** (3.63)	0.029** (2.29)	0.029** (2.13)	0.014*** (3.03)	0.008* (1.88)
Gdppc	-0.070 (-1.22)	-0.093 (-1.47)	-0.088 (-1.38)	-0.089 (-1.38)	-0.078 (-1.25)	-0.077 (-1.23)
Popgrowth	0.177 (0.20)	-0.027 (-0.03)	-0.042 (-0.04)	-0.034 (-0.03)	-0.061 (-0.06)	-0.047 (-0.04)
Sharefinance	0.003 (1.47)	0.004** (2.16)	0.004* (1.90)	0.004* (1.86)	0.004** (1.98)	0.003 (1.63)
Gvtsize	-0.000 (-0.14)	0.003 (0.78)	0.002 (0.53)	0.002 (0.49)	0.003 (0.84)	0.002 (0.60)
Outputgap	-0.005 (-1.17)	-0.006 (-1.32)	-0.005 (-1.14)	-0.005 (-1.14)	-0.006 (-1.25)	-0.005 (-1.09)
R ²	0.913	0.910	0.909	0.909	0.909	0.909
N	1836	1581	1581	1581	1581	1581

The McConnell effect



IV as an event study (1)



IV as an event study (2)

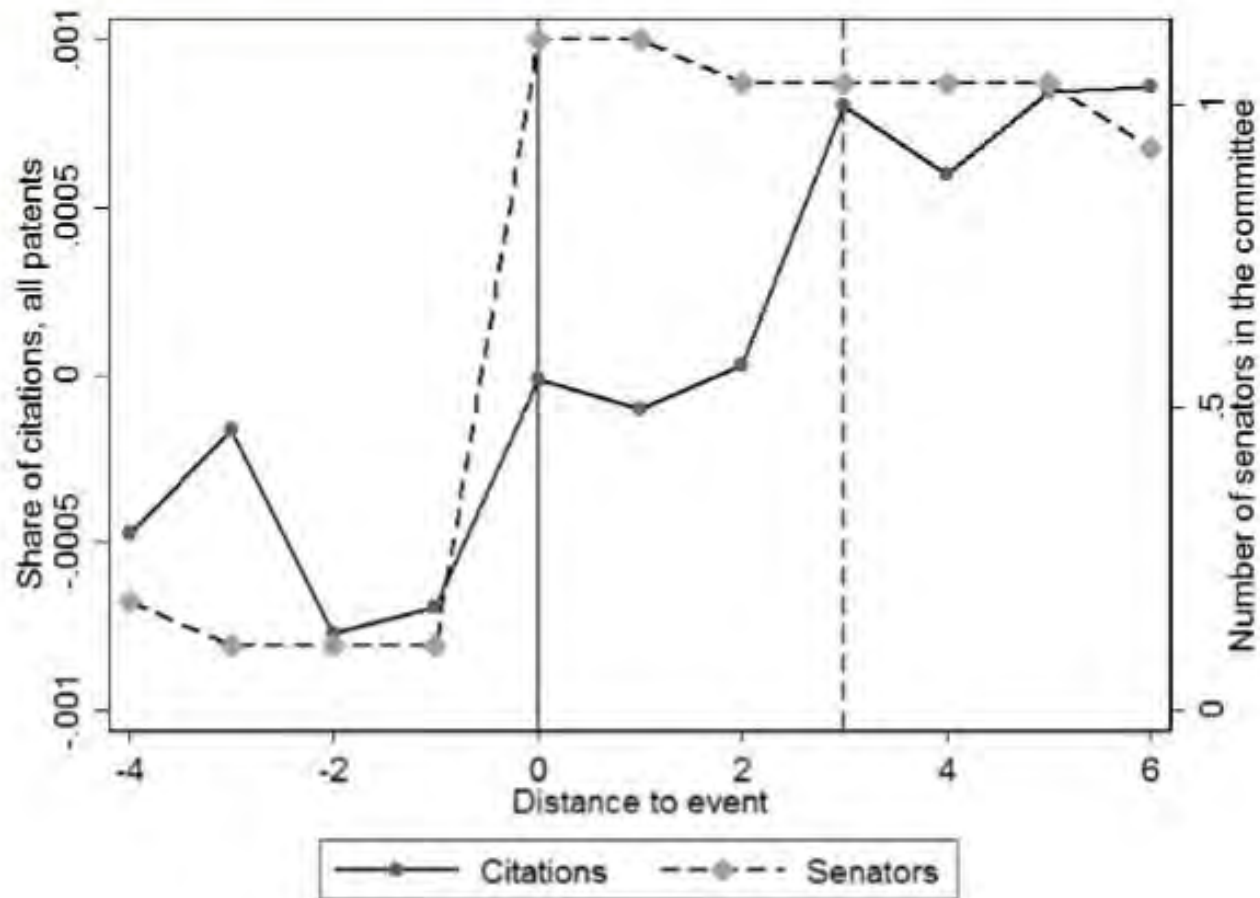
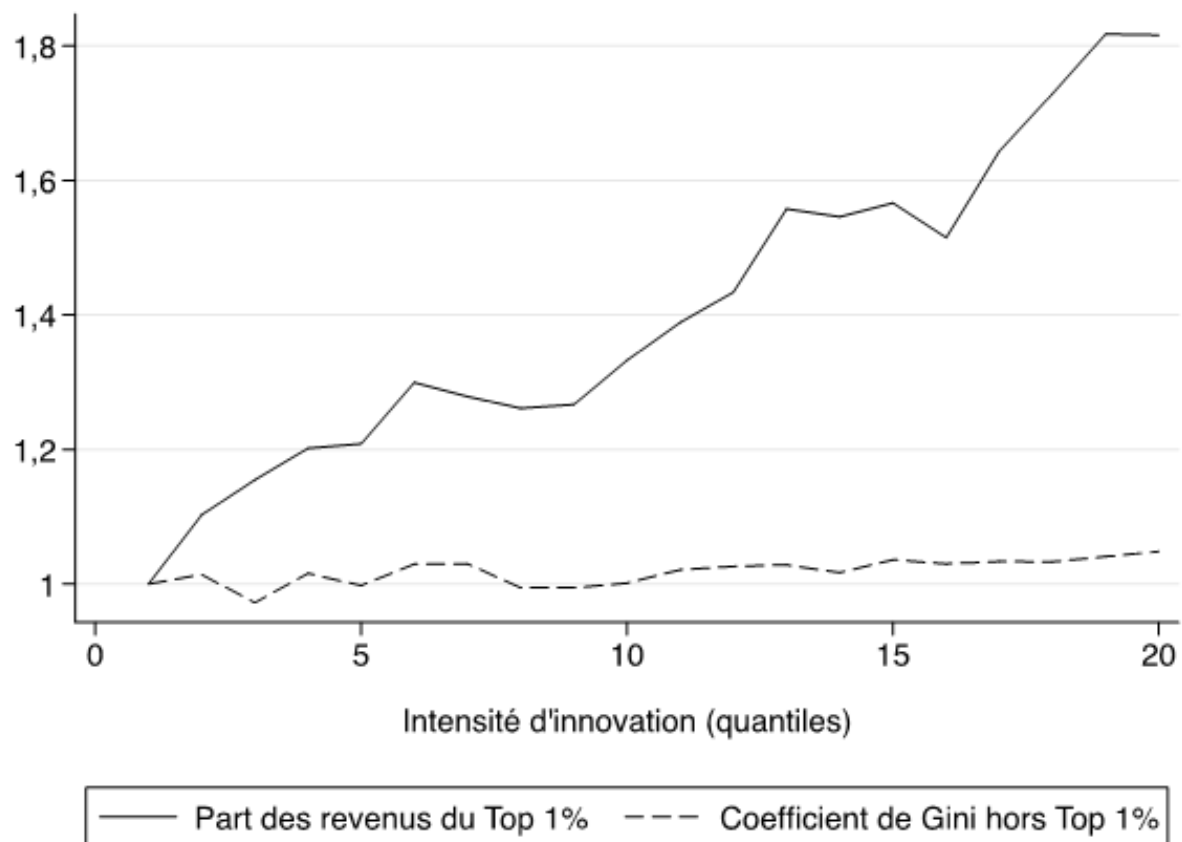
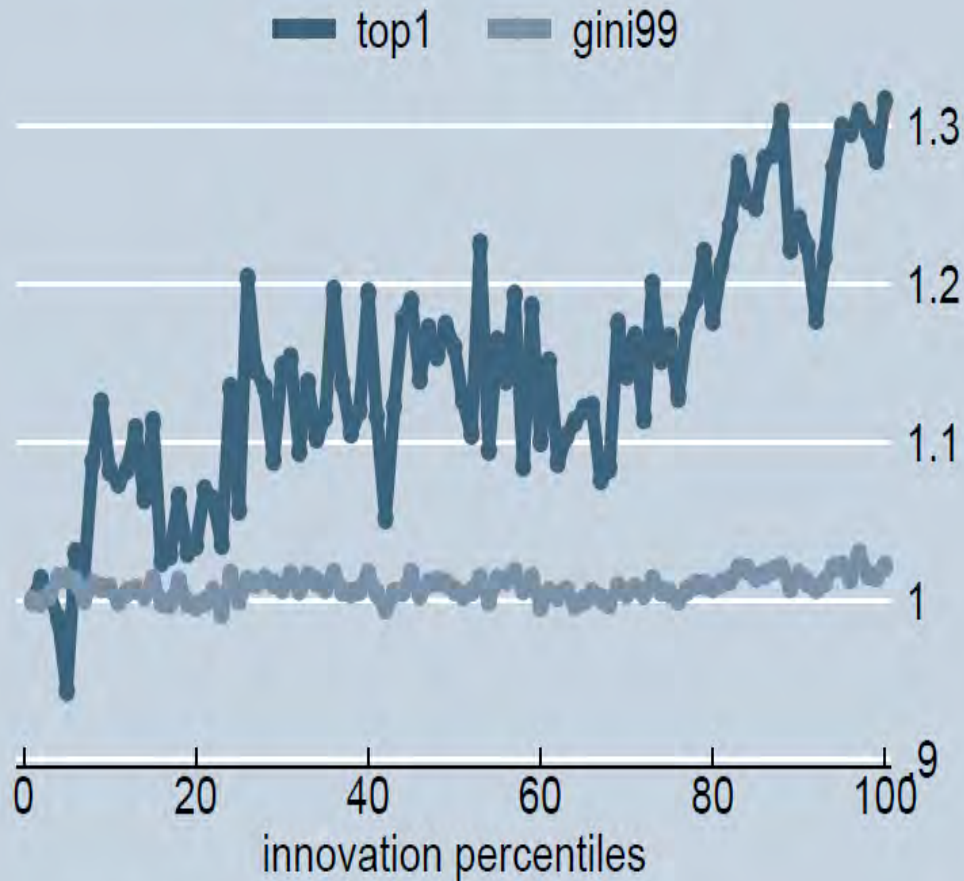


Figure 5 : Innovation, part des revenus du 1% et coefficient de Gini



Innovation and Inequality

Top 1% Share and Bottom 99% Gini



Source: Aghion et. al. (2015).

IV regressions – Main results with Appropriation Committee

Measure of Inequality Innovation	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Lag of instrument	Top 1% Patents 2 years	Top 1% Patents 3 years	Top 1% Cit5 2 years	Top 1% Cit5 3 years	Top 1% Qual4 2 years	Top 1% Qual4 3 years
Innovation	0.173 (1.57)	0.212* (1.75)	0.180* (1.88)	0.173** (1.99)	0.267* (1.78)	0.275* (1.84)
Gdppc	-0.094 (-0.88)	-0.131 (-1.13)	-0.228 (-1.61)	-0.229* (-1.71)	-0.215 (-1.52)	-0.233 (-1.61)
Popgrowth	0.266 (0.26)	0.321 (0.32)	0.062 (0.05)	0.038 (0.03)	0.085 (0.07)	0.073 (0.06)
Sharefinance	0.006* (1.76)	0.006* (1.87)	0.009** (2.10)	0.009** (2.19)	0.009** (1.98)	0.009** (2.00)
Gvtsize	-0.091 (-1.64)	-0.076 (-1.31)	0.005 (0.06)	0.008 (0.10)	-0.033 (-0.41)	-0.020 (-0.25)
Outputgap	-0.009 (-1.42)	-0.010 (-1.55)	-0.012 (-1.57)	-0.013* (-1.66)	-0.011 (-1.50)	-0.012 (-1.59)
Highways	0.020 (1.50)	0.023* (1.66)	0.026* (1.74)	0.028* (1.84)	0.027 (1.64)	0.030* (1.71)
Military	0.008* (1.77)	0.008* (1.79)	0.013* (1.87)	0.011* (1.79)	0.012* (1.88)	0.010* (1.74)
R ²	0.905	0.898	0.889	0.891	0.881	0.878
1 st stage F-stat	16.62	14.57	11.73	14.11	9.64	9.72
N	1798	1798	1548	1548	1548	1548

PLAN

- Comment mesurer les inegalites?
- L'innovation est une source d'inegalites
« au top »
- **L'innovation comme moteur de mobilite
social**
- Les limites de l'outil fiscal
- Le lobbying



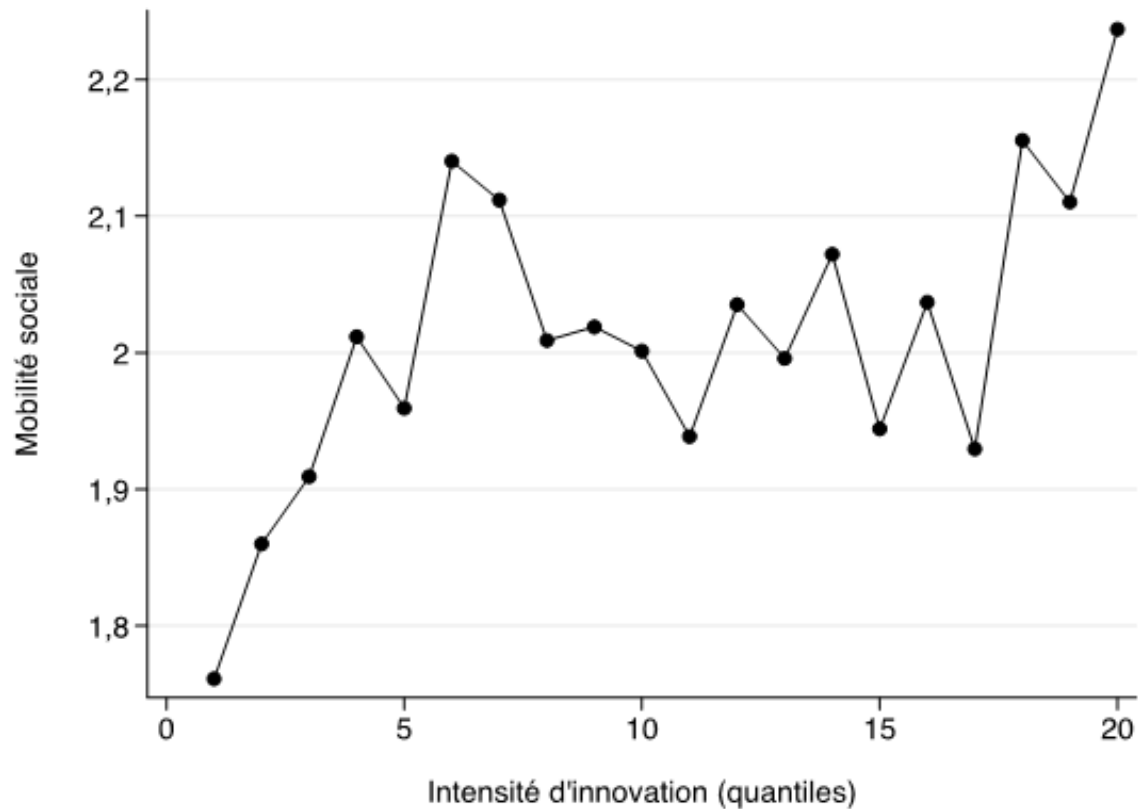
INNOVATION ET MOBILITE SOCIALE

Innovation and social mobility: data

- Social mobility data exist in cross-section at the commuting zone level (thanks to Chetty et al., 2015),
 - rank of children aged 30 in 2011-2012, income of parents in 1996-2000.
 - Measures of social mobility:
 - AM_{25} expected percentile of a child whose parents belonged to the 25th percentile (resp. 50th);
 - $P(1, 5)$: probability that a child is in quintile 1 when parents belonged to quintile 5.
 - Top 10 CZs in term of upward mobility include: San Jose, San Diego, San Francisco, Seattle, New York, Boston, Sacramento and Los Angeles.
 - Empirical strategy:

$$Mob_i = A + \beta_1 innov_i + \beta_2 X_i + \varepsilon_i.$$

Figure 6 : Innovation et mobilité sociale



Source : Aghion, Akcigit, Bergeaud, Blundell et Hémous (2019).

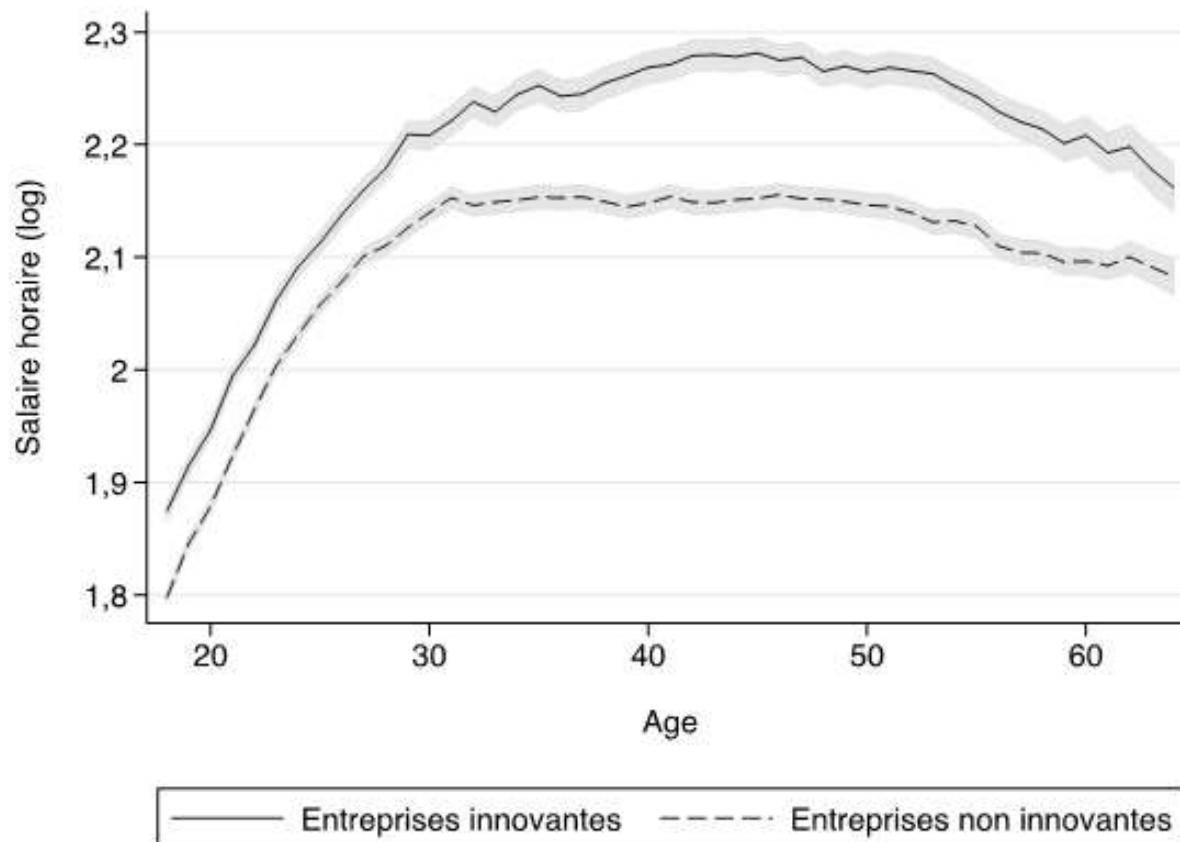
OLS regressions – CZ – Innovation on Mobility

Measure of Mobility Innovation	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
	AM25	P1-5	P2-5	AM25	P1-5	P2-5	P5
	Patents	Patents	Patents	Patents	Patents	Patents	Patents
Innovation	0.024*** (3.07)	0.108*** (3.13)	0.063*** (2.70)	0.019** (2.40)	0.073** (2.10)	0.046* (1.76)	0.022 (1.17)
Gdppc	-0.094* (-1.81)	-0.225 (-1.09)	-0.204 (-1.48)	-0.139*** (-3.33)	-0.384* (-1.84)	-0.356** (-2.39)	-0.271** (-2.31)
Popgrowth	0.177 (0.61)	0.603 (0.55)	0.711 (0.87)	0.236 (0.76)	0.588 (0.48)	0.731 (0.84)	0.611 (0.89)
Gvtsize	0.000 (1.43)	0.002 (1.30)	0.001 (0.84)	0.000 (0.06)	-0.000 (-0.19)	-0.001 (-0.77)	-0.000 (-0.37)
Participation Rate	0.600*** (3.76)	1.356** (2.19)	1.274** (2.45)	0.726*** (4.50)	2.067*** (3.22)	1.692*** (3.14)	1.087** (2.55)
School Expenditure	0.116** (2.07)	0.550** (2.65)	0.349** (2.20)	0.096* (1.81)	0.417** (2.05)	0.298* (1.91)	0.153 (1.36)
College per capita				0.081 (1.52)	0.075 (0.35)	0.081 (0.49)	0.119 (0.98)
Employment Manuf				-0.333*** (-3.43)	-1.566*** (-4.27)	-1.273*** (-4.18)	-0.677*** (-2.86)
R ²	0.201	0.182	0.163	0.243	0.215	0.211	0.160
N	637	645	645	546	546	546	546

Table 16: INNOVATION AND SOCIAL MOBILITY AT THE COMMUTING ZONE LEVEL. ENTRANTS AND INCUMBENTS INNOVATION AND LOBBYING

Dependent variable	AM25				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Measure of innovation	Cit5	Cit5	Cit5	Cit5	Cit5
Innovation					
by entrants	0.023** (0.009)		0.019* (0.009)	0.001 (0.007)	0.035*** (0.012)
by incumbents		0.016** (0.008)	0.006 (0.007)	0.001 (0.006)	0.004 (0.008)
Gdppc	-0.081 (0.057)	-0.047 (0.064)	-0.086 (0.058)	-0.058 (0.108)	-0.087 (0.054)
Popgrowth	-1.774** (0.821)	-1.847** (0.837)	-1.827** (0.863)	-3.428** (1.293)	-0.907 (0.968)
Finance	0.018 (0.018)	0.017 (0.019)	0.018 (0.019)	0.032 (0.025)	0.015 (0.021)
Government	0.035 (0.033)	0.039 (0.035)	0.035 (0.033)	-0.019 (0.023)	0.036 (0.040)
Participation Rate	0.225 (0.208)	0.199 (0.217)	0.203 (0.210)	0.896** (0.338)	-0.054 (0.217)
Tax	-0.001 (0.002)	-0.001 (0.002)	-0.001 (0.002)	0.001 (0.002)	-0.001 (0.001)
School Expenditure	0.010 (0.009)	0.007 (0.009)	0.009 (0.009)	0.015 (0.009)	0.013 (0.009)
Employment Manuf	-0.334*** (0.109)	-0.384*** (0.113)	-0.358*** (0.113)	-0.305*** (0.110)	-0.304** (0.125)
R ²	0.198	0.185	0.201	0.404	0.269
Observations	662	662	662	328	334

Figure 7 : Salaire moyen des travailleurs peu qualifiés



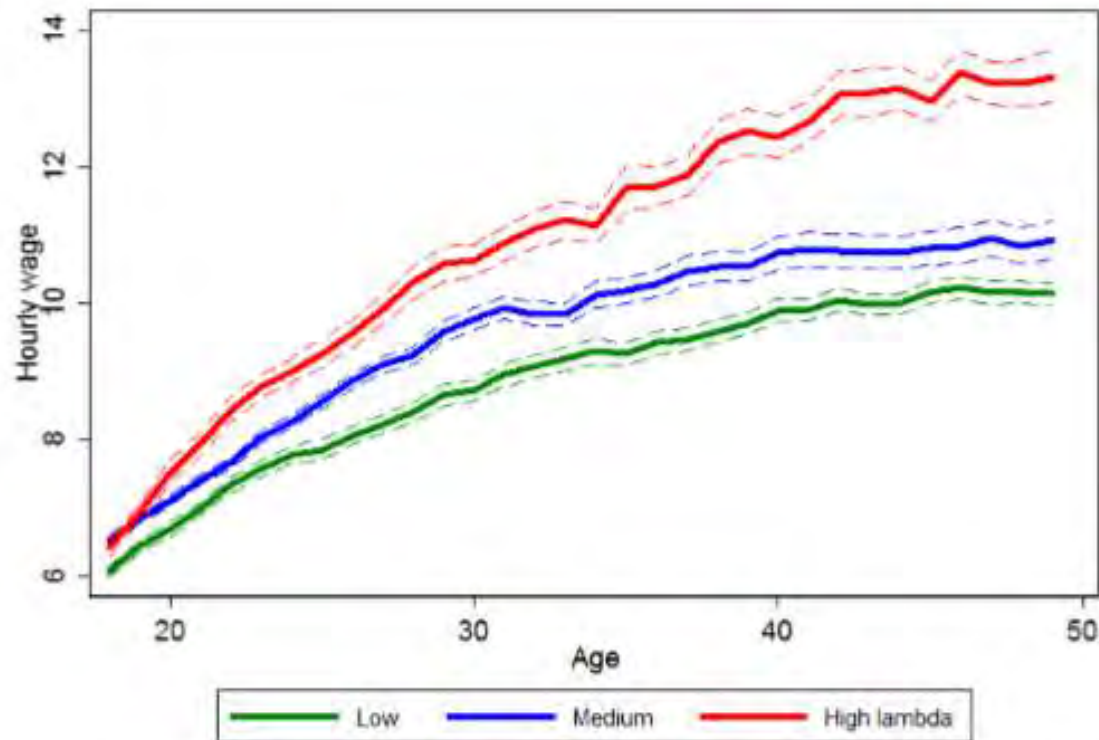
LES « BONS EMPLOIS »

Table: O*NET dimensions contributing to λ

O*NET Dimension	Weight
How important is being very exact or highly accurate in performing the job?	0.1191
How serious would be the result usually be if the worker made a mistake that was not readily correctable?	0.3377
What results do your decisions usually have on other people or the image or reputation or financial resources of your employer?	0.4395
How important is it to work with others in a group or team in this job?	0.3736
How responsible is the worker for work outcomes and results of other workers?	0.4004
How important is it to coordinate or lead others in accomplishing work activities in this job?	0.4425
How important is the following skill for your job: "Adjusting actions in relation to others action"?	0.4278

More wage progression for workers in high λ occupations

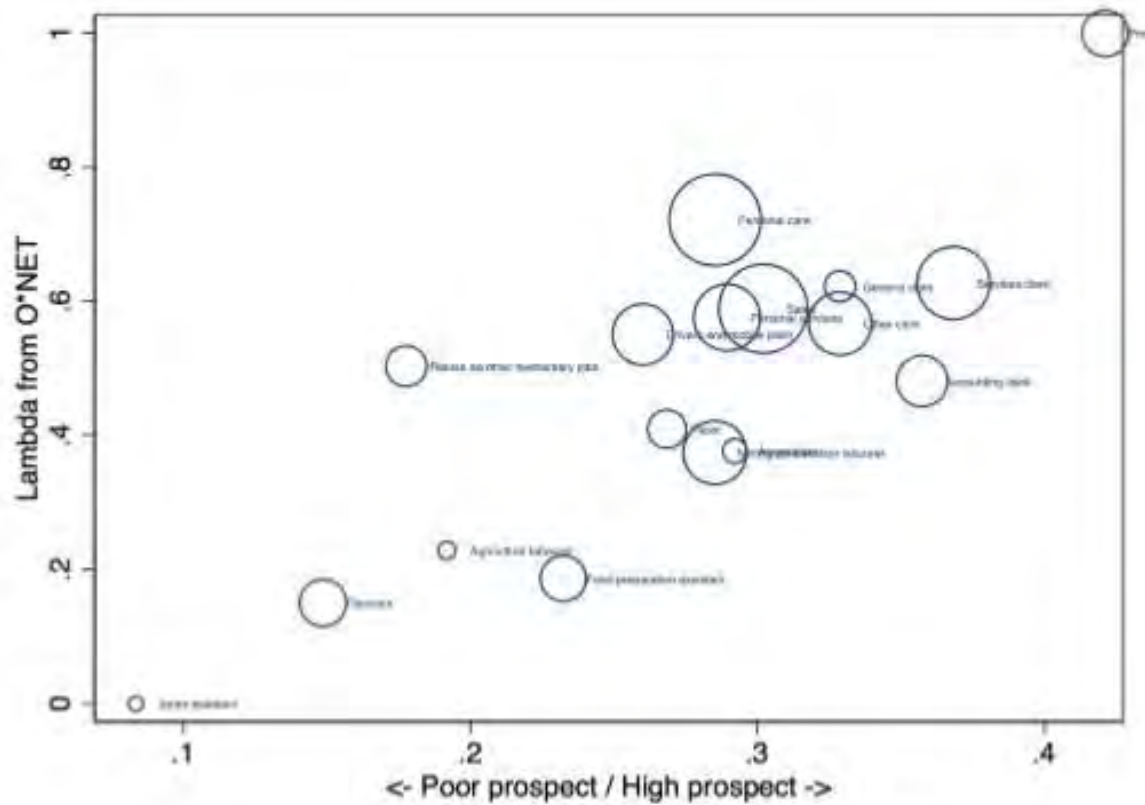
low-educated occupations only



Sample is male workers aged 18-49 in low-skilled occupations in private firms with 400+ employees

My job offers good prospects for career advancement

low-educated occupations



Workers in high λ occupations have longer tenure

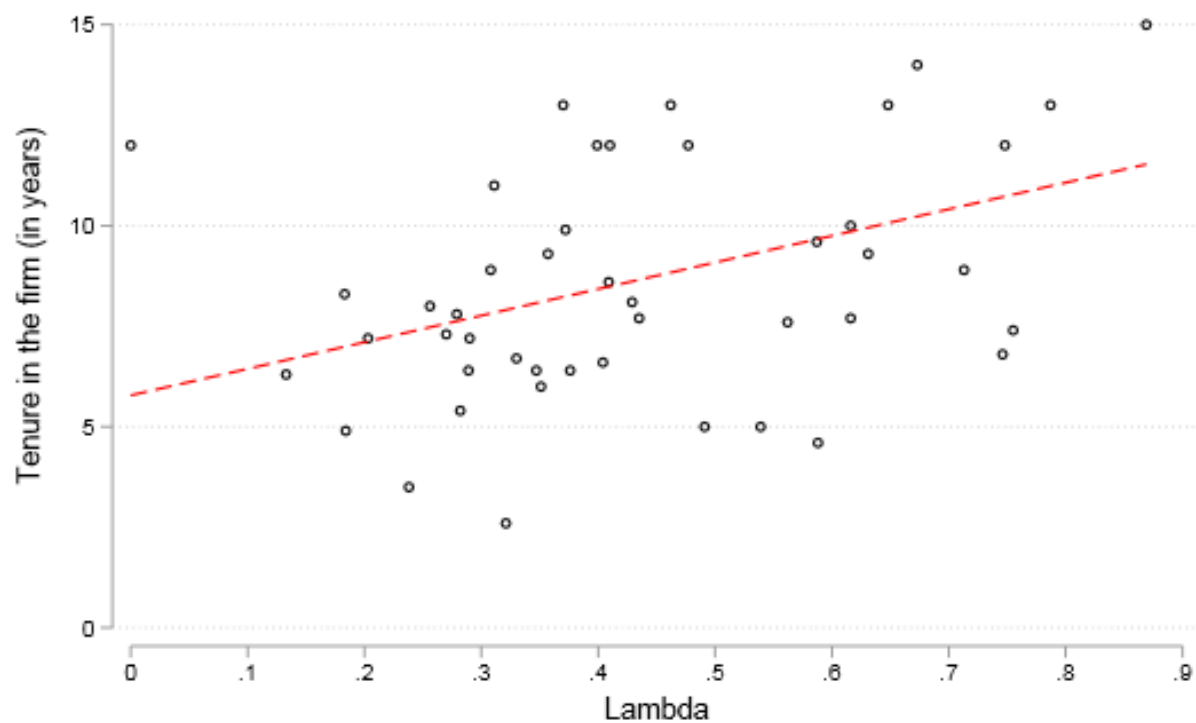
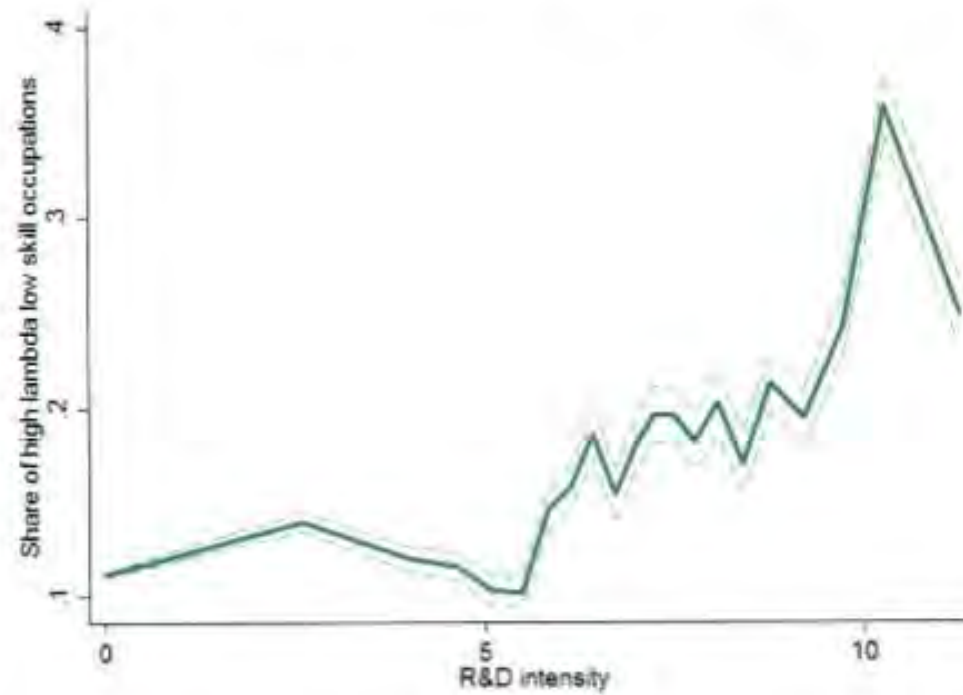


Figure: Share of high λ low skill occupations at different level of R&D intensity



CONCLUSION JUSQU'ICI

Plusieurs facons de mesurer les inegalites

Gini et mobilite sociale sont des mesures pertinentes

L'innovation est une source d'inegalites "top 1%", mais elle genere de la mobilite sociale et n'augmente pas les inegalites globales

Plan

- Comment mesurer les inegalites?
- L'innovation est une source d'inegalites « au top »
- L'innovation comme moteur de mobilite social
- **Les limites de l'outil fiscal**
- Le lobbying

La mobilité des revenus en France

Méthode:

On classe les individus en 100 groupes (ou « percentiles ») pour deux périodes:

- Une première fois dans l'année d'origine, par exemple 2006.
- Une deuxième fois dans l'année de destination, par exemple 2017.

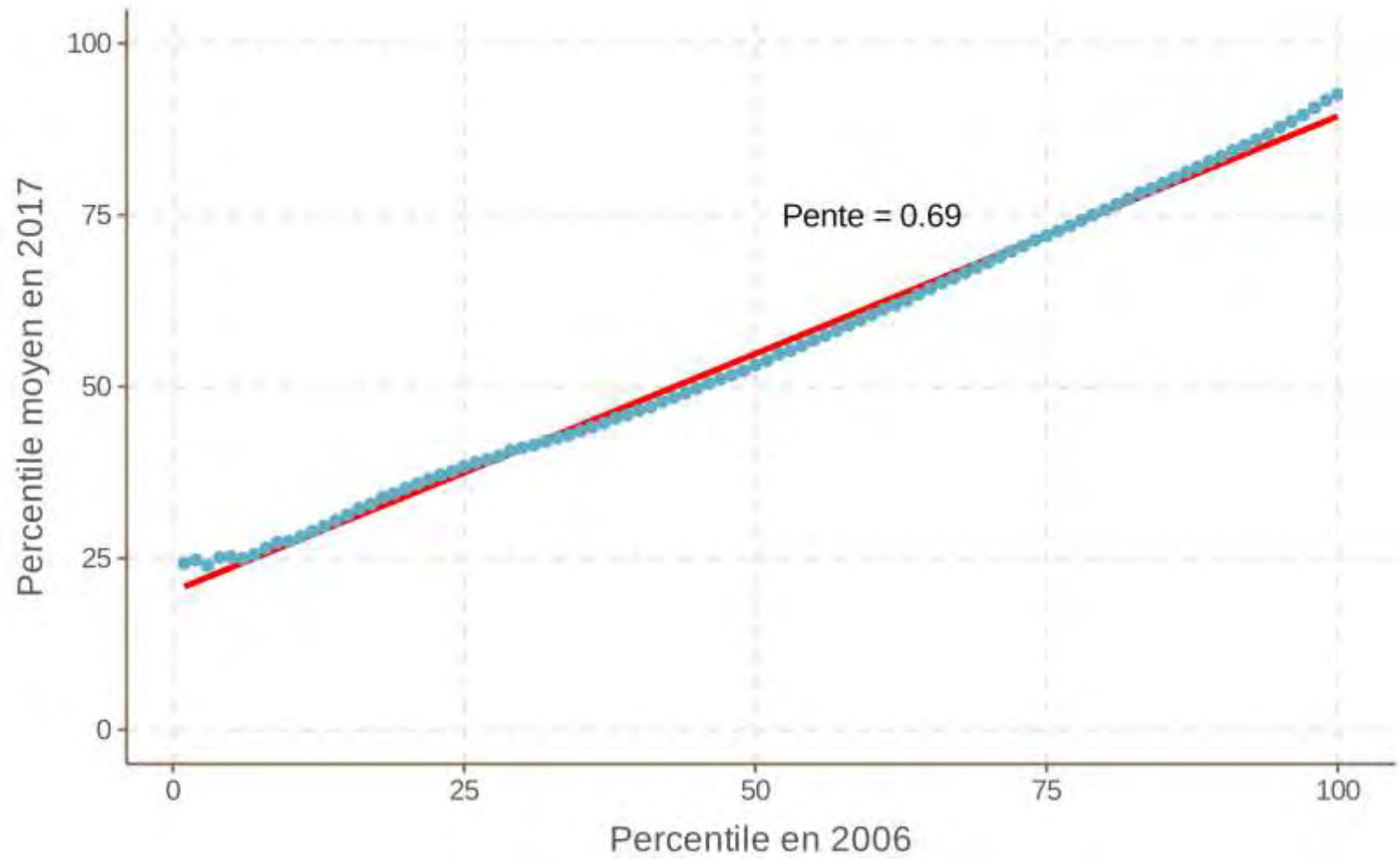
On calcule ensuite pour chaque position (« percentile ») dans l'année d'origine, la position moyenne dans la période de destination.

La mobilité des revenus en France

Interprétation:

Plus on observe une relation forte entre les revenus d'hier et d'aujourd'hui, plus la position des individus dans l'échelle des revenus est persistante.

Graphiquement, plus la courbe est verticale plus on observe de la persistance dans la position des individus au cours du temps. On dit également qu'il y a une forte corrélation entre les deux positions, indiquée par la pente de la courbe.



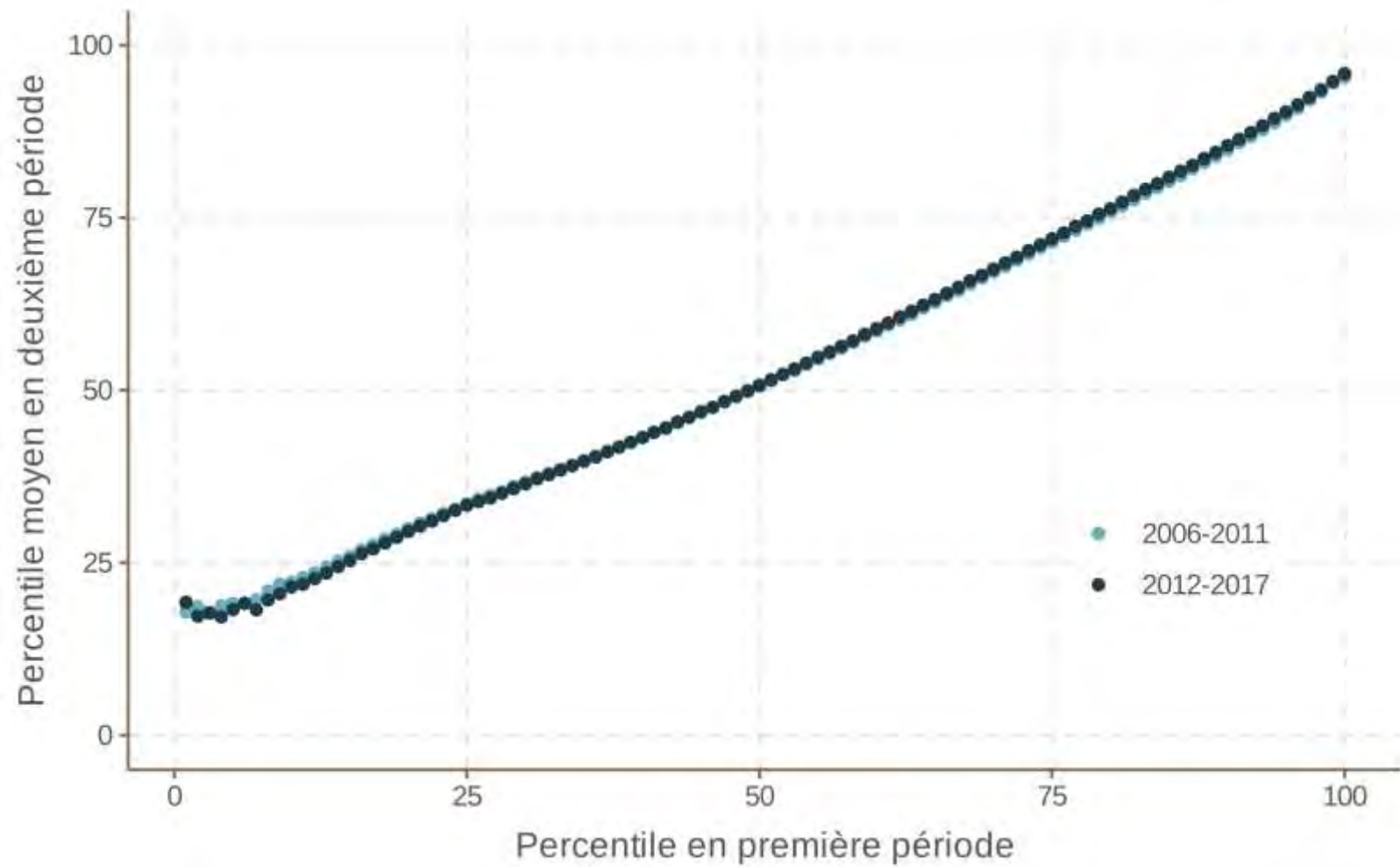


Figure 17 : Taux de taxation de la tranche supérieure et part des inventeurs demeurant dans le pays d'origine

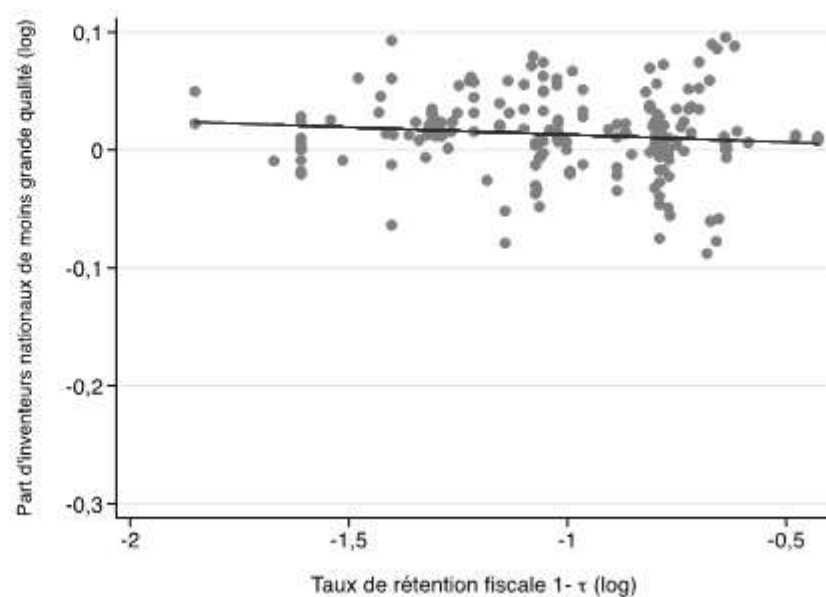
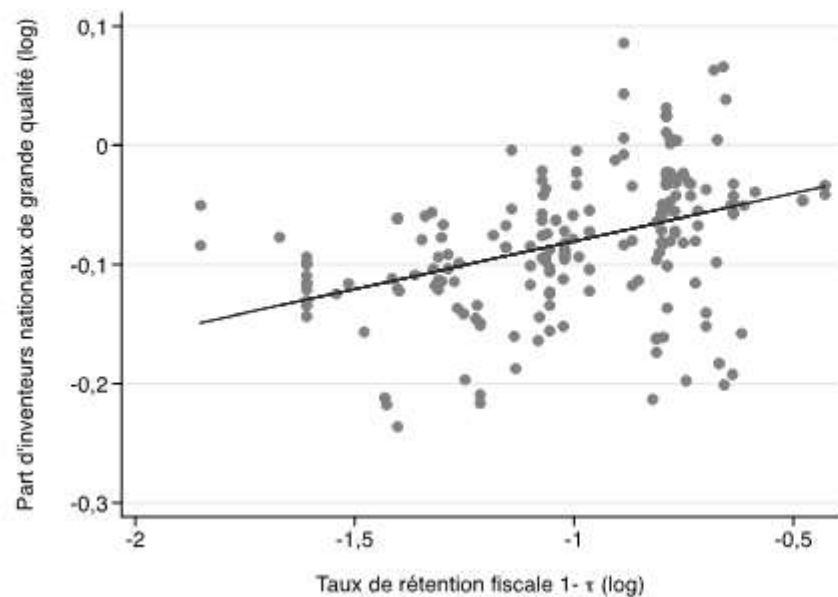
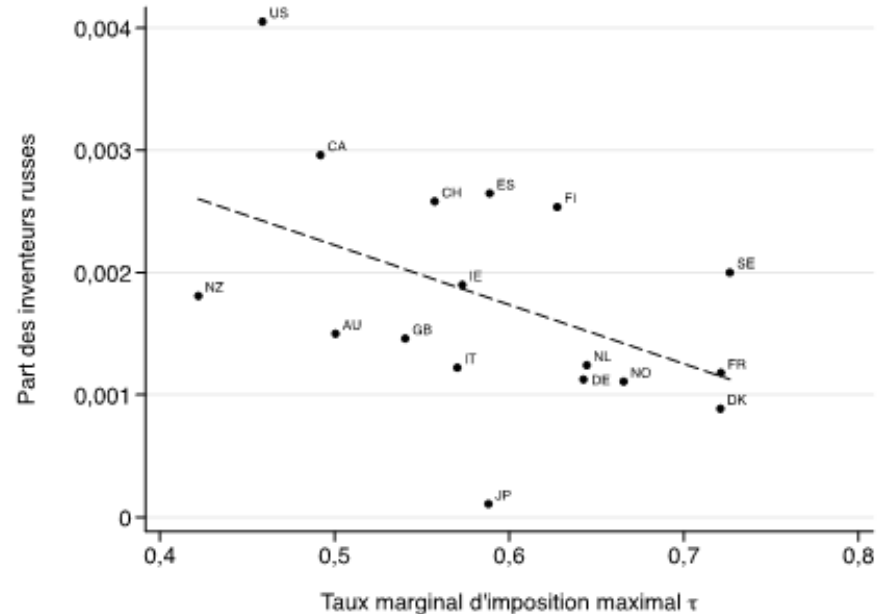
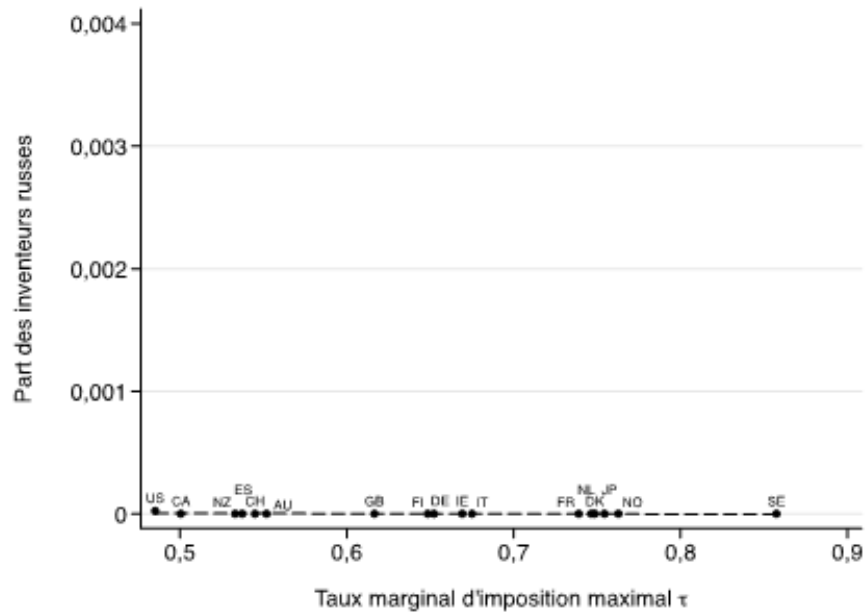
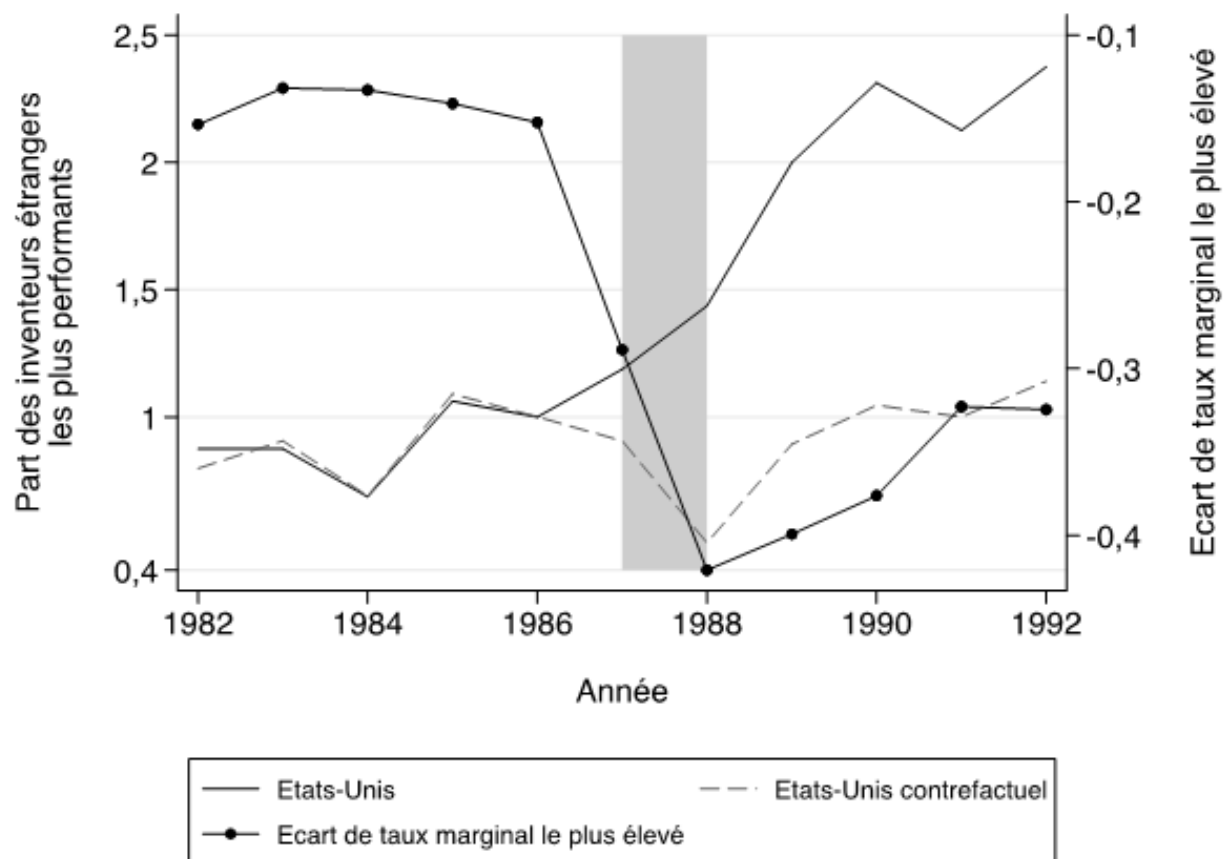


Figure 18 : Taux d'imposition et migration des inventeurs russes



Source : Akcigit, Baslandze et Stantcheva (2016).

Figure 19 : Réforme fiscale de 1986 et inventeurs étrangers aux Etats-Unis



Taxation and Innovation in the 20th Century

Ufuk Akcigit (Chicago)

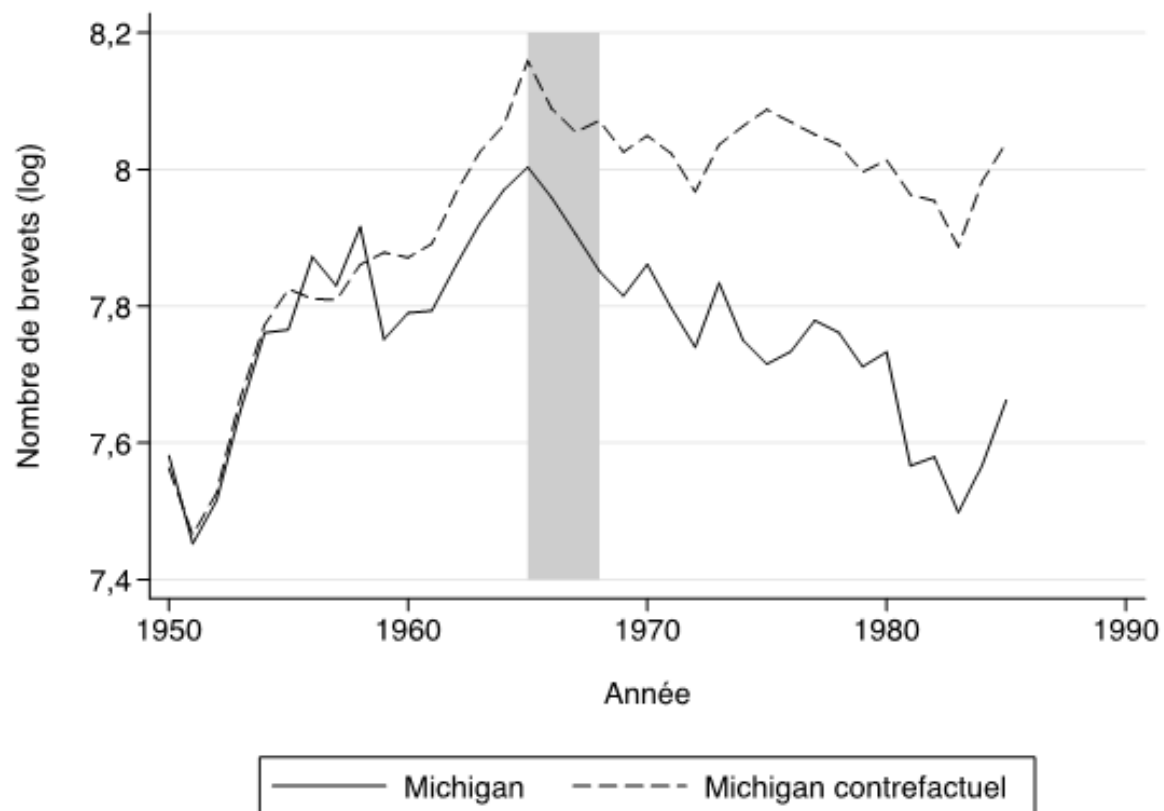
John Grigsby (Chicago)

Tom Nicholas (Harvard Business School)

Stefanie Stantcheva (Harvard)

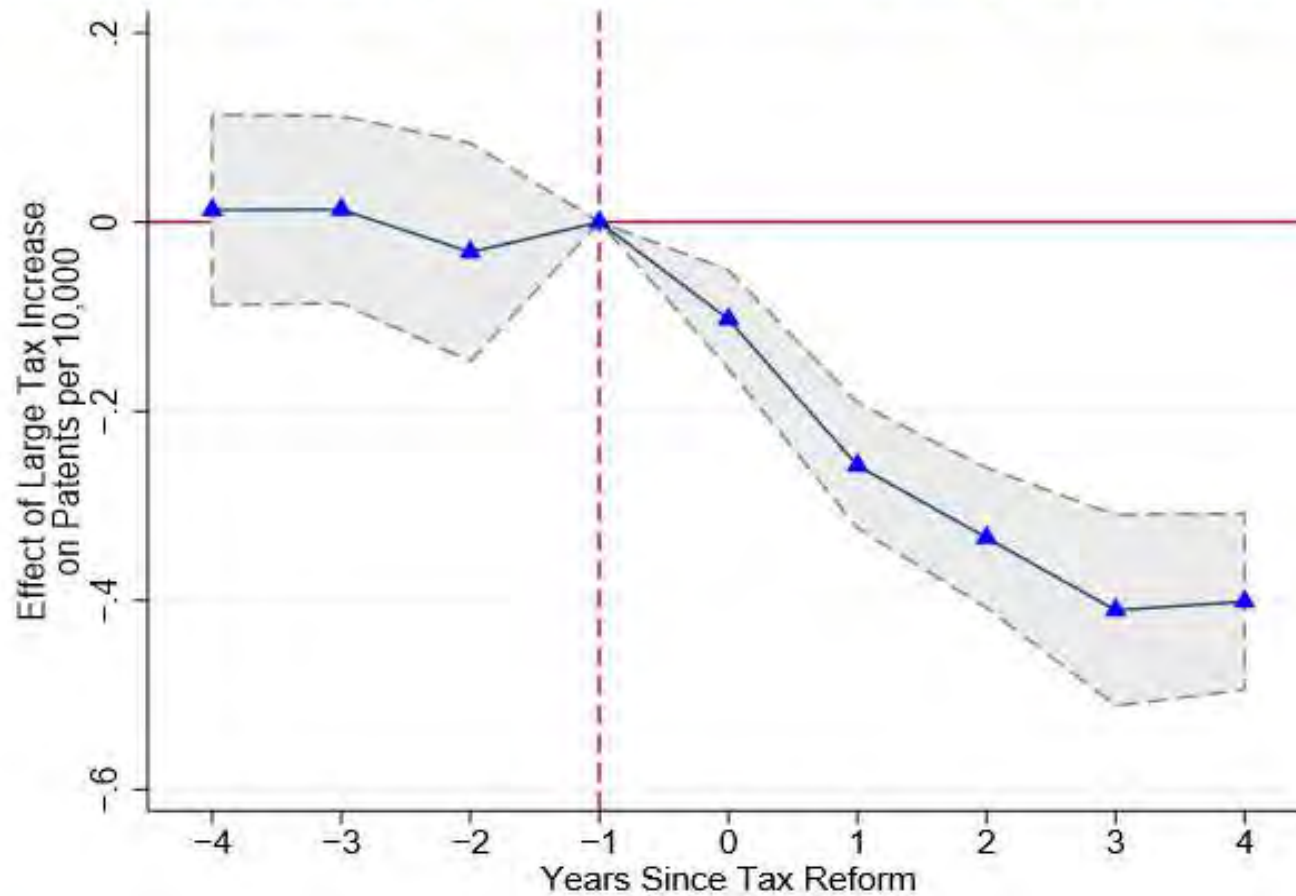
- We leverage three newly constructed datasets for the U.S.:
 - i) Panel of the universe of U.S. inventors since 1920 and their patents.
 - ii) Panel of all R&D labs (employment, location, patents) since 1921.
 - iii) Historical state-level corporate tax database.
- Study systematically the effects of **personal and corporate income taxes** since 1920 on:
 - i) Individual inventors (micro level).
 - ii) Firms that do R&D (micro level).
 - iii) Innovation in states (macro level).

Figure 20 : Étude de cas d'une réforme fiscale : Michigan 1967-68



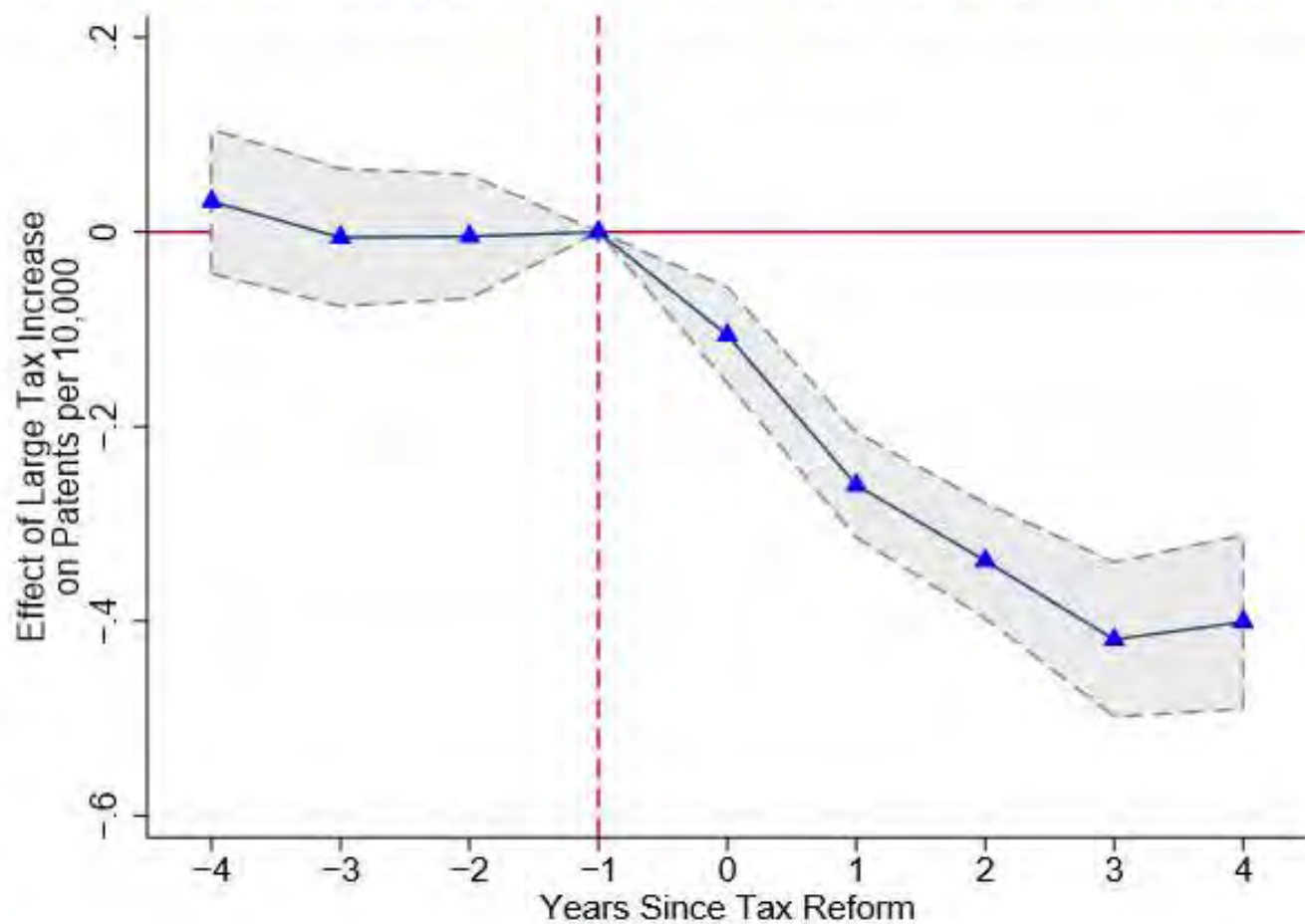
Source : Akcigit, Grigsby, Nicholas et Stantcheva (2018).

Event Study: Large Personal Tax Changes on Patents



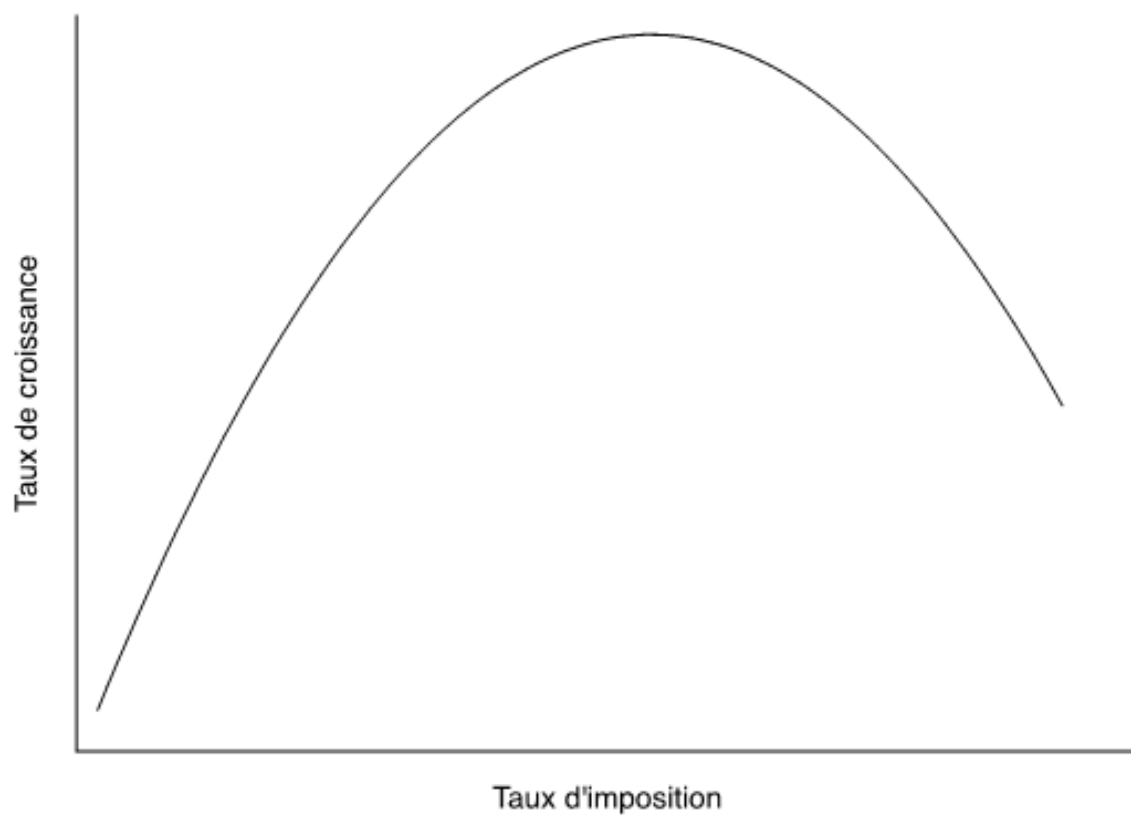
$\Delta T^y = 6.85$ pp increases, 3.6 pp decreases.

Event Study: Large Corporate Tax Changes on Patents



$\Delta T^c = 14.8$ pp increases, 9.3 pp decreases.

Figure 21 : Relation en U inversé entre fiscalité et croissance



Source : D'après Aghion, Akcigit, Cagé et Kerr (2016)

Figure 14 : Evolution du nombre de dépôts de brevets par million d'habitants

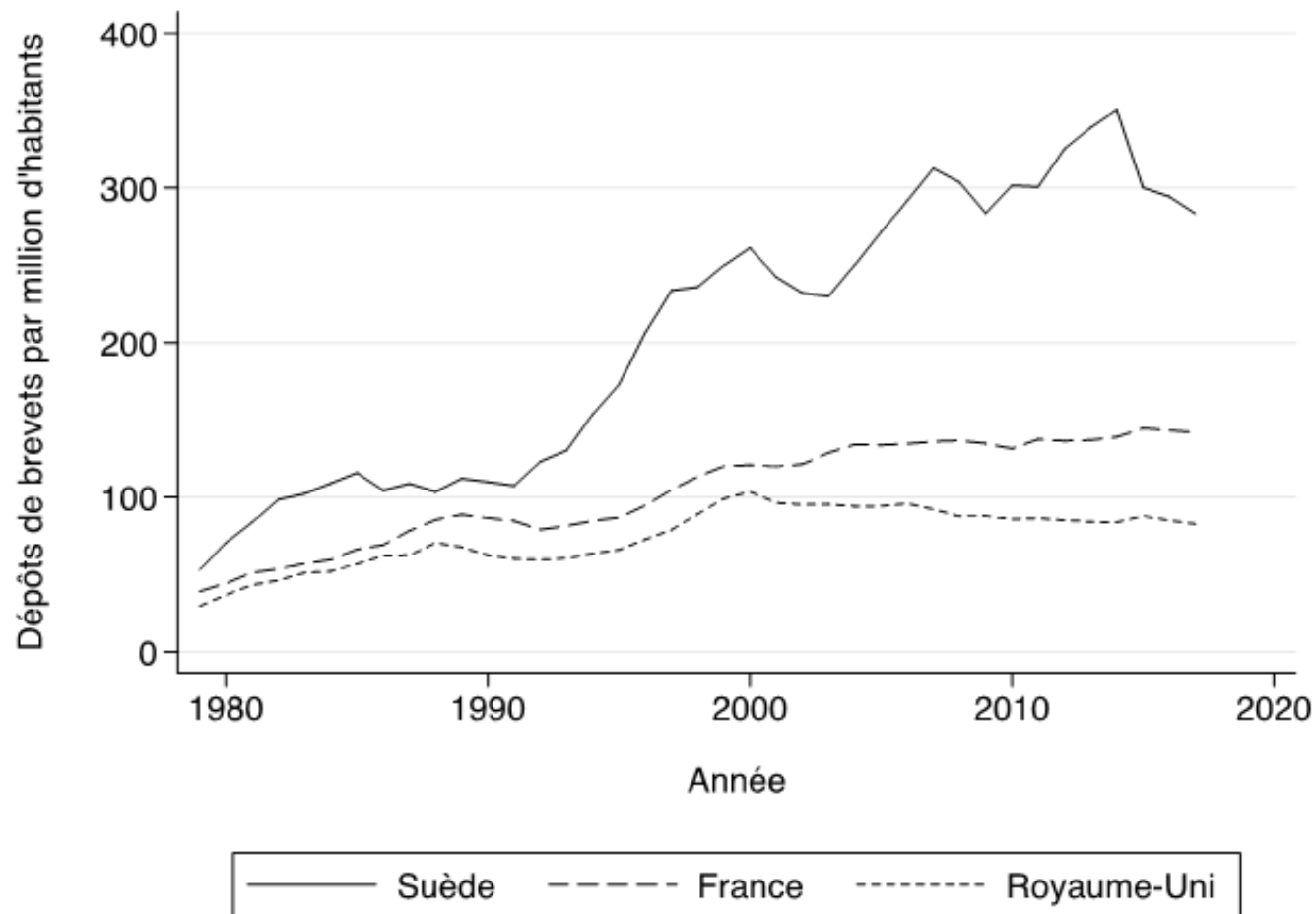


Figure 15 : Evolution de la part du « top 1 % » en Suède

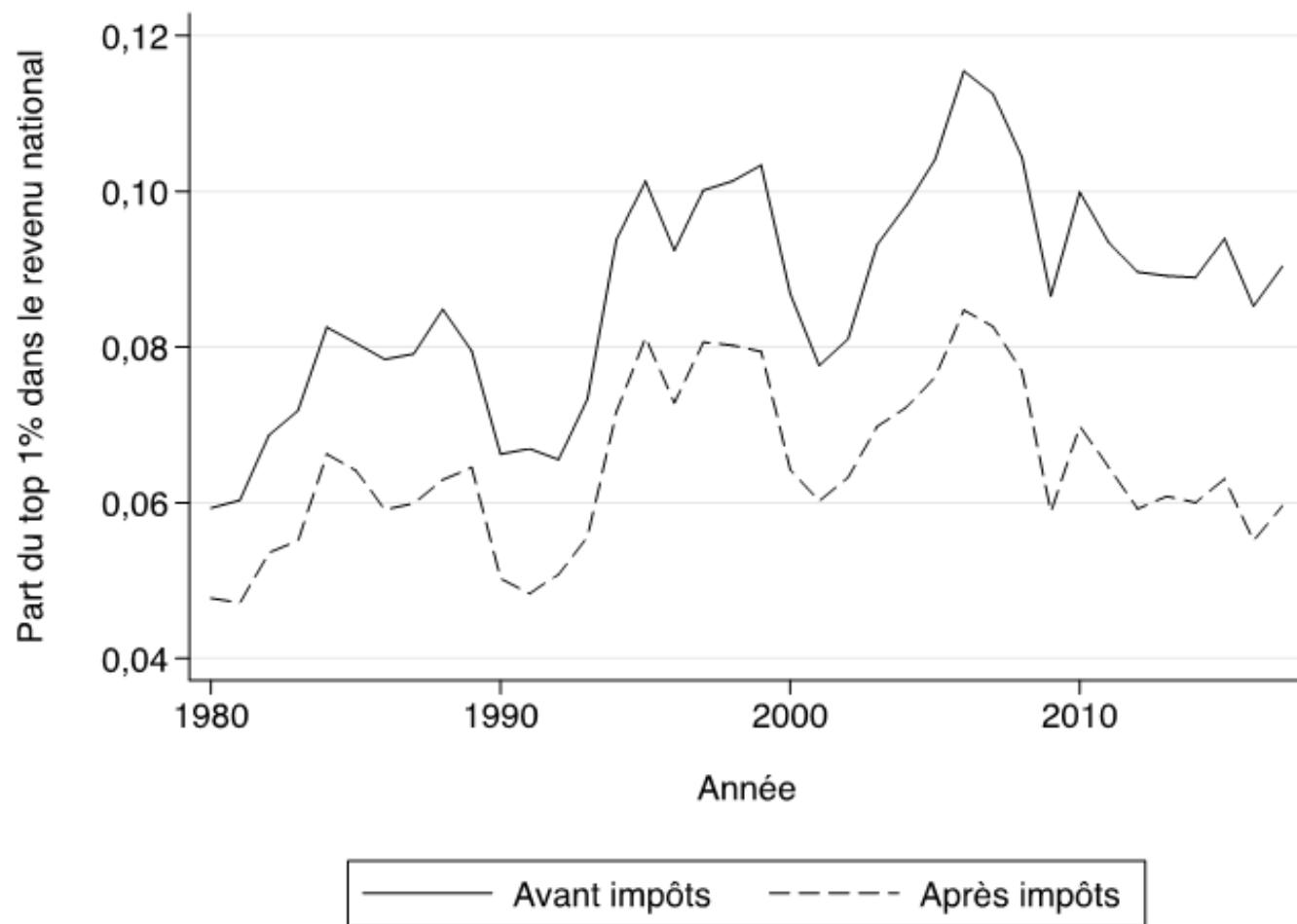
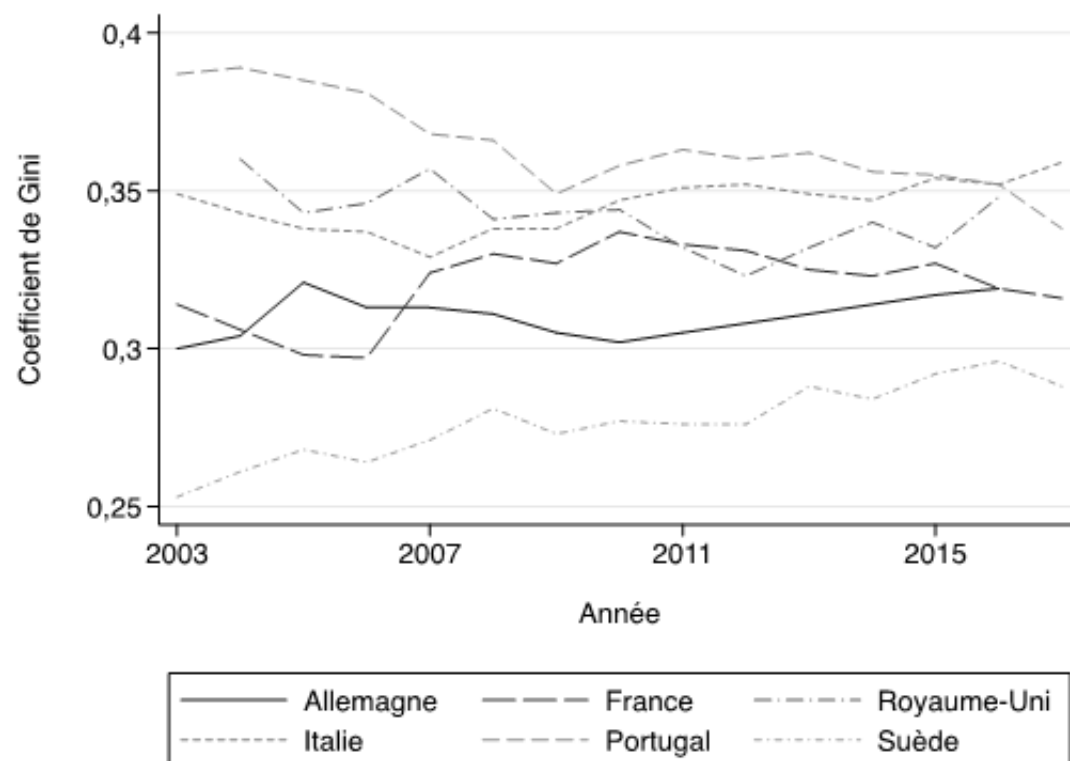


Figure 16: Evolution du coefficient de Gini au sein des pays européens



Source : Banque Mondiale.

Plan

- Comment mesurer les inegalites?
- L'innovation est une source d'inegalites « au top »
- L'innovation comme moteur de mobilite social
- Les limites de l'outil fiscal
- **Le lobbying**

Plan

- .Préambule
- .L'utilité des lobbys
- .L'impact des lobbys

Plan

.Préambule

.L'utilité des lobbys

.L'impact des lobbys

Définition

•Le terme « lobby » désigne un hall, plus spécifiquement, au XIXème siècle il désigne les couloirs de la Chambre des Communes anglaise où les membres des groupes de pression venaient discuter avec les parlementaires. Il désigne donc initialement des discussions informelles.

•Le lobbying comprend « toutes les communications orales ou écrites avec un titulaire d'une charge publique en vue d'influencer ou pouvant raisonnablement être considérées, par la personne qui les initie, comme étant susceptibles d'influencer la prise de décisions [...] », Assemblée nationale du Québec, 2002.

•Dans la plupart des pays, les activités de lobbying sont maintenant réglementées et recensées.

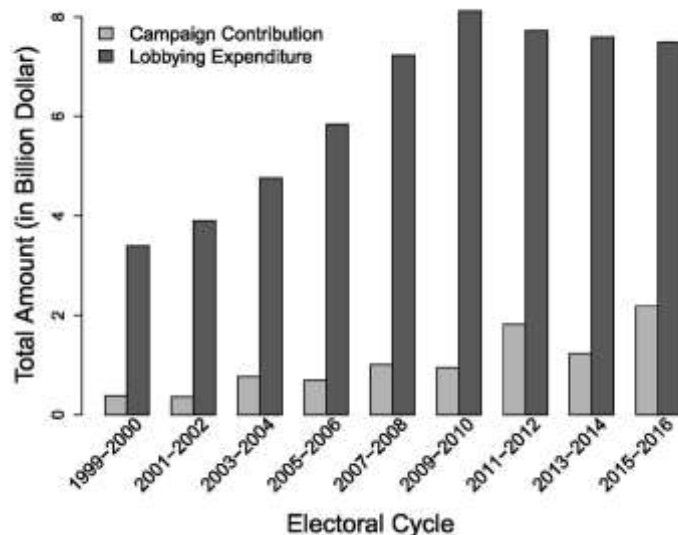
Une opinion publique hostile



.Le lobbying est très mal perçu par l'opinion publique : 53% des américains considèrent les lobbys comme un « très grand problème », alors que seulement 38% a la même opinion pour l'immigration clandestine (enquête du Pew Center).

.60% des Américains considèrent la conscience éthique des lobbyistes peu ou très peu élevée, contre 25% pour les banquiers (Gallup annual survey).

Des montants exorbitants



Source: Huneus et Kim (2019)

•Le lobby est une des principales possibilités pour des groupes d'intérêts d'accéder et d'influencer les sphères décisionnelles.

•Aux États-Unis, il représente maintenant plus de 3 milliards de dollars de dépenses par an.

•En Europe, le lobby est divisé entre le lobby auprès de la Commission Européenne/Parlement Européen et les lobbys aux niveaux nationaux.

•Le lobbying auprès des institutions européennes représente 1.14 milliards de d'euros par an.

La réglementation du lobbying

• Les États-Unis sont les pionniers en matière de réglementation des lobbys. Le *Federal Regulation of Lobbying Act* de 1946 oblige tous les lobbyistes à s'enregistrer auprès du Sénat. Le *Lobbying disclosure Act* de 1995 a rendu ce registre publique, et maintenant accessible en ligne.

• Le *Honest Leadership and Open Government Act* de 2007 amende et complète les deux précédents en y ajoutant des règles sur la transparence de la vie politique (par exemple, l'interdiction de cadeaux des lobbyistes aux décideurs politiques, les interdictions aux anciens élus de devenir lobbyistes dès la fin de leur mandats etc.)

• L'Union Européenne a un accord interinstitutionnel entre le Parlement européen et la Commission européenne qui exige l'enregistrement en ligne des lobbyistes seulement depuis 2011.

La réglementation du lobbying (2)

• Les réglementations au niveau des pays membres sont très hétérogènes. Un registre obligatoire existe en France, Irlande, Lituanie, Autriche, Pologne et Slovénie.

• En Allemagne, Croatie, Italie, Royaume-Uni et Roumanie des registres existent, mais aucune obligation légale ne force les lobbyistes à s'y inscrire. Les autres pays de l'UE n'ont pas de registres officiels.

• En France, la Haute Autorité pour la Transparence de la Vie Publique, autorité administrative indépendante créée en 2013, inaugure le registre obligatoire des représentants d'intérêts en 2017.

Qui fait du lobbying ?

Table 3: Regression of lobbying expenditure on firm characteristics

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Turnover	0.153*** (0.000)	0.119*** (0.000)	0.136*** (0.000)	0.134*** (0.000)	0.152*** (0.000)	0.168*** (0.000)	0.182*** (0.002)
Employees		0.006*** (0.001)	0.006*** (0.002)	0.005** (0.019)	0.011*** (0.001)	0.010*** (0.001)	0.016* (0.065)
Profit margin			0.008* (0.060)	0.008* (0.057)	0.029*** (0.001)	0.029*** (0.001)	0.036*** (0.003)
Patents				0.000** (0.027)	0.000 (0.599)	0.000 (0.418)	-0.000 (0.800)
Productivity					-0.091** (0.019)	-0.093** (0.015)	-0.174*** (0.004)
Dummy non-tradable sect						0.518** (0.032)	
Regulation intensity							12.753* (0.090)
Constant	8.963*** (0.000)	9.240*** (0.000)	8.939*** (0.000)	8.958*** (0.000)	8.460*** (0.000)	7.945*** (0.000)	7.912*** (0.000)
Observations	1,215	909	811	811	284	284	135
Adj. R ²	0.09	0.08	0.10	0.10	0.23	0.24	0.33

Note: * p<0.1 ** p<0.05 *** p<0.01. Standard errors in brackets.

Looking at profitability, productivity, and various indicators of competition in a sector, the regression results seem to support the notion that firms from protected sector lobby more than other firms. First, more profitable firms, as measured by our profit margin indicator (i.e.

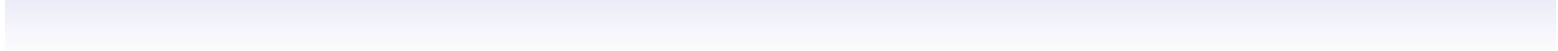
• Dans l'UE, plus de la moitié des lobbyistes enregistrés sont des représentants internes, groupements professionnels et syndicats. Plus d'un quart sont des ONG (Transparency Register).

• Les plus grandes entreprises en terme de chiffre d'affaire sont celles qui font le plus recours au lobbying.

• Les entreprises qui font massivement recours au lobbying ont en moyenne une productivité plus basse que les autres mais également une marge de profit plus élevée.

• Il y a plus de dépenses en lobbying dans les secteurs plus régulés (secteurs où il y a donc moins de concurrence).

Source : Dellis and Sondermann (2017)



**Connecting to Power:
Political Connections, Innovation,
and Firm Dynamics**

Ufuk Akcigit
UChicago

Salomé Baslandze
EIEF

Francesca Lotti
Bank of Italy

Data

Individual Level

Registry of Local Politicians (RLP)

Source: Ministry of the Interior.

- Universe of local politicians (regional, province, municipality level) 1985-2014.
- Demographics, education, position attributes, party affiliation.

Elections Data

Source: Ministry of the Interior + own data collection.

- Local elections (regional, province, municipality) 1993-2014.
- Candidates, parties/coalitions, allocation of votes and seats.
- Identify marginally contested elections and its winners and losers.

Social Security Data

Source: INPS

Universe of private sector (except agriculture), 1985-2014.

Individual level:

Demographics,
Employment history,
Labor income,
Job characteristics.

Firm-level:

Entry/exit
Size
Worker characteristics,
Industry,
Location.

Firm Level

Firm-level Data

Source: Cerved.

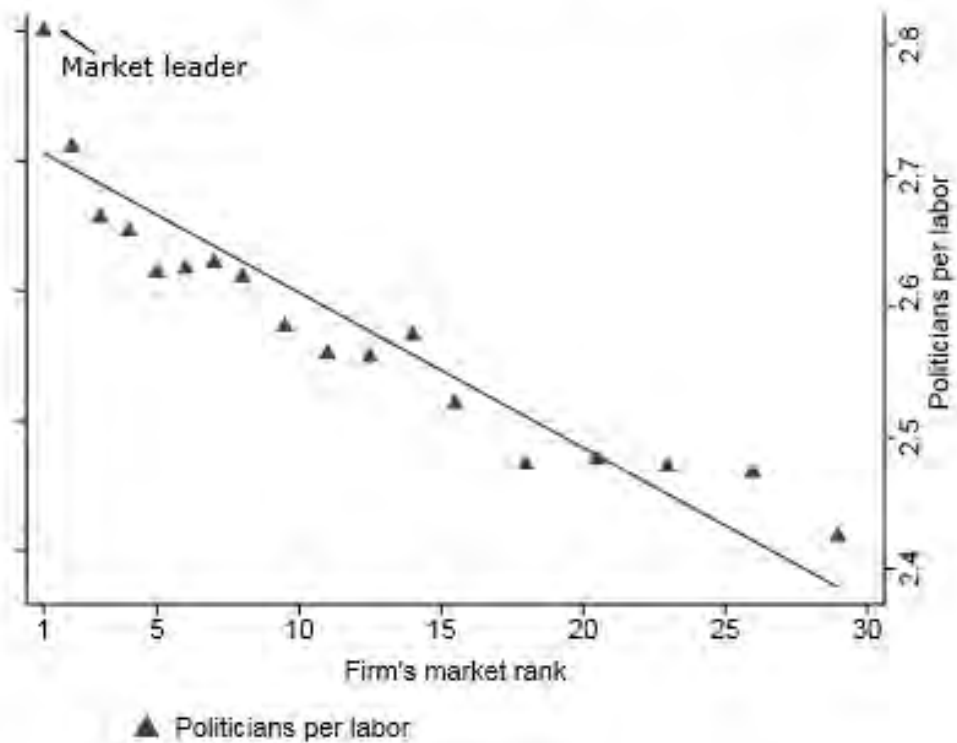
- Universe of limited companies, 1993-2014.
- Balance sheet, income statement, measure of firm's credit worthiness.

Patent Data

Source: PATSTAT.

- All EPO patents filed by Italian firms in 1990-2014.
- Patent characteristics: patent families, grant status, technology classification, citations received, claims.

Market Leadership, Innovation and Political Connection



Plan

.Préambule

.L'utilité des lobbys

.L'impact des lobbys

L'utilité des lobbys

.Une des grandes questions de la littérature empirique est de comprendre si les lobbys fournissent des expertises enrichissantes aux décideurs ou s'ils exploitent uniquement à leur profit leurs connaissances. Pour cela on distingue deux types de lobbyistes.

.Un lobby est *connecté* (il a un accès privilégié à un décideur politique) s'il a lui-même eu une charge politique dans le même parti ou s'il a contribué à une de ses campagnes électorales.

.Un lobbyiste est *spécialisé* s'il concentre ses missions sur un nombre réduit de thèmes, on considère qu'il a donc un réel pouvoir informatif.

.Le deuxième type de lobbyiste, contrairement au premier, a une certaine utilité sociale.

L'utilité des lobbys

- Il n'y a pas de données reliant de façon systématique un lobbyiste à un politique.
- Bertrand, Bombardini et Trebbi (2014) récupèrent les données de contributions de campagne, pour connaître le lien entre chaque lobbyiste et chaque politique. Ils retracent également les liens professionnels entre les deux parties.

Lobbyistes connectés et lobbyistes informés

•La part de lobbyistes connectés et très connectés a augmenté dans le temps.

•Parmi les lobbyistes externes, 54% sont connectés en 2008.

Appendix Table A8: Dollar Shares Across Lobbyists' Types

Full Sample Shares						
Year	Total Lobbying	Connected	Very Connected	Specialist	Not Connected Specialist	Connected Not Specialist
1999	\$ 1,650,000,000	37%	14%	22%	13%	28%
2000	\$ 1,760,000,000	37%	13%	19%	12%	29%
2001	\$ 1,820,000,000	38%	14%	19%	11%	30%
2002	\$ 2,040,000,000	37%	14%	18%	11%	30%
2003	\$ 2,430,000,000	42%	17%	18%	10%	34%
2004	\$ 2,420,000,000	45%	18%	20%	11%	36%
2005	\$ 2,850,000,000	43%	18%	21%	11%	34%
2006	\$ 3,300,000,000	44%	17%	20%	11%	35%
2007	\$ 3,360,000,000	47%	19%	23%	12%	37%
2008	\$ 3,040,000,000	42%	16%	24%	15%	33%
External Lobbyists Only Shares						
Year	Total Lobbying	Connected	Very Connected	Specialist	Not Connected Specialist	Connected Not Specialist
1999	\$ 909,000,000	48%	21%	24%	13%	36%
2000	\$ 698,000,000	57%	27%	27%	13%	42%
2001	\$ 777,000,000	58%	29%	27%	12%	43%
2002	\$ 856,000,000	57%	27%	26%	12%	43%
2003	\$ 1,060,000,000	65%	34%	26%	11%	50%
2004	\$ 1,130,000,000	65%	34%	28%	12%	48%
2005	\$ 1,330,000,000	63%	35%	28%	12%	47%
2006	\$ 2,090,000,000	56%	25%	23%	11%	43%
2007	\$ 2,330,000,000	56%	25%	26%	12%	42%
2008	\$ 1,910,000,000	54%	24%	26%	13%	41%

Notes: Shares of total lobbying amount reported by different types of lobbyists.

Source: Bertrand, Bombardini et Irebbi (2014)

Lobbyistes connectés et lobbyistes informés

.Plus de trois quart des lobbyistes ne sont pas spécialisés.

Appendix Table A8: Dollar Shares Across Lobbyists' Types

Full Sample Shares						
Year	Total Lobbying	Connected	Very Connected	Specialist	Not Connected Specialist	Connected Not Specialist
1999	\$ 1,650,000,000	37%	14%	22%	13%	28%
2000	\$ 1,760,000,000	37%	13%	19%	12%	29%
2001	\$ 1,820,000,000	38%	14%	19%	11%	30%
2002	\$ 2,040,000,000	37%	14%	18%	11%	30%
2003	\$ 2,430,000,000	42%	17%	18%	10%	34%
2004	\$ 2,420,000,000	45%	18%	20%	11%	36%
2005	\$ 2,850,000,000	43%	18%	21%	11%	34%
2006	\$ 3,300,000,000	44%	17%	20%	11%	35%
2007	\$ 3,360,000,000	47%	19%	23%	12%	37%
2008	\$ 3,040,000,000	42%	16%	24%	15%	33%
External Lobbyists Only Shares						
1999	\$ 909,000,000	48%	21%	24%	13%	36%
2000	\$ 698,000,000	57%	27%	27%	13%	42%
2001	\$ 777,000,000	58%	29%	27%	12%	43%
2002	\$ 856,000,000	57%	27%	26%	12%	43%
2003	\$ 1,060,000,000	65%	34%	26%	11%	50%
2004	\$ 1,130,000,000	65%	34%	28%	12%	48%
2005	\$ 1,330,000,000	63%	35%	28%	12%	47%
2006	\$ 2,090,000,000	56%	25%	23%	11%	43%
2007	\$ 2,330,000,000	56%	25%	26%	12%	42%
2008	\$ 1,910,000,000	54%	24%	26%	13%	41%

Notes: Shares of total lobbying amount reported by different types of lobbyists.

Source: Bertrand, Bombardini et Trebbi (2014)

Lobbyistes connectés et lobbyistes informés

• Moins d'un lobbyiste sur sept est spécialisé sans être connecté.

Appendix Table A8: Dollar Shares Across Lobbyists' Types

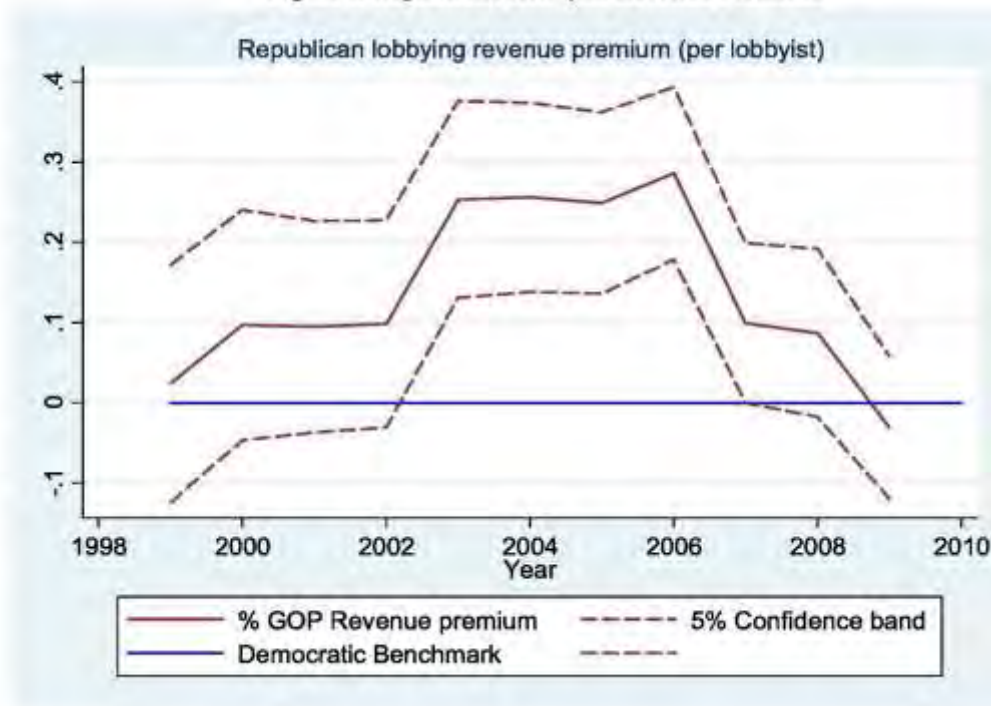
Full Sample Shares						
Year	Total Lobbying	Connected	Very Connected	Specialist	Not Connected Specialist	Connected Not Specialist
1999	\$ 1,650,000,000	37%	14%	22%	13%	28%
2000	\$ 1,760,000,000	37%	13%	19%	12%	29%
2001	\$ 1,820,000,000	38%	14%	19%	11%	30%
2002	\$ 2,040,000,000	37%	14%	18%	11%	30%
2003	\$ 2,430,000,000	42%	17%	18%	10%	34%
2004	\$ 2,420,000,000	45%	18%	20%	11%	36%
2005	\$ 2,850,000,000	43%	18%	21%	11%	34%
2006	\$ 3,300,000,000	44%	17%	20%	11%	35%
2007	\$ 3,360,000,000	47%	19%	23%	12%	37%
2008	\$ 3,040,000,000	42%	16%	24%	15%	33%
External Lobbyists Only Shares						
1999	\$ 909,000,000	48%	21%	24%	13%	36%
2000	\$ 698,000,000	57%	27%	27%	13%	42%
2001	\$ 777,000,000	58%	29%	27%	12%	43%
2002	\$ 856,000,000	57%	27%	26%	12%	43%
2003	\$ 1,060,000,000	65%	34%	26%	11%	50%
2004	\$ 1,130,000,000	65%	34%	28%	12%	48%
2005	\$ 1,330,000,000	63%	35%	28%	12%	47%
2006	\$ 2,090,000,000	56%	25%	23%	11%	43%
2007	\$ 2,330,000,000	56%	25%	26%	12%	42%
2008	\$ 1,910,000,000	54%	24%	26%	13%	41%

Notes: Shares of total lobbying amount reported by different types of lobbyists.

Source: Bertrand, Bombardini et Trebbi (2014)

Le premium monétaire pour les lobbyistes bien connectés

Figure 1: Republican Lobbyist Revenue Premium



Source: Bertrand, Bombardini et Trebbi (2014)

.Congrès républicain sur la période 1998-2007.

.Gouvernement républicain de George W. Bush 2001-2009.

.Les lobbyistes connectés à des républicains, gagnent en moyenne 25% de plus que les autres lorsque les Républicains ont la Maison Blanche et le Sénat.

L'utilité des lobbys

- La spécialisation rapporte également un premium monétaire aux lobbyistes. Certains lobbyistes sont donc réellement payés pour leur expertise. Le premium est cependant plus bas que celui des lobbyistes connectés.
- Il est cependant inquiétant de voir que la plupart des lobbyistes ne sont pas spécialisés.

Plan

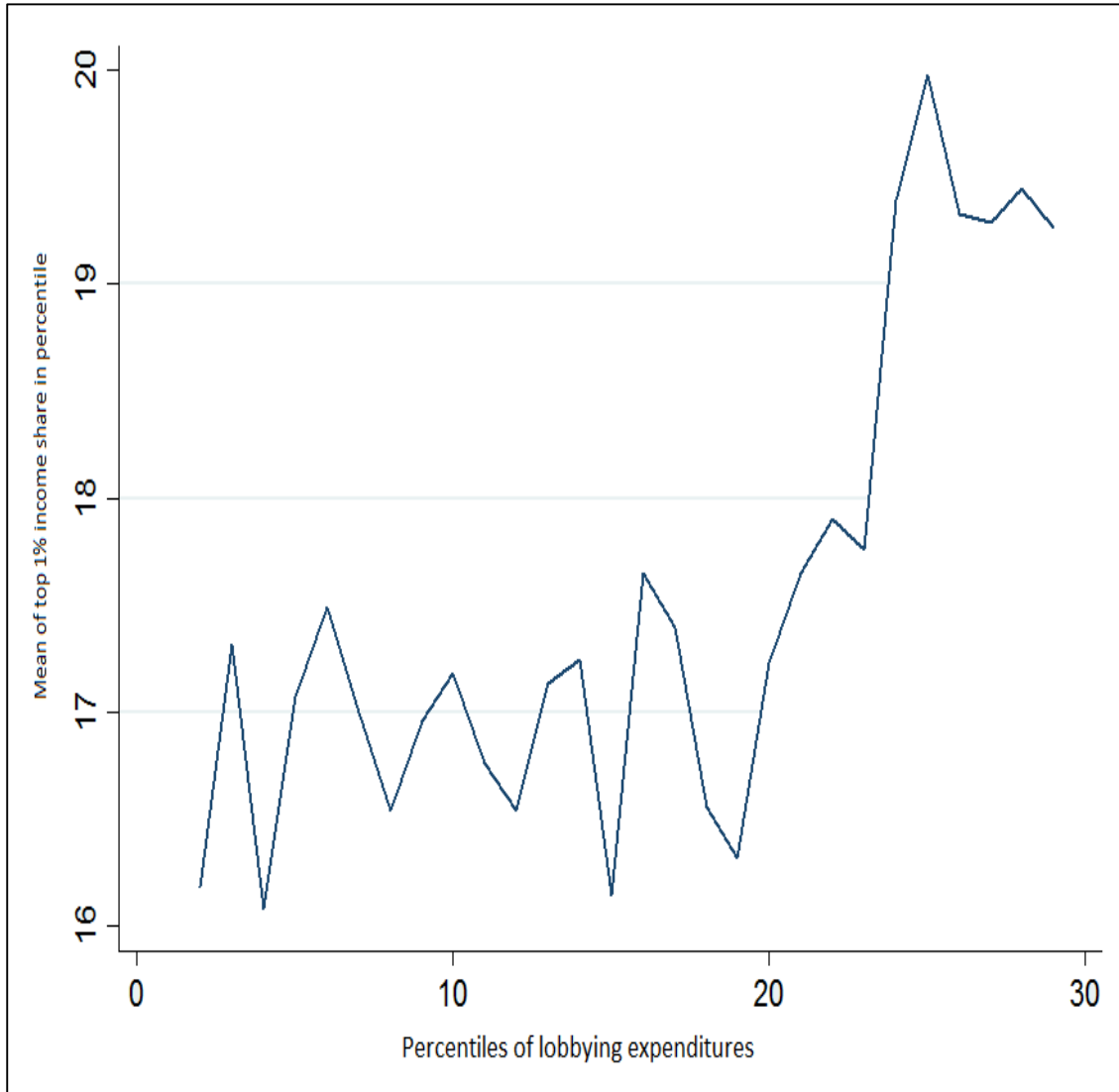
.Préambule

.L'utilité des lobbys

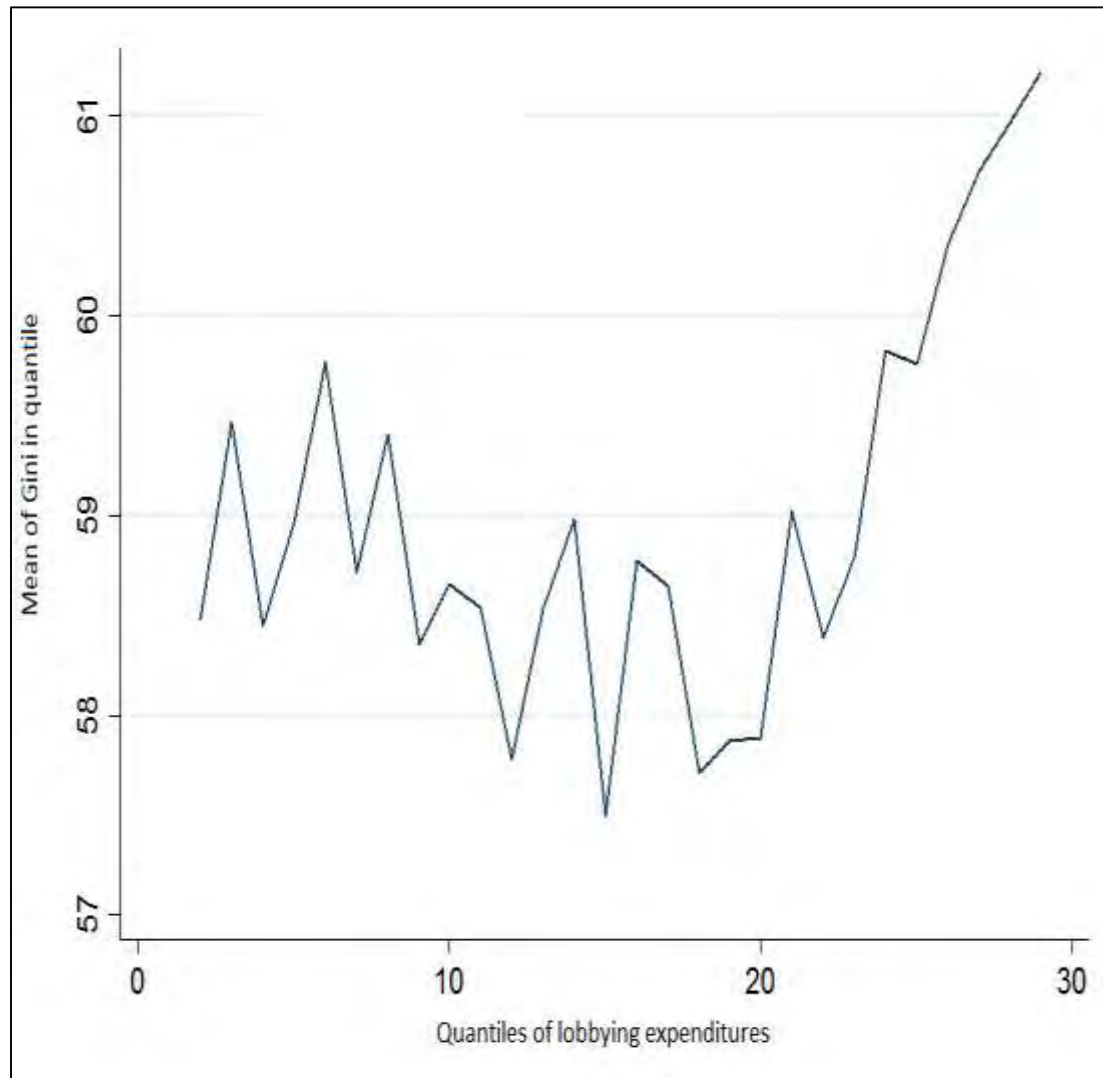
.L'impact des lobbys

Lobbying et inegalites

Lobbying VS Top1% (USA)



Lobbying VS GINI (USA)



L'impact sur les taxes

.Obtenir ou maintenir de faibles taux d'imposition est dans l'intérêt de toutes les entreprises, qu'elles fassent du lobbying ou non, car cela augmente leur revenus nets. Étudier le lien entre taxes et lobbying est donc un exercice intéressant pour évaluer l'impact du lobbying dans le cycle de vie d'une entreprise.

.Richter, Samphantharak et Timmons (2009) estiment que les mécanismes les plus fréquemment utilisés pour garantir des taux d'imposition plus faibles à certaines entreprises sont :

- des crédits pour les dépenses en R&D très spécifiques,
- un calendrier d'amortissement fiscal étudié spécifiquement pour certains types d'équipements en capital.

L'impact sur les taxes (2)

TABLE 1 Effective Tax Rate and Lobbying: Baseline Regressions

<i>Dependent Variable</i>	<i>Effective Tax Rate, t</i>						
	<i>All Firms That Lobby</i>				<i>Publicly Traded Firms That Lobby</i>		
<i>Sample</i>							
Lobby, t-1	-0.98*	-1.09*	-1.22**	-1.07*	-0.98	-1.51**	-1.18**
	(0.59)	(0.57)	(0.57)	(0.57)	(0.88)	(0.61)	(0.60)
Size, t-1	3.00*	3.14*	3.10*	3.09	0.41	1.37	3.45*
	(1.62)	(1.71)	(1.72)	(1.98)	(2.15)	(2.11)	(2.00)
Leverage, t-1	-15.43***	-16.78***	-17.68***	-20.07***	-12.48	-31.01***	-21.63***
	(5.30)	(5.28)	(5.28)	(5.24)	(7.67)	(6.25)	(5.31)
Capital Intensity, t-1		9.26	10.01	8.88	16.54	4.36	11.60
		(9.67)	(9.72)	(9.77)	(15.68)	(10.35)	(10.07)
Inventory Intensity, t-1			5.76	3.39	-8.04		-1.57
			(15.08)	(15.01)	(19.12)		(14.89)
Return on Assets, t				-27.62***	-47.82***		-24.59***
				(8.81)	(8.60)		(9.23)
R&D Intensity, t-1					0.00		
					(0.18)		
Effective Tax Rate, t-1	-0.10***	-0.09**	-0.09**	-0.10***	-0.09*	-0.09**	-0.10***
	(0.04)	(0.04)	(0.04)	(0.04)	(0.05)	(0.04)	(0.04)
Time Fixed Effects	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Firm Fixed Effects	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Number of Observations	3952	3885	3837	3721	1962	3072	3481
R-Squared	0.486	0.489	0.496	0.516	0.535	0.537	0.510

Source : Richter, Samphantharak et Timmons (2009)

TABLE 5 Effective Tax Rates and Lobbying: Isolating Channels through Which Benefits Accrue

<i>Dependent Variable</i>	<i>Effective Tax Rate, t</i>	
	<i>All Firms</i>	
<i>Sample</i>		
Effective Tax Rate, t-1	0.031*** (0.008)	0.003*** (0.008)
Size, t-1	2.356*** (0.397)	2.335*** (0.399)
Leverage, t-1	0.010 (0.043)	0.010 (0.043)
Capital Intensity, t-1	-2.164 (2.979)	-3.011 (2.992)
Inventory Intensity, t-1	-6.727 (4.217)	-7.010* (4.232)
Return on Assets	-0.003 (0.039)	-0.002 (0.039)
R&D Intensity, t-1	-0.004 (0.005)	-0.004 (0.005)
Size, t-1 * If Lobby, t-1		-0.212 (0.329)
Leverage, t-1 * If Lobby, t-1		-5.575 (5.884)
Capital Intensity, t-1 * If Lobby, t-1		15.207*** (7.055)
Inventory Intensity, t-1 * If Lobby, t-1		0.951 (11.607)
Return on Assets, t * If Lobby, t-1		-15.726*** (4.046)
R&D Intensity, t-1 * If Lobby, t-1		-0.696** (0.296)
Time Fixed Effects	Yes	Yes
Firm Fixed Effects	Yes	Yes
Number of Obs.	18569	18569
R-Squared	0.466	0.467

Source : Richter, Samphantharak et Timmons (2009)

L'impact sur les taxes (3)

.La part des dépenses en R&D, le retour sur les actifs et l'intensité du capital sont relié de façon significative au taux d'imposition des entreprises qui font du lobbying.

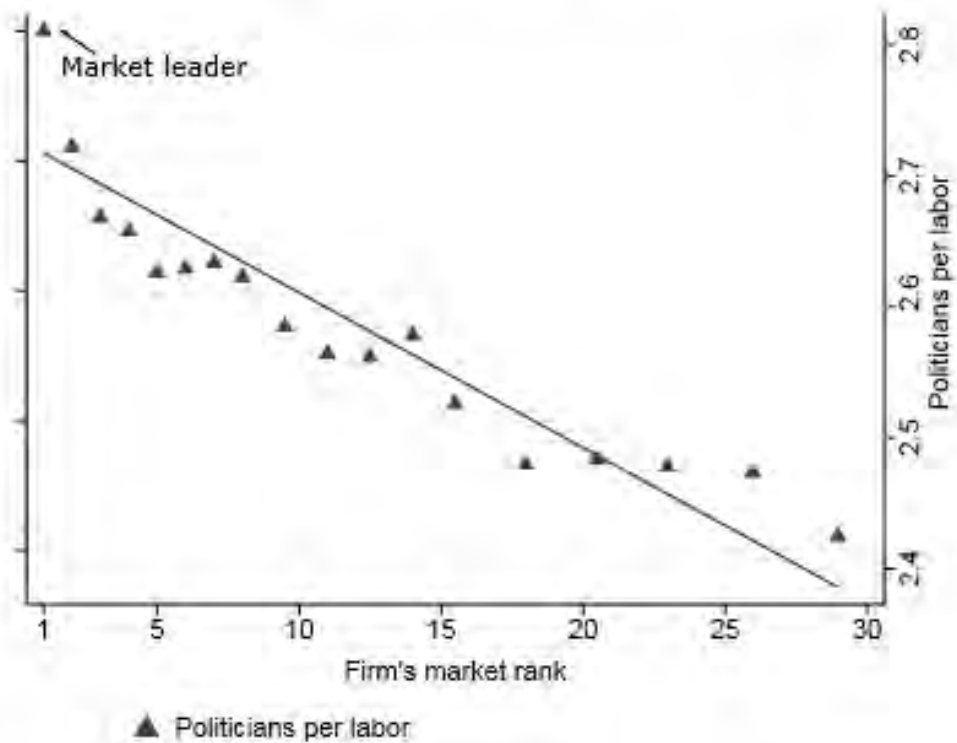
.Si on inclut également les entreprises qui ne font pas de lobbying, cette relation n'est plus vraie.

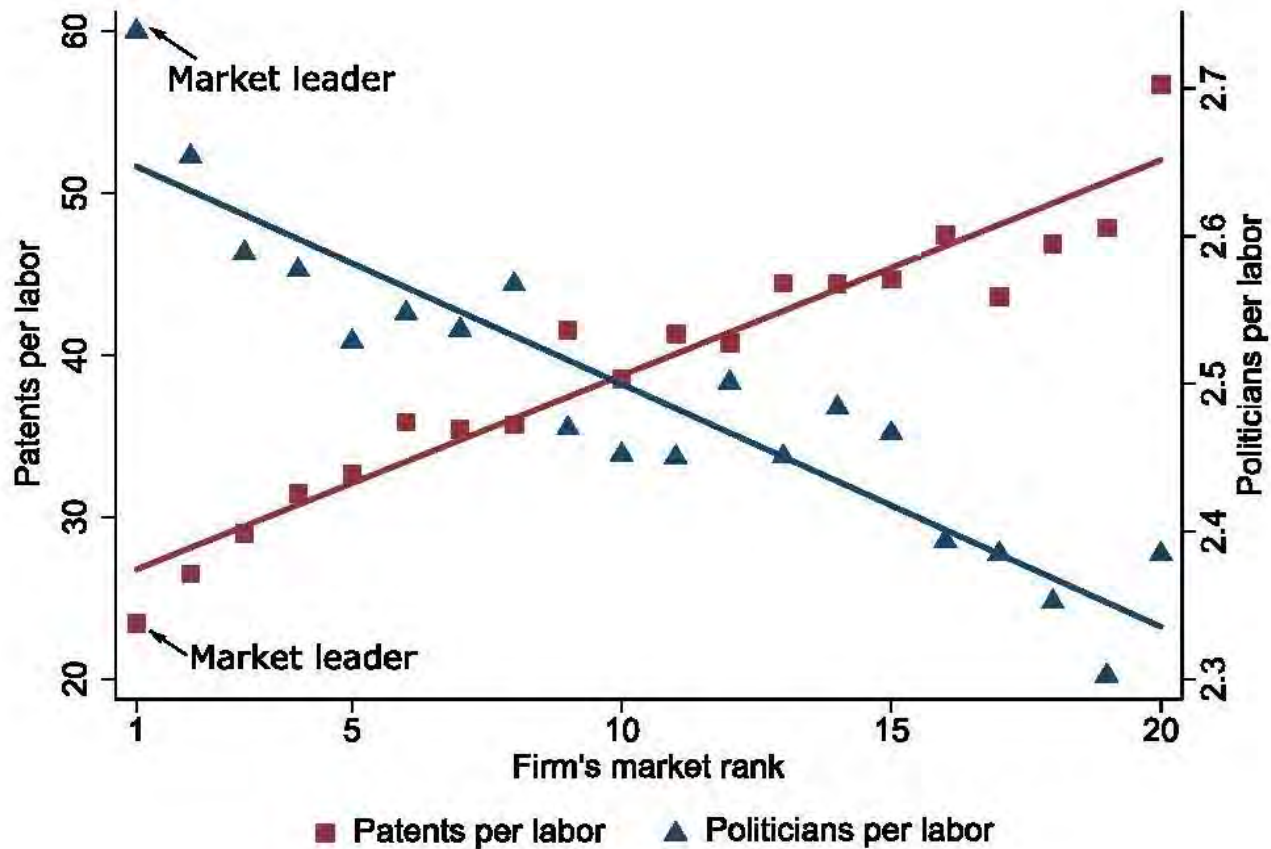
L'impact sur l'innovation et la croissance

.Une des questions que la littérature empirique cherche à comprendre si le lobbying est un substitut à l'innovation, c'est-à-dire si les entreprises sont confrontées à un arbitrage entre dépenser en lobbying ou dépenser en R&D.

.Akcigit, Baslandze et Lotti (2018) étudient la compétitivité des entreprises italiennes à l'aune de leurs connections politiques. Ils justifient les connections entre entreprises et élus par un coût bureaucratique élevé, qui est ainsi évité. En effet, ils remarquent que les industries les moins régulées sont également les moins connectées.

Market Leadership, Innovation and Political Connection





Source : Ackigit, Basldanze et Lotti (2018)

Fact 3: Connections and Firm Growth

	(1)	(2)	(3)	(4)
	Empl growth	Empl growth	VA growth	VA growth
Connection	0.032*** (26.40)	0.040*** (26.11)	0.039*** (24.33)	0.014*** (6.65)
Connection major	0.003* (1.96)	0.007*** (3.78)	0.010*** (4.87)	0.002 (0.99)
Log Assets	0.065*** (267.14)	0.203*** (268.76)	0.036*** (118.75)	-0.091*** (-89.75)
Log Size	-0.077*** (-256.15)	-0.384*** (-490.37)	-0.080*** (-217.56)	-0.235*** (-251.16)
Age	-0.002*** (-89.31)	-0.011*** (-142.02)	-0.004*** (-145.67)	-0.005*** (-44.34)
Year FE	YES	YES	YES	YES
Region FE	YES	NO	YES	NO
Industry FE	YES	NO	YES	NO
Firm FE	NO	YES	NO	YES
Observations	6545131	6585740	5684519	5710338

Fact 3: Connections and Productivity Growth

	(1)	(2)	(3)	(4)
	LP growth	LP growth	TFP growth	TFP growth
Connection	-0.014*** (-8.22)	-0.028*** (-12.48)	-0.008*** (-6.03)	-0.019*** (-10.65)
Connection major	-0.001 (-0.27)	-0.004 (-1.55)	0.000 (0.15)	-0.003 (-1.30)
Log Assets	-0.028*** (-83.23)	-0.274*** (-236.12)	-0.001*** (-4.86)	-0.106*** (-116.33)
Log Size	0.021*** (55.72)	0.274*** (255.00)	-0.006*** (-18.20)	0.125*** (145.41)
Age	-0.001*** (-47.83)	-0.002*** (-17.48)	-0.001*** (-46.37)	-0.003*** (-31.58)
Year FE	YES	YES	YES	YES
Region FE	YES	NO	YES	NO
Industry FE	YES	NO	YES	NO
Firm FE	NO	YES	NO	YES
Observations	5598367	5623077	5271002	5291979

Goldberg et Maggi (1999)

TABLE 1—RESULTS FROM THE BASIC SPECIFICATION
(G-H MODEL)

Variable	$\mu = 1$	$\mu = 2$	$\mu = 3$
X_i/M_i	-0.0093 (0.0040)	-0.0133 (0.0059)	-0.0155 (0.0070)
$(X_i/M_i) * I_i$	0.0106 (0.0053)	0.0155 (0.0077)	0.0186 (0.0093)
Implied β	0.986 (0.005)	0.984 (0.007)	0.981 (0.009)
Implied α_L	0.883 (0.223)	0.858 (0.217)	0.840 (0.214)

L'impact macroéconomique

Connections and Industry Performance

Panel A						
	Growth	Log LP	Share young	Share small	Entry rate	Share conn. entry
Share of connected firms	-0.243*** (0.0183)	1.961*** (0.106)	-1.597*** (0.0241)	-3.067*** (0.0274)	-0.494*** (0.0101)	0.348*** (0.00479)
Observations	34214	33569	36049	36049	35857	30412

Panel B						
	Growth	Log LP	Share young	Share small	Entry rate	Share conn. entry
Share of connected firms	-0.0980*** (0.0289)	-1.243*** (0.114)	-0.290*** (0.0215)	-0.992*** (0.0180)	-0.0309*** (0.0114)	0.234*** (0.00900)
Year FE	YES	YES	YES	YES	YES	YES
Region FE	YES	YES	YES	YES	YES	YES
Industry FE	YES	YES	YES	YES	YES	YES
Observations	34214	33569	36049	36049	35857	30411

Notes: Table reports the coefficients from OLS regressions at the industry \times region \times year level of various industry moments on share of connected firms. Columns list various outcome variables - 1) industry growth, 2) industry productivity, 3) share of firms younger than 5 years old, 4) share of small firms (β workers), 5) entry rate of new firms, and 6) share of connected firms among entrants. Panel A reports regressions without any additional controls, while Panel B includes year, region, and industry fixed effects. Regressions are weighted by number of firms in each market to weight more representative markets more heavily. Standard errors are in parentheses. * $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

Source : Ackigit, Basldanze et Lotti (2018)

• Plus la part d'entreprises connectées dans une industrie est important, moins l'industrie est dynamique : elle ne s'agrandit pas, il y a peu d'entrée et de sortie dans l'industrie et l'âge moyen des entreprises est plus élevé.

• Les connexions politiques allègent les frictions du marché tel que des coûts bureaucratiques trop élevé, mais désavantagent à tel point les entrants potentiels, ainsi que les entreprises qui n'ont pas la possibilité de se connecter, que le coût global prend le dessus sur les bénéfices microéconomiques.

Lobbying et commerce

- Grossman et Helpman (1994): influence des *special-group interests* a travers les aides financieres aux politiciens
- Goldberg et Maggi (1999) s'interessent a l'effet des groupes d'interet sur le commerce international

Lobbying et commerce

- A partir de donnees americaines sur les barrieres douanieres en 1983, Goldberg et Maggi montrent que la protection douaniere reagit differemment aux importations selon que le secteur est *organise* ou non.
- GM definissent comme *organises* les secteurs dont l'aide aux politiciens est au-dessus du seuil de 100 millions de dollars

Lobbying et commerce

- La protection contre les importations augmente avec la *import penetration* pour les secteurs non-organisés
- La protection contre les importations diminue avec la *import penetration* pour les secteurs organisés

Lobbying et commerce

- Intuition:
 - Dans les secteurs organisés, plus la production domestique est grande plus les firmes en place ont à gagner à la mise en place de barrières commerciales car cela leur permet d'augmenter leurs prix
 - Tandis qu'un Etat impartial cherchera à protéger davantage quand la *import penetration* est plus forte

Conclusion

- . L'outil fiscal n'est pas le seul levier pour rendre la croissance plus inclusive: formation, bons emplois sont également des leviers importants, et les firmes innovantes tendent à créer davantage de bons emplois
- . Il faut se soucier du top 1% à cause du lobbying et des barrières à l'entrée de nouvelles innovation induite par celui-ci