

LES LOBBIES PLUS PUISSANTS

Comment on achète les parlementaires



PIEUVRE Globalement, les 246 parlementaires fédéraux qui siègent sous la Coupole sont impliqués dans 1856 conseils d'administration.

QUE JAMAIS

ENQUÊTE EXCLUSIVE *Influencés à coups de conseils d'administration et de petits fours, désespérément à la recherche d'idées, les députés fédéraux votent-ils encore en toute indépendance? Chaque année, divers lobbies leur versent au moins 10 millions de francs, un chiffre jamais révélé.*

DOSSIER RÉALISÉ PAR
TITUS PLATTNER

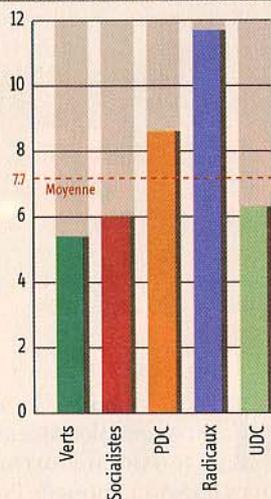


«**L**es membres de l'Assemblée fédérale votent sans instructions.» Lorsqu'il rappelle l'article 161 de la Constitution, John Clerc, 62 ans, ne peut retenir un sourire. Entré aux Services du Parlement en avril 1972, le secrétaire général adjoint a vécu 152 sessions et en sait long sur les servitudes et les vertus des députés. La réserve que lui imposent sa fonction et son caractère placide l'incitent à ne pas commenter davantage.

Pourtant, il en aurait à raconter. La polémique qui a agité le Palais fédéral la semaine dernière au sujet des cartes d'accès à l'internet sans fil offertes par Swisscom aux parlementaires (environ 2000 francs pièce) n'est que la pointe de l'iceberg. Les parlementaires qui votent en toute indépendance sont une espèce en voie de disparition. Ces quinze dernières années, les lobbies ont incroyablement gagné en importance, au fur et à mesure que les partis politiques se sont affaiblis.

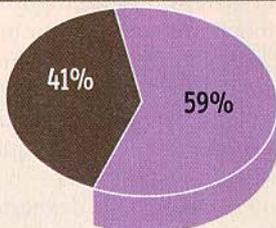
MARCHANDS DU TEMPLE Actuellement, 139 lobbyistes sont officiellement accrédités pour accéder au saint des saints: la Salle des pas perdus, située juste derrière l'hémicycle du Conseil national. Lorsqu'on les interroge, les parlementaires s'agacent sincèrement de la présence encombrante de ces marchands du temple. Ils ne peuvent s'en prendre qu'à eux-mêmes: chaque député a le droit de donner un laissez-passer à deux personnes, pas plus. Beaucoup ont

MANDATS PAR DÉPUTÉ



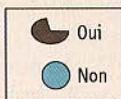
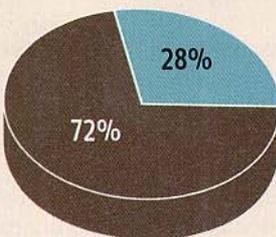
Les radicaux et les démocrates-chrétiens sont ceux qui exercent le plus grand nombre de mandats dans des conseils d'administration ou de fondation.

CONTREPARTIE POUR VOS MANDATS?



Plus de quatre parlementaires sur dix ont l'impression que les entreprises ou les organisations qui leur donnent des mandats attendent une contrepartie.

MANDATS OBTENUS APRÈS VOTRE ÉLECTION?



Presque trois quarts des députés interrogés ont reçu des mandats dans des conseils d'administration après leur élection au Parlement fédéral.

choisi des lobbyistes. Il serait même arrivé, souffle-t-on, que certains marchandent leurs accréditations.

TAUPES AU CŒUR DU POUVOIR En Suisse, «les premiers des lobbyistes restent les parlementaires eux-mêmes», dit Jochen Hoffmann, maître assistant à l'Université de Berne, qui travaille à un projet du Fonds national de la recherche scientifique sur la question. En jargon de politologues, poursuit-il, ces députés portent un nom sans équivoque: «built-in lobbyists», des sortes de taupes au service d'intérêts particuliers, placées au cœur même du centre de décision. L'ensemble des députés fédéraux est enrôlé dans les conseils de 1856 entreprises, fondations ou organisations. Si les intérêts de la plupart d'entre elles ne sont que rarement en jeu lors de discussions au Parlement, d'autres – plusieurs centaines – sont directement concernées.

UNE PREMIÈRE A la demande de *L'Hebdo*, Othmar Baeriswyl, chargé de cours à l'Université de Fribourg, a tenté pour la première fois de mesurer le degré de dépendance des parlementaires fédéraux. Depuis septembre dernier, il les a interrogés un à un au moyen d'un questionnaire, afin de connaître leurs revenus et leurs sentiments sur ce sujet, jusqu'à présent tabou. Sur 246 députés, 134 ont accepté de lui répondre, ce qui constitue un échantillon représentatif. Il a ensuite fallu interpréter les résultats et compléter les informations manquantes. Par chance, Othmar Baeriswyl connaît le business: avant de se reconvertir dans l'enseignement, il a lui-même vendu ses services durant douze ans au plus sulfureux des lobbies, celui du tabac.

Selon les déclarations des députés, les parlementaires fédéraux, ensemble, toucheraient chaque année au moins 4,8 millions de francs via des conseils d'administration.



BÉATRICE DÉVÈNES PIXSEL.COM

«Le lobbying en Suisse est à mi-chemin entre professionnalisme et copinage.»

Othmar Baeriswyl, chargé de cours à l'Université de Fribourg

Othmar Baeriswyl estime que l'on peut «facilement doubler cette somme», soit au moins 10 millions de francs par année. D'une part, les parlementaires les plus impliqués dans les milieux économiques ont souvent refusé de s'exprimer. D'autre part, vérifications faites dans les cas où cela était possible, les déclarations étaient presque toujours en dessous de la réalité. «Même si le lobbying en Suisse est en train de se professionnaliser, poursuit-il, ces montants prouvent que nous ne sommes pas encore sortis de l'ère du copinage.»

PAS DES ENFANTS DE CHŒUR En moyenne, chaque parlementaire encaisse 40 000 francs. Même s'ils ne sont de loin pas tous des enfants de chœur (certains représentent de puissants lobbies comme l'USS ou l'ATE), les députés de gauche comptent moins de liens d'intérêts et ceux qu'ils occupent sont moins rémunérateurs. A droite, ce sont les radicaux et les démocrates-chrétiens qui trustent le plus grand nombre de mandats. Certains peuvent accumuler

plusieurs centaines de milliers de francs. Faut-il pour autant considérer qu'ils sont achetés?

Quarante pour cent des députés interrogés admettent que ceux qui leur ont donné ces mandats en attendent une contrepartie. En revanche, seuls cinq parlementaires avouent se sentir influencés dans leur travail par de tels soutiens financiers (4%).

PETITS CADEAUX ET GROS MANDATS

Cette contradiction apparente a son explication. En règle générale, les organisations de défense d'intérêts ou les entreprises proposent des postes à des parlementaires qui partagent leurs points de vue. Une sélection naturelle. «Jamais, jure l'ancien président du Parti radical Gerold Bührer, un conseil d'administration ne m'a dit ce que je devais voter.» Le Schaffhousois siège notamment à la vice-présidence du conseil d'administration de Swiss Life. Puisque l'entreprise est cotée en bourse, la rémunération moyenne des administrateurs est publique depuis l'an dernier: elle a été de 102 500 francs en 2004. En tant qu'administrateur de Georg Fischer, Bührer touche encore 50 000 francs de plus. Il n'y voit aucun problème: «Les Anglo-Saxons ont une relation très décontractée par rapport au lobbying; en Allemagne, par contre, on est tout de suite traité de vendu. En Suisse, c'est entre les deux...» Et Gerold Bührer, qui a étudié à Londres, de vanter les mérites du modèle anglo-saxon: «Il est essentiel que la politique et l'économie puissent échanger des idées.»

Croisé dans l'anti-chambre du Conseil national occupée par l'UDC, Peter Spühler, membre du puissant conseil d'administration d'UBS (qui le paie 300 000 francs par an), se montre tout aussi catégorique. «Moi, influençable? Je suis contre Schengen alors que la banque est pour», argumente-t-il. Ce qu'il ne dit pas, c'est que lors du vote final au Conseil national sur Schengen/Dublin,



le 8 décembre 2004, il avait préféré ne pas voter, tiraillé entre la position de son parti et celle des milieux bancaires. En plus, il se bat d'ores et déjà comme un lion pour l'extension de la libre circulation (comme la banque, contre son parti).

Mais il faut reconnaître que Peter Spühler reste un cas à part. A la tête de l'entreprise Stadler Rail depuis 1989, il a fait fortune (entre 100 et 200 millions) en vendant des locomotives et des wagons de chemin de fer au quatre coins de la planète. «Ce n'est pas avec 300 000 francs que l'on va m'acheter!», dit-il pour conclure cette conversation un brin embarrassante.

DÉBATS PARASITÉS D'autres, en revanche, tirent une part importante de leurs revenus par ce biais-là. Le conseiller aux Etats Eugen David (PDC/SG), par exemple, est président de Hel sana, le premier assureur maladie de suisse (1,6 million de personnes). En moyenne, chaque administrateur a touché 65 100 francs l'an dernier.

Le problème, c'est que Eugen David est également membre de la Commission de la sécurité sociale et de la santé publique du Conseil des Etats (CSSS) où se préparent toutes

les lois concernant la politique de la santé. Dans la même commission, pratiquement aucun des treize membres n'est libre: Christoffel Brändli fait du lobbying pour Santésuisse, l'organisation faîtière des assureurs maladie; Erika Forster Vannini (PRD/SG) préside l'association de soins à domicile de son canton; Anita Fetz (PS/BS) est membre du conseil d'une fondation d'aide aux enfants malades; Bruno Frick (PDC/SZ) est président de la communauté d'intérêts de l'hôpital d'Einsiedeln, dont le but est de maintenir un hôpital régional sur place; Trix Heberlein (PRD/ZH) est présidente de Swiss Transplant et membre du conseil de la très chic clinique privée de Valens, au-dessus de Bad Ragaz, Alex Kuprecht (UDC/SZ) est assureur privé de profession, etc.

«Lors des débats, les positions des uns et des autres sont à ce point figées, explique le conseiller aux Etats Simon Epiney (PDC/VS), qu'une discussion sereine n'est plus possible.» Selon lui, les assureurs maladie en particulier, ont «un poids excessif au Parlement.» En clair, ils ont monnayé les faveurs d'un grand nombre de députés. «Il m'est arrivé plusieurs fois que des sociétés me proposent 20 000 ou 30 000

francs par an pour entrer dans leur conseil d'administration, raconte son collègue des Etats Jean Studer (PS/NE), mais j'ai toujours refusé.» «Il y en a qui font ça?, s'exclame le démocrate-chrétien jurassien Pierre Kohler, élu au National en octobre 2003. Je voudrais bien siéger dans quelques conseils d'administration, moi. On ne m'en a pas proposé.» Il devrait bientôt être comblé. Selon l'étude d'Othmar Baeriswyl, 72% des parlementaires ont obtenu des mandats après leur élection.

TRANSPARENCE DE FAÇADE Depuis le 1er janvier 2003, dans un souci de transparence après l'affaire Peter Hess (PDC/ZG) – il avait omis de déclarer qu'il siégeait au conseil de British American Tobacco, alors qu'il présidait le Conseil national –, la loi sur le Parlement oblige les députés à déclarer tous les conseils d'administration et de fondation dont ils sont membres.

Certaines sociétés ont dû trouver une parade. Les parlementaires, plutôt que d'être invités comme administrateurs, sont mandatés pour donner leurs bons conseils. Le candidat malheureux à la présidence du Parti radical, Georges Theiler, par exemple, conseille Sunrise depuis cinq

LE LOBBYING EN CHIFFRES

A la demande de L'Hebdo, Othmar Baeriswyl, chargé de cours à l'Université de Fribourg, a mesuré pour la première fois le degré de dépendance des parlementaires fédéraux.

55%

... des parlementaires se définissent eux-mêmes comme lobbyistes.

10 mio

... c'est la somme versée aux parlementaires chaque année via des conseils d'administration.

40 000.-

... c'est la moyenne perçue par les députés fédéraux via des conseils. Certains touchent dix fois plus, et d'autres beaucoup moins.

72%

... des parlementaires ont obtenu des mandats dans des conseils d'administration après leur élection.

1856

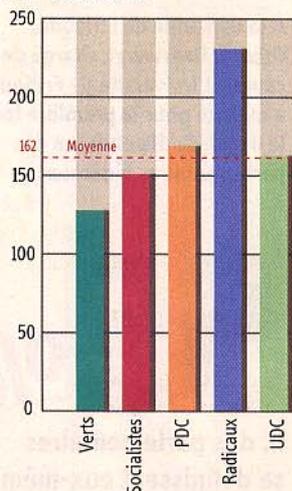
... c'est le nombre de conseils d'administration et de fondation qu'occupent au total les parlementaires.



ANTICHAMBRE DU CONSEIL NATIONAL Le lieu de toutes les intrigues auquel 139 lobbyistes ont accès.

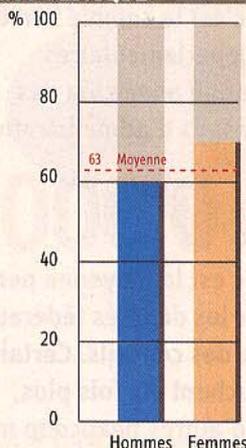
REVENU ANNUEL TOTAL

En millier de francs



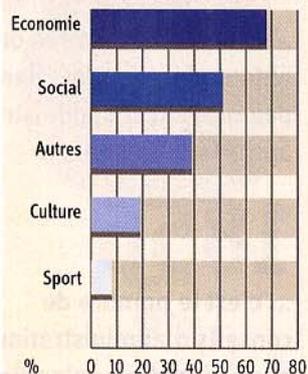
Outre les 70 000 à 100 000 francs qu'ils perçoivent du Parlement, les députés disposent de confortables revenus supplémentaires à travers leur profession ou leurs mandats.

TEMPS DE TRAVAIL INVESTI EN POLITIQUE



Les parlementaires sont de plus en plus des politiciens professionnels. Il y a une quinzaine d'années, on disait encore que le mandat correspondait environ à un emploi à 30%.

ORIGINE DES MANDATS



Les 68% des parlementaires possèdent un ou des mandats dans l'économie. Les charges dans le social ou la culture sont plus fréquentes à gauche.

ans via son bureau GT Consulting. Le 24 mars 2000, c'est lui qui a déposé une intervention parlementaire pour le dégrèvement du dernier kilomètre, afin de casser le monopole de Swisscom. Selon plusieurs sources, le Lucernois aurait touché 120 000 francs pour ce mandat en 2004. «Pas de commentaire sur mes honoraires», grommelle-t-il. Puis il se ravise: «Je ne suis pas un lobbyiste; d'ailleurs, à chaque séance de commission ou chaque débat en plénum qui traite d'un sujet lié, je dis que je conseille Sunrise. Je suis transparent!» Une transparence à deux vitesses: sur son site internet personnel, qui compte pourtant une centaine de pages (www.theiler.ch), ses électeurs ne peuvent voir nulle part la mention Sunrise.

FANTÔME DES PATRONS «Sur le dossier des télécommunications, avoue l'un de ses camarades radicaux, Theiler a perdu toute crédibilité.» Il a même hérité d'un surnom assez peu flatteur: Georges «Last-Mile» Theiler. Mais il y a bien pire. En pleine session parlementaire, entre deux votes, Peter Weigelt (PRD/SG) est très occupé. «Je vous donne deux minutes, pas plus. Je fais du *ghost-writing* pour un directeur d'une très grande entreprise», dit-il sans relever la tête de son clavier. Peut-être est-il en train d'écrire un discours pour le patron de Aldi. Mediapolis, la société de conseil de Weigelt, vient en effet de décrocher le mandat d'accompagner l'arrivée du géant allemand de la distribution sur le marché suisse. «Il s'agit de relations de presse, de formation de cadres et aussi d'un peu de lobbying», explique le Saint-Gallois sans sourciller.

A quelques mètres de là, Ruedi Noser, vice-président du Parti radical, s'empare: «Certains utilisent leur fonction pour faire du fric. Je trouve ça à gerber.» Mais Peter Weigelt s'en moque éperdument. En plus, il assure: «Vous savez, en faisant de la politique,



CHRISTIAN LANZ, ROB

«Certains parlementaires utilisent leur fonction pour faire du fric. Je trouve ça à gerber.»

Ruedi Noser, conseiller national radical

j'ai certainement perdu davantage de clients que je n'en ai gagné.» Difficile à croire.

AU SECOURS! DES IDÉES SVP! La dépendance des parlementaires vis-à-vis des lobbies n'est pas seulement financière. La bataille a même davantage lieu sur le terrain des idées. En quarante ans, la production législative a triplé et les dossiers sont de plus en plus complexes.

«Plus une question devient technique, plus les parlementaires sont dépendants des lobbies», estime le jeune conseiller aux Etats Alain Berset (PS/FR). Le problème vient du système de milice lui-même: les députés exercent, en plus de leur fonction politique, une activité professionnelle, et lorsqu'ils doivent s'informer sur un problème pointu, ils ont tendance à se fier aux organisations de



BÉATRICE DÉVÈNES, PIXSELL.COM



défense d'intérêts dont leur parti est proche. C'est aussi valable pour la gauche que pour la droite.

«Une solution, poursuit-il, serait d'augmenter les indemnités des parlementaires pour qu'ils puissent vraiment engager une personne pour se faire aider.» Aujourd'hui, ils touchent entre 70 000 et 100 000 francs selon le nombre de commissions, (y compris les frais liés à l'engagement d'un assistant: 30 000 francs). Désabusé, Jean Studer est convaincu que cela ne changerait rien: «Sur le plan des idées, de nombreux parlementaires resteront de toute façon dépendants des lobbies.»

«Je m'arrange toujours pour contacter les parlementaires environ deux semaines avant le premier examen d'une nouvelle loi en commission; c'est là que nous pouvons le mieux les informer», explique Renatus Gallati, le pré-

sident de Société Suisse de Public Affairs (SSPA), l'organisation qui regroupe les lobbyistes professionnels à Berne. En d'autres mots, les députés n'y voient généralement pas encore très clair et sont désespérément à la recherche de l'idée géniale qu'ils pourraient s'approprier.

CHEZ LES PHARMAS Un sommet de ridicule a été atteint le 10 février 2004 par la Commission des économies et des redevances du Conseil des Etats (CER), qui a montré à quel point elle était soumise au lobby des grandes entreprises. Au premier jour de l'examen de la révision de la loi sur les douanes, Gregor Kündig, le représentant d'Economiesuisse, était arrivé avec une trentaine de propositions de modification, rédigées par une armée de juristes, prêtes à l'emploi, article par article. Afin de se faciliter la tâche, les députés lui avaient demandé de les

classer par ordre d'importance. Ainsi fut fait: * important, ** très important, *** absolument vital.

La suite est édifiante. Au moment de passer la loi en revue, le président de la CER, Eugen David, fait une longue pause à chaque article annoté par Economiesuisse. Il faut savoir qu'une proposition de modification doit obligatoirement être portée par un député. A chaque fois, l'un d'eux se porte volontaire. Mais tout à coup, la machine s'enraye:

«Quelqu'un a-t-il quelque chose à ajouter?», dit Eugen David. (*Silence*)

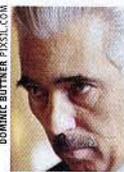
– Personne?

(*Long silence*)

– Tout de même! C'est une proposition trois étoiles! Il faut quelqu'un pour défendre cette modification d'Economiesuisse!»

En fin de compte, un conseiller aux Etats un peu moins fier que les autres s'est dévoué. La même commission

DU CYNISME À LA VERTU



DOMINIQUE BÜTTNER / PIXEL.COM

PETER WEIGELT
(PRD/SG)

Une jambe dans la politique, l'autre dans le lobbying, le Saint-Gallois assume sans complexes. Mediapolis, la société qu'il a fondée en 1998, est très active dans le lobbying et la communication politique. Il siège encore à Swisscable (défense des câblo-opérateurs) et travaille pour l'Association suisse des matières plastiques. Il a poussé le cynisme jusqu'à fonder l'Action pour une libre information de l'opinion, qui prône la transparence des élus via le site www.lobbymarkt.ch.



CHRISTIAN LANZ / RBB

JEAN-RENÉ GERMANIER
(PRD/VS)

Désordonné, le vigneron-entrepreneur ménage la chèvre et le chou. Il réussit le tour de force de présider à la fois la Chambre valaisanne d'agriculture et la Société Coopérative Migros Valais. Les deux jobs ne sont pas très lucratifs, mais le conflit entre la défense des intérêts des agriculteurs et ceux du grand distributeur est évident. Pour le reste, Jean-René Germanier se bat plutôt dans la ligue (très efficace) des chasseurs de subventions pour son canton.



CHRISTIAN LANZ / RBB

DICK MARTY
(PRD/TI)

Le conseiller aux Etats est la vertu en personne. Président de Suisse Tourisme, il s'est par exemple récusé lors des débats relatifs au financement de l'organisation. Dick Marty siège dans une vingtaine de conseils, mais prouve qu'avec une attitude respectueuse de la fonction il est possible de maintenir son engagement dans la vie civile. |



BELLEVUE Le Palace qui jouxte le Palais fédéral abrite de discrètes réunions, comme celles du lobby des lobbyistes, la SSPA.



PETIT GUIDE DU PARFAIT LOBBYISTE

a siégé durant deux jours dans les locaux de Roche et Novartis, à Bâle, les 17 et 18 janvier dernier. L'hôtel coûtant plus cher que le montant de l'indemnité versée aux parlementaires (170 francs), la différérence a été prise en charge par Interpharma.

COMME DES OIES Pour «échanger des idées» avec un parlementaire, il n'y a rien de mieux qu'un bon repas. «Durant les sessions, nous avons tous les midis le choix entre trois et quatre invitations, plus encore une ou deux le soir», explique Christian Levrat (PS/FR). «Il faut faire très attention, car au bout d'un moment, ils demandent de défendre l'une de leurs revendications», ajoute Alain Berset. Mercredi 2 mars, justement, c'était l'Association des banquiers privés qui invitait à 20 heures. Thème de la soirée: Schengen/Dublin. Durant les sessions, les parlementaires disposent certes de 110 francs de forfait par jour à titre d'indemnités repas, mais les débrouillards peuvent sans autres passer trois semaines en mangeant à l'œil. Les soupers les plus mémorables ont lieu à la veille des votes. Car, comme s'en amuse Dominique de Buman (PDC/FR), de la partie chez les banquiers privés ce soir-là: «Ventre vide n'a pas d'oreille.»

Un Parlement est par nature le lieu de l'arbitrage entre intérêts particuliers, au nom de l'intérêt général. La Suisse s'est enorgueillie jusqu'ici d'avoir un Parlement de milice. Mais désormais, que ce soit en tant que juriste, économiste ou conseiller politique, près d'un parlementaire sur deux vend ses compétences par métier. Pour s'assurer un revenu confortable, ils y sont presque contraints. Cette dépendance pousse certains à abuser de leur mandat. La transparence n'est que de façade. Au royaume du Parlement de milice, le flou et l'hypocrisie sont désormais la règle. |

Si l'on exclut les parlementaires, on estime qu'il y a entre 300 et 400 lobbyistes professionnels en Suisse. Souvent, la fonction est assurée en parallèle avec celle de porte-parole. Seuls 100 à 150 exercent le métier à temps plein. Environ un quart d'entre eux sont des lobbyistes free-lance, qui travaillent au mandat, pour différentes entreprises, organisations ou cantons. Quelques-uns nous ont dévoilé leurs trucs.

1 CONNAÎTRE SA MATIÈRE

Il n'y a rien de plus embarrassant pour un lobbyiste professionnel que d'ignorer la dernière évolution d'un dossier. Le premier des commandements du parfait homme de «public affairs» (il préfèrent se présenter ainsi) est donc de connaître à fond sa matière. Les meilleurs poussent la perfection jusqu'à rendre leurs compétences techniques indispensables, même pour leurs adversaires politiques.

2 PARTIR À POINT

Plus l'intervention a lieu tôt dans le processus de décision, plus les chances d'être entendu sont grandes. Il faut approcher les parlementaires concernés dix à quinze jours avant la première séance de commission. A ce stade, ils ne maîtrisent souvent pas encore le dossier et sont demandeurs d'informations. Si cette étape a été manquée, il est parfois encore temps d'agir avant que les groupes parlementaires de chaque parti se prononcent. Après, c'est plus difficile. Certains lobbyistes poussent la finesse à agir bien en amont du stade proprement politique et parviennent à influencer les projets de l'administration. Redoutable.

3 COMMANDER UNE ÉTUDE UNIVERSITAIRE

Certains lobbyistes nous ont avoué commander régulièrement des études universitaires ou des expertises indépendantes. Il faut simplement ne pas se tromper de professeur, afin de s'assurer que les résultats pèseront du bon côté de la balance. Inconvénient: cela coûte cher. L'arme des sondages s'avère également efficace. Parfois, il est nécessaire d'agir incognito, via des fondations-écrans.

4 OFFRIR LE LUXE SANS EN FAIRE TROP

L'agenda des parlementaires est souvent surchargé. Mais ils ont aussi un estomac. Les lobbyistes ont donc pris l'habitude d'agrémenter leurs séances d'information d'un repas. Comme la concurrence est rude, il faut offrir ce qu'il y a de meilleur aux députés. Mais attention, cela doit rester décent. Mieux vaut par exemple éviter le caviar. En fait, il faut surtout savoir s'adapter à sa clientèle: ce qui peut plai-

re à un UDC risque de refroidir un socialiste, et inversement.

5 ÉVITER LES CADEAUX EMBARRASSANTS

Si les petites attentions ne sont pas interdites, certains cadeaux peuvent être gênants. A moins que le cercle des récipiendaires ne soit très ciblé, leur valeur ne doit en aucun cas dépasser deux ou trois cents francs. Mais il y a aussi la manière: le 26 septembre 2000, Swisscom avait par exemple eu la mauvaise idée d'offrir une trottinette à une quarantaine de parlementaires lors d'une réception. Ce n'est pas tant le coût de l'objet qui avait posé problème (270 francs), mais le fait que cette distribution avait eu lieu à la veille d'un vote important sur le dégroupage du dernier kilomètre. Le scandale avait même déclenché l'ouverture d'une enquête du Ministère public.

6 GAGNER LA BATAILLE MÉDIATIQUE

Les journalistes sont une cible intéressante puisqu'ils permettent d'influencer indirectement les parlementaires. Mais il ne faut pas mélanger les bidons, car un bon lobbyiste n'est pas un porte-parole. Les meilleurs évitent d'ailleurs scrupuleusement d'être cités dans les médias (il faut préserver l'ego des députés en leur laissant croire qu'ils sont toujours les premiers servis). Certains lobbyistes choisissent donc de glisser des idées à des leaders d'opinion de quelques journaux bien choisis. Les autres suivront.

7 ARRIVER AVEC LE BON ARGUMENT AU BON MOMENT

Parfois, mieux vaut attendre le dernier moment pour dégainer un argument. Mais celui-ci doit être spectaculaire. Cette tactique permet parfois de sortir d'une situation désespérée. Ainsi, le week-end précédant le vote sur l'obligation faite aux vendeurs de cartes à prépaiement de téléphone mobile de relever l'identité de l'acheteur, la révélation que des cartes suisses avaient été utilisées par Al-Qaïda avait retourné les parlementaires, a priori opposés à cette obligation.

8 MISER SUR LE BON CHEVAL

Rien ne sert de gagner les faveurs du dernier des tocards. Ce qu'il faut, c'est séduire le parlementaire qui saura en convaincre dix, quinze, vingt autres. Sachant cela, les élections étant parfois une loterie, mieux vaut bien choisir ses protégés. Car un parlementaire non réélu perd très vite son influence. Parfois, un petit don au comité de soutien d'une candidature peut s'avérer un excellent investissement. |



DAVOS FIN JANVIER Le Forum permet des rencontres aussi informelles qu'utiles: ici Adalbert Durrer, ancien président du PDC recyclé dans le lobbying, avec le conseiller fédéral Joseph Deiss.

Les lobbyistes, ces anciens camarades de parti

PROFESSIONNELS *Jamais les apparatchiks politiques ne se sont autant recyclés dans les «public affairs».*

Leurs honoraires peuvent atteindre 2 500 francs par jour.

Adalbert Durrer ne met pratiquement plus les pieds au Parlement depuis qu'il a quitté abruptement son poste de conseiller national, au printemps 2001. Pourtant, en tant que «Head of group Public policy» de l'UBS, l'ancien président du PDC est l'un des lobbyistes les plus puissants de Suisse. Son quartier général, lorsqu'il est à Berne, c'est plutôt l'Hotel Bellevue, le cinq étoiles attenant au Palais fédéral. Les députés dont il est proche y viennent régulièrement lui rendre des comptes.

TAPES DANS LE DOS Le parcours de «Bärtli», c'est ainsi que l'appellent ses intimes, est exemplaire. Aujourd'hui, avec les bonus, il gagne cinq fois plus qu'en tant que politicien. Et à défaut d'avoir su devenir conseiller fédéral, il leur donne des tapes dans le dos chaque année à Davos et mange régulièrement avec certains d'entre eux.

Au cours de ces dernières années, les apparatchiks

de parti ou les proches de conseillers fédéraux sont nombreux à avoir choisi de se recycler dans le lobbying. Après avoir fait le sale boulot pour assurer la réélection de son patron, Alexandre Mossu, conseiller personnel de Joseph Deiss jusqu'en janvier 2004, a rejoint la chimie bâloise. Il assume depuis le printemps 2004 le poste nouvellement créé de «Head of Public Affairs Switzerland» chez Novartis. Vincenza Trivigno, une ancienne conseillère de Pascal Couchepin, travaille pour Syngenta. Stefan Meierhans, qui était chez Ruth Metzler, cumule aujourd'hui les fonctions de porte-parole en Suisse romande et «government affairs manager» pour Microsoft. Son collègue Stefan Wyrer, qui était aus-

si chez la conseillère fédérale appenzelloise, a intégré un bureau de «public affairs» bernois.

GRAND RECYCLAGE Secrétaire général de l'UDC entre 1996 et 1999, Martin Baltisser, lui, a rejoint l'équipe de Mediapolis, la société de communication politique et de «consulting» du conseiller national Peter Weigelt (PRD/SG). Yves Seydoux, qui exerce la profession depuis une dizaine d'années pour Santésuisse, avait été le porte-parole de Jean-Pascal Delamuraz.

Regina Ammann Schoch, après un bref passage au Conseil national entre mars et décembre 1999 suite au décès de Samuel Meier (LdU/AG), dirige quant à elle le départe-

Les moyens financiers et humains des unités de «public affairs» des multinationales sont plus importants que ceux des partis politiques.

ment «public affairs» du Credit Suisse Group. «Je tutoie probablement 180 des 246 parlementaires, reconnaît-elle. Il est clair que c'est un avantage.» A priori, il peut sembler choquant que les grandes entreprises trouvent leurs lobbyistes parmi le personnel politique. Mais dans le même temps, la pratique des arcanes politiques ne s'apprenant que sur le tas, c'est tout naturel.

Les meilleurs lobbyistes ont tous un jour exercé une fonction politique. «J'ai essayé d'engager des collaborateurs en faisant appel à des chasseurs de têtes, dit un chef des «public affairs» d'une grande entreprise. C'était un fiasco; ils sont incapables de savoir qui a du flair politique ou non.»

PLUS DE MOYENS QUE LES PARTIS En revanche, ce qui est plus inquiétant, c'est que les moyens financiers et humains des unités de «public affairs» des très grandes entreprises sont plus importants que ceux des partis politiques eux-mêmes. Logée dans un sympathique immeuble, juste à côté du siège du Credit Suisse au cœur de Zurich, l'équipe dirigée par Regina Ammann Schoch et son collègue Manuel Rybach est composée d'une dizaine de personnes. Sans compter le secrétariat. Pour comparaison, le secrétariat du PDC compte six personnes s'occupant directement des affaires politiques. Le département s'occupe certes parallèlement de «sustainability» (viabilité sur le long terme, en prenant en compte les risques d'ordre politique et éthique), mais lorsque cela est nécessaire, il dispose par exemple des fonds pour commander une étude bien trapue à un professeur d'université.

A l'UBS, les moyens, semble-t-il, sont encore beaucoup plus importants. Du reste, Peter Wuffli, son président du directoire, a expliqué dans ces colonnes que la banque a beaucoup investi ces dernières années dans «ce qui concerne



l'engagement politique», notamment avec la création d'une structure professionnelle sous la direction d'Adalbert Durrer («L'Hebdo» du 17 février).

Ceux qui jouent dans cette catégorie-là n'ont du reste souvent plus besoin d'intervenir directement auprès des parlementaires pour défendre leurs intérêts. «Parfois, explique l'un d'eux, il est beaucoup plus efficace et rapide d'intervenir sur les gens qui travaillent chez Economiesuisse.» Les grandes entreprises, en quelque sorte, font du lobbying sur des lobbies. A partir d'un certain niveau hiérarchique, l'accès direct aux exécutifs est là encore un avantage. Mais cette influence est réduite aux plus grands, c'est-à-dire les pharmas et les banques. Pour les autres, approcher un conseiller fédéral dans les douze heures peut s'avérer beaucoup plus difficile.

SECTEUR EN PLEINE CROISSANCE Le nombre de lobbyistes en Suisse est actuellement évalué entre 300 et 400 personnes. Jamais il n'y en a eu autant et leur nombre ne cesse de croître. Alors qu'elle ne comptait qu'une poignée de membres à sa fondation en 1999, la Société suisse de public affairs (SSPA) en affiche désormais 133. La plupart travaillent pour des entreprises de taille nationale, comme Cablecom, et d'autres ont vendu leurs talents à des cantons ou à des organismes publics. Claude Comina se bat ainsi pour l'EPFL et José Bessard tente de défendre les intérêts de la Loterie romande. La multiplication des lobbyistes défendant des intérêts cantonaux s'explique par le fait que les conseillers aux États sont de moins en moins les avocats de leur région, notamment en raison du durcissement des positions entre les différents partis politiques.

Seule une minorité de lobbyistes travaille en «free-lance» (environ 50). Les meilleurs d'entre eux peuvent facturer entre 2000 et 2500 francs la journée de travail. |

«Les lobbyistes sont nécessaires au bon fonctionnement de la démocratie»

RENATUS GALLATI Le président de la Société suisse de public affairs se bat pour une meilleure reconnaissance de la profession.

Etes-vous étonné par les sommes versées par les lobbies aux parlementaires via des conseils d'administration?

Pas vraiment. Mais il faut se rendre compte que cette façon de faire n'est pas sans risques. Lorsqu'un député n'est plus en mesure de décider en toute indépendance pour des raisons financières et que cela se sait, il perd sa crédibilité. Le risque pour les entreprises ou les groupes qui procèdent ainsi est alors de générer l'effet inverse de celui qu'ils avaient espéré. Il ne faut pas mélanger les rôles. C'est la raison pour laquelle un lobbying effectué par des professionnels des public affairs sera de plus en plus important à l'avenir. La polarisation du paysage politique et surtout la complexité croissante des objets discutés au Parlement font qu'une information de qualité fournie aux décideurs politiques est devenue indispensable.

Pourtant, votre profession souffre toujours d'une mauvaise image...

Beaucoup de personnes ont encore l'impression que nous agissons dans une zone grise, située quelque part entre copinage et corruption. La réalité est évidemment tout autre: le lobbyiste sérieux – l'existence de quelques moutons noirs confirme la règle – est simplement un pourvoyeur d'informations entre son mandataire et les politiciens. Cela veut dire qu'il rend les parlementaires attentifs aux conséquences pratiques de telle ou telle modification législative. Que signifierait par exemple concrète-

ment le dégroupage du dernier kilomètre? Les politiciens – et cela est d'autant plus vrai en Suisse, puisqu'ils sont miliciens – ont besoin de ces informations. Sinon, ils seraient uniquement soumis à celle qui leur est fournie par l'administration. On sous-estime le rôle crucial joué par les lobbies pour le bon fonctionnement de la démocratie.

Pourquoi ne pas avoir appelé votre organisation Société suisse des lobbyistes?

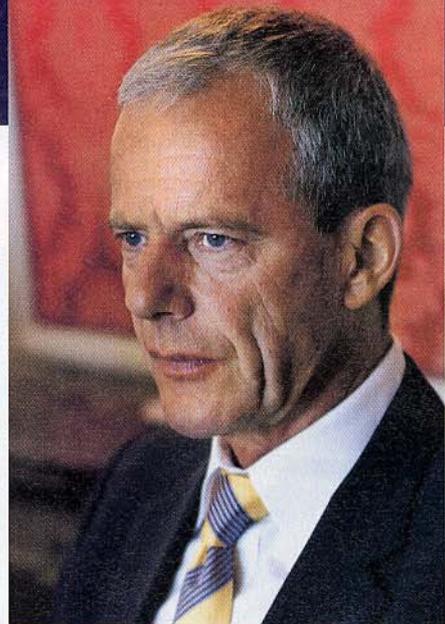
Si nous avons préféré le terme public affairs, c'est justement parce que le terme lobbyiste est connoté beaucoup trop négativement dans les esprits. Changer une mauvaise image, cela peut

prendre des années.

Reste que certains politiciens se sentent agressés. Le bernois Hermann Weyeneth a par exemple comparé certains d'entre vous à des vendeurs d'aspirateurs...

Avoir une attitude très offensive ou exercer de fortes pressions peut s'avérer payant dans un premier temps, mais sur le long terme, c'est catastrophique. Afin d'éviter cela, nous avons mis en place un code de déontologie. Pour durer dans ce métier, il faut fournir des informations factuelles de qualité, tout l'art étant de les donner à la bonne personne et au bon moment. Cela veut dire que nous ne pouvons absolument pas nous permettre de mentir ou d'exagérer. Il ne faut pas oublier que notre premier capital, c'est le réseau de relations que nous pouvons tisser. Si je venais à fournir une information tendancieuse à un politicien et qu'il s'en trouve ridiculisé au moment de l'utiliser, je briserais cette relation de confiance. |

PROPOS RECUEILLIS PAR TP



RENATUS GALLATI Il défend les siens.