



**GUIDE DE DÉCLARATION DES
DÉPENSES DE LOBBYING**

Avant-propos

Ce guide est le fruit d'un travail collectif mené avec un groupe pilote d'entreprises* signataires de la déclaration commune sur le lobbying de Transparency France.

A ce jour, l'Assemblée Nationale est la seule institution française à demander aux représentants d'intérêts de déclarer les budgets qu'ils consacrent au lobbying parlementaire : ils le font au moment de leur inscription, non obligatoire, sur le registre des représentants d'intérêt. L'étude du registre montre que les budgets déclarés varient très fortement d'une organisation à une autre, chacune ne prenant pas en compte les mêmes éléments. Les organisations signataires ont donc souhaité que soient mieux identifiés les éléments à prendre en compte pour le calcul des dépenses de lobbying.

Ce guide se veut une aide méthodologique pour calculer et rendre public son budget global. Il s'agit d'une première proposition qui s'inscrit dans un processus itératif. Ce guide a ainsi vocation à évoluer en fonction des retours d'expérience ainsi que de l'évolution de la réglementation.

Il a pour ambition de proposer une base commune, avec des éléments comparables, que chaque organisation pourra compléter avec les caractéristiques qui lui sont propres (par exemple siège social en France ou filiale de société étrangère) et selon les compléments plus détaillés qu'elle souhaite apporter. Décomposer son budget en lobbying direct (lobbying in-house) et indirect (cabinets de lobbying) est par exemple une bonne pratique prise en compte par les agences de notation extra-financière.

Transparency France souligne que le budget déclaré dédié aux activités de lobbying ne saurait, à lui seul, rendre compte de la capacité d'influence d'une organisation. Il constitue un élément parmi d'autres (comme le statut, l'organisation et sa réputation, la qualité des argumentaires, le secteur d'activité, son actualité...) pouvant expliquer le poids ou l'effet des actions de lobbying. La comparaison de chiffres cohérents permettrait cependant dans un premier temps une meilleure appréciation des moyens que différentes organisations dédient à cette activité.

*AÉROPORTS DE PARIS, BNP PARIBAS, COCA-COLA ENTREPRISE, CRÉDIT AGRICOLE SA, LA FRANÇAISE DES JEUX, LA POSTE, PERNOD RICARD, SOCIÉTÉ GÉNÉRALE ET TILDER

A l'issue des échanges, pour préciser la base commune déclarée, l'accent a été mis sur les éléments suivants .

1. RÔLE ET OBJECTIF DE LA DÉCLARATION

La finalité doit guider le choix des éléments à retenir lors de la déclaration des dépenses de lobbying : informer sur le budget global (toutes charges comprises) pour chacun des points listés ci-dessous. Elle conduit ainsi à prendre en compte les coûts totaux directs pour l'entreprise et les personnes directement impliquées dans les activités de lobbying.

Par ailleurs, il est essentiel de contextualiser cette déclaration en apportant des précisions qualitatives. En effet, les chiffres déclarés sont liés à différents critères dont ceux de l'actualité législative ou réglementaire de l'organisation ou du secteur. Certaines années, un plus grand nombre de textes peuvent être en cours d'élaboration ou de discussions par exemple. Des indications de contexte permettraient donc de donner un sens aux interprétations des variations budgétaires annuelles :

- **Déclarants : informer sur le contexte réglementaire dans la rubrique « données financières » sur les activités significatives menées dans l'année écoulée** (nombre de textes concernés, nombre de consultations obligatoires, etc. afin d'expliquer les variations de budget entre l'année n et l'année n-1) ; **et informer des observations sur l'évolution des dépenses de lobbying.**
- **Fédérations professionnelles : contribuer à préciser le contexte annuel de leur secteur.**
- **Assemblée nationale : inclure un champ dans la rubrique « données financières »** permettant aux déclarants de préciser le contexte de l'année ou les évolutions survenues entre l'année n et n-1

2. POSTES BUDGÉTAIRES À PRENDRE EN COMPTE

Budget du département/direction Affaires Publiques ou équivalent

- **Salaires charges comprises avec l'ensemble des éléments variables de rémunération**
- **Évaluation du temps consacré** : déclarer le temps de travail passé globalement sur le lobbying au Parlement : Assemblée nationale et Sénat.
- **Loyer du département affaires publiques, s'il existe** : s'il n'est pas aisé pour une entreprise ayant l'ensemble de ses équipes à Paris de déterminer le coût des locaux alloués spécifiquement aux équipes de lobbying, les organisations ayant un siège à l'étranger et disposant d'un bureau à Paris consacré uniquement à la représentation de leurs intérêts en France doivent le déclarer. A l'inverse, une organisation française ayant un bureau de représentation à Bruxelles pourra déclarer le coût de ces loyers sur le Registre de Transparence de l'Union européenne.

Parmi les bonnes pratiques : des entreprises souhaitant aller au-delà peuvent affecter, en le précisant, une quote-part de loyer à leur déclaration.

Budget des autres départements

- **Autres départements** : certaines entreprises ou organisations peuvent faire appel, en interne, à des ressources externes au département Affaires Publiques (département juridique, commu-

nication, RSE...). De même, des experts issus d'autres directions (risques, conformité, opérations...) peuvent être amenés à travailler sur les textes en cours de discussion ou sur des propositions d'amendements. Les signataires proposent de **déclarer uniquement les personnes qui sont en contact avec les décideurs publics** et de ne pas prendre en compte les départements n'ayant pas de relations directes avec ces derniers.

Parmi les bonnes pratiques : des entreprises souhaitant aller au-delà peuvent mentionner, en le précisant, d'autres départements qui concourent au lobbying.

- **Dirigeants de l'organisation qui rencontrent des responsables publics** : il s'agit d'une information souvent difficilement quantifiable.

Parmi les bonnes pratiques : lors de l'inscription au registre, il est possible de préciser le rôle de représentation des dirigeants de l'organisation et de rappeler les principes d'organisation du lobbying à travers leur signature des chartes internes. Il est en revanche difficile d'y associer un montant budgétaire.

Frais liés à l'organisation d'évènements

Le budget de l'organisation d'un événement peut se trouver partagé entre plusieurs départements (Communication, Affaires Publiques...), sites de production ou encore représentations territoriales. La part du budget à affecter aux affaires publiques n'est pas toujours évidente ; de plus la liste des invités ou destinataires (pour identifier par exemple des décideurs publics) n'est pas toujours connue au siège de l'organisation qui fait la déclaration (événements décentralisés par exemple). Face à ces difficultés pratiques, les signataires proposent de :

- **Prendre en compte les frais mobilisés par le département Affaires Publiques pour l'organisation de ces évènements destinés aux parlementaires.** Trois critères doivent être pris en compte : finalité de l'évènement, département organisateur, parlementaires et décideurs publics parmi les participants ou destinataires.
- Déclarer les coûts toutes charges comprises.

Parmi les bonnes pratiques : l'organisation invitante indique aux parlementaires la valeur faciale de l'invitation, leur permettant ainsi de remplir leurs obligations (déclarations des invitations et cadeaux supérieurs à 150 euros).

Cadeaux et invitations

L'Assemblée nationale fait obligation aux députés de déclarer tout don ou avantage supérieur à 150 euros. En parallèle, les cadeaux sont interdits dans certaines entreprises au-delà d'un seuil ou sont soumis à autorisation interne selon les montants. Dans tous les cas, il est important de :

- **Déclarer les coûts toutes charges comprises,**
- **Préciser aux parlementaires lorsque la valeur des cadeaux dépasse 150 euros** afin de permettre aux parlementaires de remplir leurs obligations (cf. bonne pratique ci-dessus)

Honoraires versés aux cabinets externes

- **Déclarer les montants toutes charges comprises,** versés aux cabinets de lobbying, cabinets d'avocats et consultants indépendants.

- Si le cabinet intervient pour l'organisation dans le cadre d'autres missions (par exemple, communication, corporate), **faire une pondération en fonction du temps passé du prestataire sur le lobbying.**

Cotisations versées aux associations professionnelles / think tanks

Les entreprises et leurs fédérations peuvent s'inscrire sur le registre de l'Assemblée nationale. Dès lors, la question de la déclaration des cotisations versées aux associations professionnelles se pose dans la mesure où une addition des budgets lobbying peut conduire à un double comptage. A noter que certaines fédérations ne déclarent pas la totalité de leur budget en « lobbying », mais uniquement certains salaires et coûts.

Afin de réduire ce risque de double comptage, les signataires proposent que :

- **Les entreprises s'assurent que leurs fédérations sont inscrites sur le registre** et qu'elles déclarent leurs adhérents et leur budget :
 - Si leurs fédérations sont inscrites, elles le précisent dans leurs déclarations et ne prennent pas en compte la cotisation versée à leur fédération dans les dépenses de lobbying ;
 - Si leurs fédérations ne sont pas inscrites, elles incluent soit l'intégralité de la cotisation versée à ces fédérations, soit la quote-part de leur cotisation qui est consacrée aux activités de lobbying (en s'inspirant de la fraction du budget total alimentant les activités de lobbying, certaines associations pouvant avoir des activités de communication tournées vers le grand public et/ou des activités de conseil juridique aux membres qui ne sont pas des activités de lobbying).
- **Les entreprises déclarent sur le registre, sans quantifier le temps consacré, le ou les mandats significatifs dans leurs fédérations professionnelles** (administrateur, pilote d'un groupe de travail, etc.). Ceci pour indiquer leur investissement dans l'organisation qui les représente.

Enfin, il est à noter que les organisations signataires de la déclaration commune se sont engagées à promouvoir, auprès de leurs fédérations professionnelles ou de leurs membres (selon le type d'organisation), l'adoption de principes équivalents à la déclaration signée, en matière de transparence du lobbying.

Autres dépenses

- **Frais de transport : déclarer les frais toutes charges comprises**
- **Valorisation des efforts de transparence du lobbying :**

Certaines entreprises consacrent un budget au renforcement de la transparence de leurs activités de lobbying (création de sites dédiés, publication des positions, organisation de formations dédiées au lobbying intègre et transparent...). Ces éléments peuvent donner l'impression d'accroître le budget global de lobbying.

Assemblée nationale et Sénat : Pour encourager cette tendance, le Parlement est invité à créer dans son formulaire une rubrique permettant de prendre en compte positivement la déclaration de ces initiatives de transparence.

Simplification et cohérence

Transparency France recommande à nouveau un même système déclaratif à l'Assemblée nationale et au Sénat et encourage toutes les organisations amenées à rencontrer les pouvoirs publics – entreprises, fédérations professionnelles, associations, ONG, syndicats, think tanks... – à s'inscrire sur les registres existants.

Transparency International France est la section française de Transparency International, un mouvement mondial animé par une vision : un monde dans lequel les États, les entreprises, la société civile et les individus dans leur quotidien seraient épargnés par la corruption sous toutes ses formes. Avec plus de 100 sections dans le monde et un secrétariat international à Berlin, nous conduisons le combat contre la corruption pour faire de cette vision une réalité.

© Transparency International France, 2016

Photo de couverture : © Freemages/Niels Kolb, 2005

Transparency International France

14 passage Dubail

75010, Paris, France

+33 (0) 1 84 16 95 65

<https://transparency-france.org/>