

## Commentaires de Transparence International France sur la Charte de lobbying de Lafarge

Anne-Marie Ducroux  
Administratrice, Rapporteur du dossier Lobby

Myriam Savy  
Chargée d'études

---

Les enjeux démocratiques du lobbying doivent être nommés et mieux explicités. Dans leurs démarches d'influence, les entreprises interviennent pour la vie économique, mais prennent également part, par leurs interventions, à la vie démocratique. Ainsi, le rôle et les contributions de chacun aux débats publics sont à préciser, à rendre plus transparents et à encadrer.

Transparence International France (TI France), dont l'objet social est l'amélioration de la gouvernance en vue d'apporter intégrité, transparence et responsabilité à la vie publique et économique, aborde le lobbying comme « *les actions d'influence, directes ou indirectes, menées par des groupes d'intérêts, représentés ou non, pour les défendre auprès des décideurs publics appelés à prendre ou influencer des décisions affectant des intérêts défendus par ces groupes.* »

Pour TI France et en phase avec Transparency International, le lobbying existe de fait et constitue un élément important du débat démocratique et du processus de prise de décision. Il peut contribuer à apporter des éléments d'information et de compréhension sur des enjeux complexes, en fournissant des points de vue pluriels et, ainsi, éclairer la prise de décision.

Néanmoins, le lobbying, ou son manque de transparence, peut dériver et avoir des conséquences dommageables au bon exercice de la démocratie, notamment si les différents intérêts en jeu sont pris en compte de manière inéquitable, si quelques intérêts spécifiques priment sur l'intérêt général, si des coûts indus pour la collectivité sont générés... La complexité des enjeux économiques, sociaux, sociétaux, environnementaux et de gouvernance, les arbitrages demandés, doivent pouvoir être débattus publiquement. Au final, il s'agit, d'une part, de prendre de meilleures décisions pour l'ensemble de la communauté et, d'autre part, de prévenir l'altération grave de la confiance entre les citoyens, les institutions publiques et politiques et les entreprises.

Les entreprises, pour leurs activités et leurs salariés, ont un point de vue spécifique à faire connaître dans les processus démocratiques. Pour créer ou améliorer les conditions de la confiance, elles ont la responsabilité de garantir un cadre et des pratiques intègres, transparents et cohérents avec leurs engagements de responsabilité sociétale, de les faire comprendre et d'en expliquer les résultats.

Les intentions de la nouvelle charte pour le lobbying de Lafarge, dont nous saluons l'adoption à l'issue d'étapes de dialogue, nous semblent s'inscrire dans cette perspective. TI France a été consulté durant la phase de projet pour recueillir son avis et ses suggestions. Cet échange prolonge ceux qui sont intervenus précédemment entre TI France et le Groupe Lafarge dans le cadre du code de conduite des affaires.

Lafarge a pris en compte la plupart des recommandations qui ont été émises par TI France. La charte, à travers l'énoncé de principes, d'une organisation et d'engagements de l'entreprise, comprend des éléments qui nous semblent importants, notamment :

- L'entreprise adopte un cadre volontaire sans attendre que la loi ne l'y conduise;
- **L'entreprise intègre sa démarche d'influence à la recherche de cohérence et de responsabilité de la politique de RSE de l'entreprise**, ainsi qu'aux dispositifs de dialogue. De plus, le placement des actions d'influence sous la responsabilité du directeur du développement durable et des affaires publiques devrait accentuer la cohérence entre les engagements pris en matière de lobbying et de responsabilité sociétale.
- **L'entreprise intègre sa démarche de lobbying à la conformité recherchée à travers son code de conduite des affaires ou de comportements sur les marchés**. De même, le groupe s'engage à respecter les codes de conduite et règlements des organisations publiques auprès desquelles il est amené à exercer une activité d'influence et à s'enregistrer sur les registres lorsqu'ils existent. Le groupe s'est ainsi inscrit sur les registres des représentants d'intérêts mis en place au sein des institutions européennes et du Parlement français. La liste des Parlements nationaux auprès desquels ce groupe international exerce des activités de lobbying pourrait être précisée ;
- **Lafarge s'engage à rendre publiques ses principales positions défendues pour les débats publics et à reconnaître l'existence de positions défendues par d'autres acteurs**. Ceci est en phase avec les recommandations versées au débat public par TI France. La notion de positions « principales » pourrait être affinée au cours des échanges réguliers avec les parties prenantes. Lafarge publie déjà le résumé de certaines positions dans son rapport de développement durable et sur son site Internet et y mentionne que des positions sont soutenues par d'autres acteurs ;
- **Le groupe précise que son travail d'influence s'effectue par différents voies** (lobbyistes d'entreprise, cabinets d'affaires publiques, fédérations professionnelles...). L'entreprise distingue ainsi le lobbying réalisé en interne de celui effectué par des personnes ou organisations mandatées et s'engage à être transparente sur ces différents dispositifs ;
- **La charte vise à s'assurer, pour toutes les personnes faisant du lobbying pour le compte de Lafarge, du respect des dispositions prévues et vise une cohérence des pratiques internes et externes ;**
- **La charte s'applique aux relations avec l'ensemble des décideurs publics** (parlementaires, hauts fonctionnaires, membres de cabinets ministériels, think tanks, lieux d'expertise, etc.) **et autres parties prenantes ;**
- **La publicité aux parties prenantes des « donations politiques » a été ajoutée**. Elle avait été recommandée en 2008 comme axe de progrès par TI France lors de l'élaboration du code de conduite des affaires ;
- **Lafarge s'engage enfin à promouvoir la prise en compte, par les agences de notation extra-financière, de standards élevés en matière de pratiques de lobbying dans l'industrie**. Ceci doit favoriser, pour des tiers indépendants, l'appréciation à terme de l'effectivité des dispositifs et engagements.

Lafarge, à travers ses innovations, pourrait être force d'impulsion, ouvrir des voies et conduire d'autres acteurs économiques à prendre conscience des enjeux. La société est en attente d'innovations sociales et démocratiques. Et les progrès pourront notamment être poursuivis :

- Par l'engagement à **présenter le budget alloué et ses modes de calcul**,
- Par un engagement à se prononcer sur la **politique observée en matière de cadeaux, voyages, invitations, financement de colloques et d'experts ou lieux d'expertise...** Cet aspect avait déjà été pointé lors des réactions de TI France au code de conduite des affaires. Il est à noter que, depuis janvier 2010, le Sénat français, dans son nouveau code de conduite, demande un engagement à déclarer les invitations à l'étranger de toute personne liée par mandat ou contrat au Sénat.

De nouvelles conceptions et pratiques de lobbying s'affirment déjà comme une composante essentielle d'une politique de responsabilité sociétale d'entreprise, comme en témoigne la prise en compte de cette question par différentes références de la RSE. Par exemple, à partir de juillet 2010, à la suite d'une convention de partenariat avec Transparence International France, l'agence européenne de notation extra-financière Vigeo prendra en compte, dans son référentiel, un critère appréciant les politiques, leur déploiement et leurs résultats en matière de lobbying.

TI France souhaite continuer à formuler ses propositions en direction des décideurs publics, des lieux d'expertise et des entreprises. Les codes de déontologie adoptés par certaines organisations doivent être complétés par des règles mises en place par les institutions publiques pour garantir une équité d'accès des intérêts en jeu et faire en sorte que les citoyens puissent connaître les modalités de la construction de l'expertise et de la prise de décision des décideurs politiques et publics.

\*\*\*\*