

Talents



Les fondateurs de SolarImpulse racontent leurs échecs. PAGE 85



MENU

SOUS LA LOUPE DE L'IMD 80

MÉDIAS 82

TÊTES 84

LEUR MEILLEUR ÉCHEC 85

INFLUENCE

Lobbyiste, un métier en quête de respectabilité

Les défenseurs d'intérêts qui hantent le Palais fédéral veulent sortir de l'ombre. Ils estiment que davantage de transparence doit améliorer leur image dans l'opinion.

PAR MARY VAKARIDIS

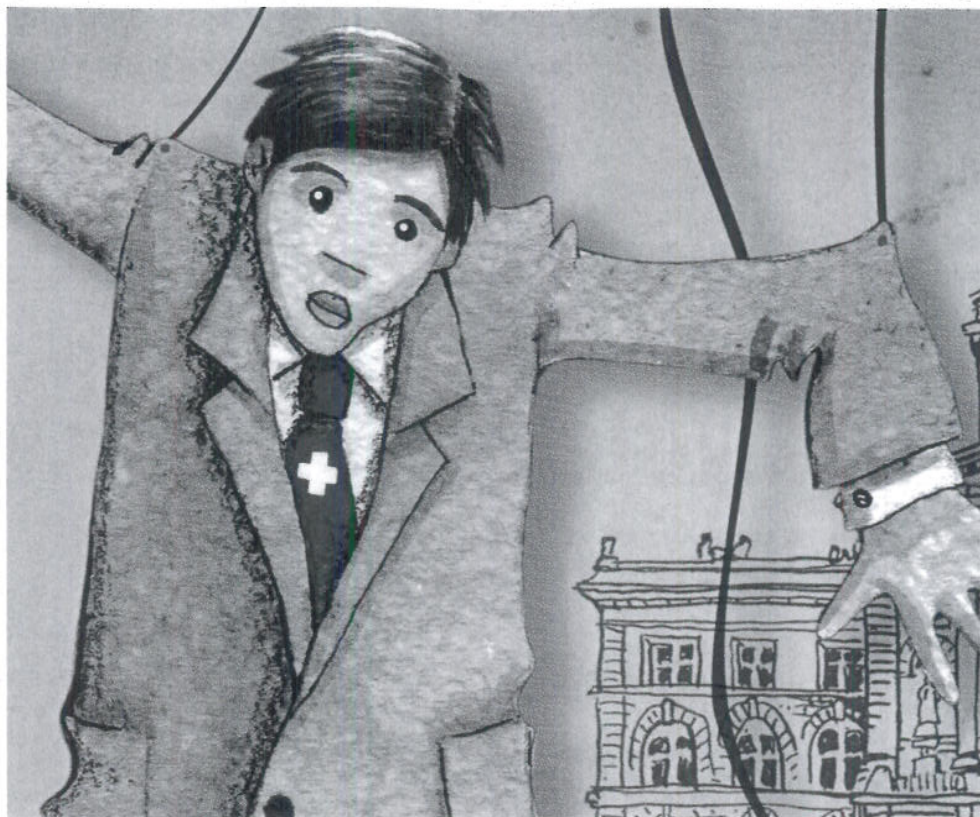


MANŒUVRES
On compte à Berne entre 350 et 400 lobbyistes invités sous la coupole.

Le lobbying? Une évidence dans toutes les démocraties du monde. Mais en Suisse, cette vérité fait toujours l'objet d'un tabou, faute de transparence. Les lobbyistes helvétiques revendiquent maintenant une légitimité et la reconnaissance de leur rôle dans la vie publique. Une évolution que commente Lionel Ricou, vice-président de la Société suisse de Public Affairs (SSPA): «Il y a deux conceptions différentes. En France, les citoyens considèrent que les parlementaires sont au service de l'intérêt général. La défense d'intérêts particuliers passe pour honteuse et se pratique en sous-main. Chez les Anglo-Saxons, l'intérêt général est vu comme la somme d'intérêts particuliers, ouvertement défendus par des lobbies. Un point de vue qui gagne du terrain chez nous.»

Directeur de Farnet pour la Suisse romande, Marc Comina affirme: «Je suis pour la transparence la plus complète. C'est la condition de base pour que le rôle du lobbying dans la formation de l'opinion soit mieux compris et mieux accepté.»

Le conseiller aux Etats neuchâtelois Didier Berberat a déposé en juin une initiative par-



Un cursus inédit pour spécialiste en lobbying

L'IHEID lance en janvier un programme de formation continue.

Comment influencer les agendas des forums politiques? Comment mener des négociations informelles en coulisses et emporter l'adhésion de ses interlocuteurs? «Lors de nos discussions avec les étudiants de notre executive master, ceux-ci ont émis le souhait de bénéficier de cours de lobbying», explique Sophie Huber, directrice exécutive de la formation continue de l'IHEID. L'institution genevoise les a écoutés et a décidé de mettre sur pied, en collaboration avec le cabinet de conseil en leadership et communication Leidar à Nyon, un programme de formation continue pour les lobbyistes

des secteurs publics et privés. Une première suisse.

Advocacy in International Affairs, ce cursus, entièrement en anglais, s'adresse aux leaders des ONG, aux spécialistes en relations publiques, aux journalistes et aux représentants de l'économie. Le programme s'effectue par le biais d'ateliers interactifs, de séminaires et de sessions en petits groupes, et il est sanctionné par un executive certificat. «Notre objectif est de délivrer un certain nombre d'instruments permettant de gagner en influence, explique Rolf Olsen, directeur de Leidar. Ces outils vont de la stratégie de communication à la gestion

des parties prenantes, en passant par l'art du storytelling et la bonne utilisation des médias sociaux.» Au programme, quatre modules pour comprendre les impératifs de l'environnement global, analyser et créer des discours efficaces, mener des campagnes de conviction ou faire du lobbying au niveau de l'Europe, des Etats-Unis et de l'ONU.
Fabienne Bogadi

POUR EN SAVOIR PLUS:

Les cours ont lieu quatre jours par mois, de janvier à juin 2012. Coût: 15 000 francs. Infos complémentaires à http://graduateinstitute.ch/corporate/executive/masters_executive/advocacy_en.html

lementaire pour demander que les lobbyistes soient accrédités au Palais fédéral en tant que tels et affichent leurs mandats. Réélu en octobre, il commente: «Face à des sujets toujours plus techniques, les élus ont besoin des informations des lobbies. Cela ne signifie pas qu'ils se laissent influencer. Il faudrait cependant davantage de transparence.»

INVITÉS PAR LES PARLEMENTAIRES

Car la transparence, on en est loin. A quelques semaines de la première session fédérale du nouveau Parlement, les lobbyistes prennent dans l'ombre des contacts pour assurer leur entrée au Palais. Chaque parlementaire peut faire accréditer deux personnes: épouse, mari, mère ou collaborateur personnel. Ou lobbyiste. Pour 246 membres des deux Chambres, on décompte actuellement entre 350 et 400 lobbyistes invités.

Jusqu'ici, pour connaître leur identité, il faut se rendre à Berne au Secrétariat central des services du Parlement afin de consulter une liste interdite de photocopieuse. Dès janvier 2012, le document sera accessible sur Internet. Mais le flou continuera à régner sur les mandats et les moyens mis à disposition par les différents groupes d'intérêts.

Les lobbyistes du Palais? A gauche, il y a des collaborateurs des syndicats et des ONG (USS, Unia, Amnesty International...). A

PHOTOS: DR

«La transparence est la condition de base pour que le rôle du lobbyiste soit mieux accepté»



droite, des salariés des organisations patronales et faitières: près d'une dizaine d'émissaires d'Economiesuisse peuvent arpenter la salle des pas perdus.

Leur job? Avant tout, nouer des contacts avec les parlementaires et faire passer leurs points de vue. Ils invitent les élus à des séances d'information, leur organisent des entrevues avec les patrons et les bombardent de missives. Lors d'affrontements gauche-droite, les députés semblent d'emblée acquis à une cause. Mais sur des questions pointues – typiquement la révision partielle de la loi fédérale sur l'aménagement du territoire – ils apprécient le travail de défrichage des lobbies pour se faire leur propre opinion.

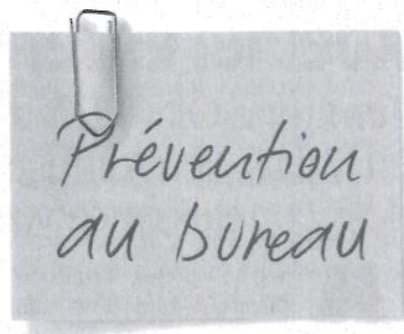
Les entreprises (ABB, Credit Suisse, Migros, Nestlé, Philip Morris, Swiss, l'assurance CSS, les CFF ou La Poste) embauchent maintenant elles aussi des lobbyistes. Souvent d'anciens journalistes, comme Yves Seydoux, ex-RSR, puis porte-parole du défunt conseiller fédéral Jean-Pascal Delamuraz qui roule pour le Groupe Mutuel. Ou Martin Schläpfer, ancien du magazine alémanique *Bilanz*, recruté par Migros en 2003.

DES RELAIS PUISSANTS

Si les importations parallèles de médicaments restent interdites en Suisse, malgré l'opposition du lobby des consommateurs, elles le doivent au travail de Thomas Cueni. Secrétaire général d'Interpharma et ancien journaliste, il est connu pour n'avoir jamais perdu une seule votation populaire.

Ces relais sont d'une influence évidemment proportionnelle à l'apport financier. Les agences de relations publiques, avec comme locomotives Farner Consulting et Burson-Marsteller, travaillent pour ceux qui en ont les moyens. Farner décrit sur son site internet l'opération menée sur mandat du Forum Place financière Suisse: «Farner fournit publications, campagne d'annonces, conception des événements et des exposants, contacts avec les intervenants et animation des débats, gestion des invitations, liste d'adresses et relations média.»

Ce que les élus n'avouent pas volontiers, c'est que dans leurs interventions, on retrouve souvent tels quels les argumentaires des lobbies. Riches en précieuses formules résumant les enjeux en moins de vingt secondes. ■■■



Lorsque les collaborateurs en ont plein le dos d'être assis.

Les problèmes de dos peuvent avoir de graves conséquences, également pour l'entreprise. En effet, les jours d'absence et les échéances reportées engendrent des frais et du stress. Nos modules de formation en ligne et nos brochures vous montrent comment favoriser la sécurité et la santé au bureau sans grand effort. Et avec notre concours, visiter notre site est doublement intéressant: www.prevention-au-bureau.ch



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Commission fédérale de coordination
pour la sécurité au travail CFST