

Pratiques de lobbying des entreprises

Recommandations de Transparency International France

Le lobbying est défini par Transparency International France comme « *toute communication, écrite ou orale, entre un représentant ou un groupe d'intérêts et un décideur public dans le but d'influencer une prise de décision* ». En vertu de cette définition, toute organisation peut être amenée à conduire des actions de lobbying, que ce soit directement « in house » – entreprises, associations, ONG, États étrangers, etc. – ou par un tiers – consultants indépendants, cabinets de conseil en lobbying, cabinets d'avocats, fédérations professionnelles, think tanks, etc.

Lorsque son usage est rendu clair et transparent, le lobbying peut contribuer à apporter aux décideurs publics des éléments d'information et de compréhension sur des questions toujours plus complexes. A contrario, un lobbying non régulé peut entraîner des abus, dont il peut résulter des décisions répondant plus à des intérêts particuliers privés qu'à l'intérêt général, des coûts indus pour la collectivité et une altération grave de la confiance des citoyens envers leurs élus et leurs institutions.

Actuellement, il n'existe pas, en France, de cadre général réglementant les modalités de participation des représentants d'intérêts au débat public. Cette absence de réglementation conforte dans l'opinion la suspicion et la perception négative du lobbying et des représentants d'intérêts.

Conscientes de ces réalités, de plus en plus d'organisations se mobilisent et intègrent leurs engagements et pratiques de lobbying dans leur politique d'éthique et de responsabilité sociétale notamment. Sous l'impulsion de Transparency France notamment, des entreprises commencent à adopter des chartes de lobbying responsables (cf. guide en annexe) et les pratiques de lobbying sont aujourd'hui évaluées par certaines agences de notation extra-financière.

Dans un [rapport publié en octobre 2014](#)¹, Transparency France formule un ensemble de recommandations à destination des représentants d'intérêts afin de garantir des pratiques transparentes et responsables.

Rappel : ce rapport formule aussi un ensemble de recommandations à destination des acteurs publics pour garantir la traçabilité, l'intégrité et l'équité d'accès au sein du processus de prise de décision.

✓ **Transparence des relations avec les décideurs publics**

• *Transparence des activités et des positions*

- Se déclarer auprès des institutions auprès desquelles le lobbying est exercé (registres) et respecter les codes de conduite et règlements de ces institutions
- Rendre publiques les principales positions communiquées aux décideurs publics, en amont et pendant le temps du débat, sur son site Internet et dans son rapport de développement durable ou de RSE

¹ http://www.transparency-france.org/e_upload/pdf/transparency_france_lobbying_en_france_octobre2014.pdf

- **Transparence financière**

- Pour les groupes d'intérêts représentant eux-mêmes leurs intérêts, indiquer le budget consacré au lobbying *in house* et les budgets versés aux cabinets d'affaires publiques et aux associations professionnelles
- Pour les organisations mandatées, indiquer les intérêts représentés ainsi que le budget par client ou, si cela est impossible pour des raisons de confidentialité, regrouper les budgets par secteur d'activité
- Rendre publiques les contributions aux partis politiques (lorsque cela est permis par les juridictions)

- ✓ **Intégrité des relations avec les décideurs publics**

- **Cohérence des engagements RSE**

- Inscrire ses engagements, pratiques et processus de lobbying dans sa politique de responsabilité sociétale. Conduire ses actions de lobbying en cohérence avec les engagements pris au titre de la RSE et à l'égard des autres parties prenantes
- Adopter et rendre publique une charte de lobbying responsable applicable à l'ensemble de ses collaborateurs et aux tiers exerçant des activités de lobbying pour le compte de l'organisation

- **Intégrité dans les relations avec les décideurs publics**

- S'abstenir de tout mandat politique national ou européen et de toute fonction de collaborateur parlementaire, de conseiller ministériel, de fonctionnaire national ou international, en parallèle d'une mission de représentation d'intérêts
- S'interdire de recruter des anciens décideurs publics avant la fin du délai de carence prévue, de mandater ou de rémunérer des personnes exerçant des responsabilités publiques pour représenter ou favoriser ses intérêts
- Ne pas diffuser d'informations délibérément biaisées et assurer aux décideurs publics des informations ou arguments fiables, vérifiables et actualisés
- S'abstenir de toute démarche visant à obtenir des informations ou décisions par des moyens illégaux
- Rendre publique la liste des cadeaux, avantages, invitations, etc. adressés aux décideurs publics ; s'abstenir d'offrir de tels avantages dans le simple but d'influencer les décideurs publics et de compromettre leur impartialité

- **Relations avec les parties prenantes**

- Publier la liste des think tanks et associations professionnelles auxquels l'organisation adhère ou qu'elle finance
- S'abstenir de faire défendre par des organisations tierces des positions que l'organisation ne souhaite pas assumer en son nom
- Respecter le principe de pluralité et reconnaître que d'autres parties prenantes peuvent avoir des positions divergentes

Annexe - Guide pour l'élaboration d'une charte de lobbying

Transparency International France travaille régulièrement avec des entreprises et des organisations pour les aider à adapter leurs pratiques de lobbying aux meilleurs standards. Nous avons notamment contribué à l'élaboration de la charte de lobbying de plusieurs entreprises. Nous appuyant sur ces expériences, nous avons recensé ici l'**ensemble des principes et engagements** que nous recommandons aux organisations de faire figurer dans leur charte.

➤ **Principes généraux**

- Rendre publique sa charte de lobbying.
- Définir, dans un paragraphe introductif, le rôle du lobbying pour l'organisation (enjeux, articulation avec les parties prenantes, relations avec les pouvoirs publics).
- Intégrer ses activités de lobbying dans sa stratégie de RSE (cohérence des engagements).
- S'engager à faire la promotion des meilleures pratiques en matière de lobbying.
- (Ré)affirmer son engagement à lutter contre la corruption (veiller au respect des dispositions anti-corruption adoptées au sein de l'organisation).
- Spécifier la politique observée en matière de cadeaux, invitations, colloques, etc. adressées aux décideurs publics.
Bonne pratique : publication de la liste des cadeaux, des invitations, des colloques, etc. adressés aux décideurs publics.

➤ **Organisation du lobbying**

- S'engager à définir la structure et l'organisation du lobbying (département concerné, implication de l'organe dirigeant, répartition entre lobbying direct et indirect).
- S'engager à diffuser les positions définies au niveau du siège auprès des entités concernées (filiales...) et s'assurer qu'elles sont bien relayées et appliquées.

➤ **Relations avec les tiers**

- S'engager à rendre publique la liste des organisations professionnelles, think tanks et autres associations auxquels l'entreprise adhère ou qu'elle finance.
- S'engager à faire connaître les positions divergentes de celles défendues par ces organisations. Cette recommandation implique de ne pas faire défendre par des organisations tierces des positions que l'entreprise ne souhaite pas assumer en son nom.
- Affirmer le respect des autres acteurs/parties prenantes qui peuvent avoir des positions divergentes (reconnaissance de leur légitimité).

➤ **Application de la charte**

- Préciser que la charte s'applique à tous les collaborateurs et aux tiers exerçant des activités de lobbying pour le compte de l'organisation.
- Garantir la professionnalisation des personnes chargées du lobbying, notamment via des formations régulières.
- Définir le processus de suivi de la mise en œuvre des engagements.

➤ **Engagements / règles concrètes**

- Se déclarer auprès des institutions auprès desquelles le lobbying est exercé (registres) et respecter les codes de conduite et règlements de ces institutions.
- Pour les personnes/organisations mandatées, s'identifier et donner le nom des organisations pour lesquelles le lobbying est exercé (refus du shadow lobbying).
- Rendre publiques les principales positions communiquées aux décideurs publics, en amont et pendant le temps du débat, sur son site Internet et dans son rapport de développement durable ou RSE.
- S'abstenir de tout mandat politique national ou européen.
- S'interdire toute fonction de collaborateur parlementaire, de conseiller ministériel, de fonctionnaire national ou international, d'expert national détaché, d'expert auprès des tribunaux et des avantages y afférents (badges d'accès notamment).
- S'abstenir de recruter des anciens décideurs publics avant la fin du délai légal de 3 ans et/ou de mandater des personnes exerçant des responsabilités publiques pour représenter ses intérêts.
- S'abstenir d'offrir des avantages, cadeaux, invitations ou prise en charge de frais dans le simple but d'influencer les décideurs publics et de compromettre leur impartialité.
- S'abstenir de toute démarche visant à obtenir des informations ou décisions par des moyens illégaux.
- Ne diffuser que des informations ou arguments fiables, vérifiables et actualisés / ne pas diffuser d'informations délibérément biaisées.
- Assurer la transparence financière sur le budget consacré au lobbying « in house » et les budgets versés aux cabinets d'affaires publiques ainsi qu'aux associations professionnelles.
- Rendre publiques les contributions aux partis politiques (lorsque cela est permis par les juridictions).