

Déclaration commune sur le lobbying

Cette déclaration a été initiée par 8 entreprises membres de Transparency International France et rendue publique le 25 février 2014. Depuis, d'autres organisations ont souhaité s'associer à cette initiative et signer cette déclaration. En effet, celle-ci est ouverte à toutes les entreprises, fédérations d'entreprises, associations professionnelles, syndicats et ONG (membres et non membres de Transparency France) qui souhaitent avancer sur ce sujet et ouvrir des voies, en lien avec leurs engagements pris au titre de leur politique d'éthique et de responsabilité sociétale ou de leur gouvernance.

Le lobbying, 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* », joue un rôle croissant dans l'élaboration de la décision publique. Il est exprimé parfois par d'autres termes tels que plaidoyer, stratégie d'influence, représentation des intérêts, affaires publiques, relations institutionnelles...

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.

Sans cadre, le lobbying peut entraîner des décisions injustifiées, des coûts indus pour la collectivité et une altération grave de la confiance des citoyens à l'égard des responsables publics et du monde économique : une situation qui ne peut être le signe d'un bon fonctionnement démocratique. De possibles dérives (conflits d'intérêts, prise illégale d'intérêts, trafic d'influence) comportent aussi des risques juridiques.

Lorsque son usage est rendu clair et transparent, lorsque l'écoute des représentants d'intérêts par les décideurs est équitable, **le lobbying peut éclairer utilement les décisions publiques**. Il permet aux citoyens de mieux comprendre comment les décisions sont prises en leur nom, sur la base de quels arguments et de quelles consultations.

Les stratégies d'influence sont par ailleurs de plus en plus observées, commentées par les médias, les agences de notation extra-financière ou encore les associations de la société civile telles que Transparency International France.

Conscientes de ces réalités, des entreprises, des organisations, se mobilisent et intègrent leurs engagements et pratiques de lobbying dans leur gouvernance, leur politique d'éthique et de responsabilité sociétale notamment. Ce mouvement doit aujourd'hui être encouragé.

Par cette déclaration, nous souhaitons :

- apporter notre **soutien à la promotion des enjeux de transparence et d'intégrité** autour du lobbying et aux **actions conduites par l'association** ;
- **promouvoir un lobbying transparent**, intègre et contribuant au débat public, auprès de nos collaborateurs et des tiers qui participent - en notre nom - aux processus de décision publique ;
- dans nos démarches de lobbying responsable, tenir compte des **principes recommandés** par Transparency International France.

A court ou moyen terme, et si nous ne l'avons pas déjà fait, nous nous engageons à :

- initier une réflexion sur nos pratiques en matière de relations institutionnelles et définir une charte de lobbying responsable propre à notre organisation¹ ;
- développer une politique de lobbying responsable, en cohérence avec nos engagements publics, notamment en matière de gouvernance, développement durable, de responsabilité sociétale d'entreprise, d'éthique et de lutte contre la corruption ;
- être transparent sur l'organisation de nos activités de lobbying ;
- rendre publiques nos principales positions communiquées aux décideurs publics ainsi que les positions communes défendues par nos fédérations professionnelles (*selon le type d'organisation*) ;
- promouvoir, auprès de nos fédérations professionnelles ou de nos membres (*selon type le d'organisation*), l'adoption de principes équivalents en matière de transparence du lobbying ;
- ne transmettre aux responsables publics que des informations ou arguments fiables, vérifiables et actualisés ;
- respecter les autres parties prenantes qui peuvent avoir des positions divergentes ;
- rendre publiques, le cas échéant et dans les pays où la réglementation les autorise, les contributions aux partis politiques ;
- communiquer sur les actions entreprises pour mettre en œuvre et assurer le suivi de nos engagements et de notre charte de lobbying.

Organisations membres :

AEROPORTS DE PARIS - Didier Hamon, Secrétaire Général du Groupe

AXA - Christian Thimann, Directeur de la Stratégie, de la Responsabilité d'Entreprise et des Affaires Publiques du Groupe

CREDIT AGRICOLE SA - Jérôme BRUNEL, Directeur des affaires publiques

FDJ - Laetitia OLIVIER, Directrice de la Communication et du Développement durable

L'OREAL - Emmanuel LULIN, Directeur Général de l'Ethique, Délégué du Président

LAFARGE - Alexandra ROCCA, Directrice générale adjointe Communication, Affaires Publiques et Développement Durable

LA POSTE - Jacques SAVATIER, Directeur du développement territorial et des instances de gouvernance, Patrick WIDLOECHER, Déontologue du Groupe

PERNOD RICARD - Jean RODESCH, Vice-président Affaires institutionnelles et RSE

SOCIETE GENERALE - Gilles Briatta, Secrétaire Général Adjoint, Coordinateur des Affaires Publiques du Groupe

TILDER - Clément REYNE, Associé

¹ [Guide pour l'élaboration d'une charte de lobbying](#)

Autres organisations :

BNP PARIBAS - Jean-Jacques SANTINI, Directeur des Affaires Institutionnelles

GSK FRANCE - Jean-Noël Bail, Vice-président, Directeur des Affaires Economiques et Gouvernementales

LEEM - Patrick Errard, Président

ROCHE FRANCE - Emmanuelle Garault, Directrice des Affaires Publiques et Gouvernementales