

Universitatea Babeş-Bolyai

Facultatea de Ştiinţe Politice, Administrative şi ale Comunicării

Masterat Relaţii Publice

Anul universitar 2015-2016

Semestrul 1

LOBBYING

conf. dr. *Cosmin IRIMIEŞ*

Cluj-Napoca

2015

I. Informații generale

• Condiționări și cunoștințe prerechizite

Pentru o înțelegere mai bună a acestui curs sunt utile cunoștințele acumulate în cadrul cursurilor de *Introducere în Comunicare și Relații Publice*, *Bazele PR* și, respectiv, *Tehnici și Instrumente PR și publicitate*, *Branding Instituțional*, *Comunicare Politică*, cursuri cuprinse în programa specializării Comunicare și Relații Publice, la nivel de licență. Astfel, masteranzii care provin din rândul absolvenților acestei specializări dispun de cunoștințe în ceea ce privește definițiile comunicării și ale relațiilor publice, forme de persuasiune și manipulare, dinerse tipuri de influențare socială, modelele existente, componentele sistemului de PR, domeniile de aplicabilitate, principalele instrumente folosite în comunicarea intra- și interinstituțională, ceea ce va facilita însușirea de noi cunoștințe în domeniu. Cunoașterea prealabilă a unor metode de cercetare din științele comunicării este de asemenea utilă, deoarece metodele și instrumentele de cercetare stau la baza analizei situaționale și ajută la culegerea de date, care sunt necesare în vederea proiectării acțiunilor de relații publice.

Trebuie menționat că, deși absolvenții unei specializări din domeniul științelor comunicării la nivel de licență au avantajul de a deține anumite cunoștințe în domeniul Comunicării și al Relațiilor Publice, acest fapt nu condiționează participarea la cursul de față, dar prezența la curs e bine venită, întrucât sunt incluse noțiuni introductive cu care se va opera pe parcursul derulării modulelor.

• Descrierea cursului

Obiectivele cursului:

- 1. Înțelegerea contextului teoretic cu privire la desfășurarea activității de lobby.*
- 2. Înțelegerea diferenței, dar și a asemănarilor între activitățile de lobby și advocacy. Perceperea activității de lobby într-un context mai larg.*
- 3. Incadrarea activității de lobby în contextul mai larg al afacerilor publice. Stabilirea nivelului de suprapunere, dar și a diferențelor dintre activitatea de lobby și afacerile publice.*
- 4. Stabilirea diferențelor între activitatea de lobby și practicile manipulative. Identificarea riscului de suprapunere a activității de lobby cu practicile manipulative, dar și metode de evitare a acestei suprapuneri.*
- 5. Identificarea cadrului de desfășurare a activității de lobby, stabilirea principiilor și a condițiilor de desfășurare a activității de lobby.*
- 6. Prezentarea modelului american de lobby pentru înțelegerea contextului practic de desfășurare a activității.*

7. *Prezentarea comparativa si intelegerea diferitelor modele de lobby din Europa. Identificarea premiselor cu privire la reglementarea si dezvoltarea acestei activitati.*
8. *Identificarea cadrului de desfasurare a activitatii de lobby in Romania, prezentarea initiativelor legislative in domeniu existente in tara noastra si anticiparea potentialului de dezvoltare a activitatii de lobby in Romania.*

Pe parcursul acestui curs masteranzii se vor familiariza cu noțiunile teoretice de Lobby și lobbying. De asemenea, se va clarifica confuzia între Lobby și advocacy, dar și înțelegerea termenului de Public Affairs. Lobby-ul se află la intersecția mai multor practici de persuasiune, manipulare și propagandă. În lipsa anumitor reglementări procesul de lobby se confundă cu darea de mită sau oferirea de cadouri. Vor fi analizate de asemenea, principalele tipuri de lobby: cel direct (întâlniri face to face, conversație telefonică mesaje scrise (fax, scrisori, etc) și cel indirect (prin campanii mass-media). Masteranzii se vor familiariza cu modelul American de lobby, precum și cu alte modele din țări precum: Marea Britanie, Germania, Franța, Polonia, Cehia, Serbia.

- **Organizarea temelor în cadrul cursului**

Cursul își propune abordarea următoarelor teme:

1. **Premise teoretice**
2. **Lobby versus advocacy**
3. **Lobby versus public affairs**
4. **Activitatea de lobby-ing și influența socială**
5. **Activitatea de lobby**
6. **Lobby-ul și continentul nord-american**
7. **Modele de lobby în Europa**
8. **Lobby israelian**
9. **Reglementarea activității de lobby în România**
10. **Concluzii și perspective**

- **Formatul și tipul activităților implicate de curs**

Metode utilizate în cadrul predării: expunerea, exemplul demonstrativ, sinteza cunoștințelor, descoperire dirijată, dezbateră, cafeneaua publică.

- **Materiale bibliografice obligatorii**

1. Mihăileanu Liviu, *Reglementarea activității de lobby: în anticamera influenței*, Ed. C.H. Beck, 2009
2. Nauro F. Campos and Francesco Giovannoni, “Lobbying, Corruption and Political Influence”, in *Public Choice*, 2007, Vol. 131, pp. 1-21
3. Heike Klüver, “The contextual nature of lobbying: Explaining lobbying success in the European Union”, *European Union Politics*, 12(4) 483–506
4. _____, „The Lobbying Process: Basic and How to Guide”, adapted from the One Voice Summit 2009
5. Pat Libby, „Lobbying and Advocacy. What Does it Mean, and Why Should We do it?” (ch. 1), in *Lobbying Strategy Handbook*, 2012, Sage Publications
6. David Lowery, “Why Do Organized Interests Lobby? A Multi-Goal, Multi-Context Theory of Lobbying”, in *Polity*, vol. 39, no.1, 2007, pp. 29-54
7. Anthony J. Nownses, „Studying Lobbyists and Lobbying”, in *Total Lobbying. What Lobbyists Want and how they try to get it*, (ch. 1), 2012, Cambridge University Press
8. <http://en.wikipedia.org/wiki/Lobbying>
9. http://en.wikipedia.org/wiki/Lobbying_in_the_United_States
10. <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/345407/lobbying> + video Lobbying

- **Materiale și instrumente necesare pentru curs**

Suportul de curs, împreună cu celelalte materiale indicate ca bibliografie pot fi împrumutate acasă sau consultate în biblioteca facultății. Pentru optimizarea condițiilor de desfășurare a cursului este necesar accesul la un calculator dotat cu CD-ROM și conectat la internet.

- **Elemente de deontologie academică**

În acord cu reglementările Universității Babeș-Bolyai pentru informații suplimentare cu privire la respectarea standardelor de onestitate academică, va rugăm să consultați adresa: http://www.polito.ubbcluj.ro/polito/documente/reguli_plagiat.pdf. Sub nici o formă nu se va accepta plagiatul, adică preluarea unor idei sau texte de la alți autori fără semnele citării și fără a

se preciza sursa. În cazul încălcării acestei reguli se va aplica regulamentul în vigoare al universității, regulament ce merge până la exmatriculare pentru astfel de situații.

Fraudarea examenului se penalizează prin exmatriculare. Discuțiile sau colaborările în timpul examenelor se sancționează cu nota 1. Contestarea notei primite la un examen, se face în scris, la catedra de Comunicare și Relații Publice, în termen de 48 ore de la afișarea rezultatelor. Nota finală la disciplina respectivă este cea obținută în urma contestației.

- **Studenti cu dizabilități**

Facultatea asigură accesul în sălile sale ale persoanelor cu handicap locomotor. Acestea pot folosi liftul facultății pentru a ajunge la sălile de la etaj. De asemenea, persoanele cu deficiențe de vedere pot fi însoțite de către o altă persoană, iar la examen acestea pot scrie după dictare. Masteranzii cu dizabilități pot adresa solicitările lor pe adresa de e-mail a tutorelui.

- **Strategii de studiu recomandate**

Masterandul trebuie să citească cu atenție informațiile din suportul de curs și să aprofundeze materia. O simplă citire a suportului de curs nu este suficientă pentru obținerea unei note de trecere. Pentru o mai bună înțelegere a unor elemente prezentate în suportul de curs se poate recurge la bibliografia opțională.

1. PREMISE TEORETICE

Cuvinte cheie: lobby, influentare, activitate, decizii

Obiectiv: Înțelegerea contextului teoretic cu privire la desfășurarea activității de lobby.

Activitatea de *lobby* trebuie înțeleasă ca modalitatea transparentă de influențare a deciziilor legislative și executive prin acțiuni care au scopul de a susține drepturi și interese legitime în promovarea, adoptarea, modificarea sau abrogarea unor decizii și acte normative de către autoritățile și instituțiile publice.

Prin *lobbying* se înțelege activitatea unui grup (sau persoană) care încearcă să determine puterea legislativă sau executivă să adopte o poziție sau să ia o decizie care să servească interesele legitime ale respectivului grup. În plus, prin *lobbying* (activitatea de lobby), factorii decizionali -parlamentarii, reprezentanții administrației publice centrale și locale etc. - pot beneficia, prin intermediul acestor grupuri, de expertiza unor specialiști în diferite domenii. Dintr-un alt punct de vedere, *lobbying*-ul constituie un mecanism prin care se menține legătura dintre alegători și aleșii lor, pe durata mandatului acestora din urmă.

Activitatea de lobby presupune o serie de contacte cu conducători sau reprezentanți ai autorităților sau instituțiilor publice în vederea promovării sau respingerii anumitor legi sau reglementări. Totuși, în România este foarte persistentă confuzia între trafic de influență și lobby, mulți oameni considerându-le sinonime. Lipsa unei legi care să reglementeze această activitate sporește și mai tare confuzia și amână desfășurarea unor campanii de lobby cu adevărat profesionale în domenii, până la urmă, de interes general.

Acest lucru face extrem de dificil controlul democratic asupra diferitelor activități, pentru evitarea, în primul rând, a traficului de influență, atât de blamat de opinia publică. Activitatea de lobby este una dintre caracteristicile democrației performante, cu adevărat în folosul cetățenilor.

Obiectivele oricărei acțiuni de *lobby* pot fi clasificate în două mari categorii:

- adoptarea sau respingerea unei propuneri, în componenta legislativă
- emiterea sau abținerea de la emitere a unui act administrativ, în componenta executivă (propunerile sunt supuse atenției funcționarilor din instituțiile administrației publice și culminează cu adoptarea și aplicarea acestora prin decizia voluntară a unui demnitar investit cu putere executivă (primar, director de agenție, departament ori direcție județeană, prefect sau ministru).

Exerciții practice:

1. Unul dintre principalele obiective ale activității de lobby se referă la „emiterea sau abținerea de la emitere a unui act administrativ”. Cum poate fi realizat acest obiectiv astfel încât să fie evitată suspiciunea de trafic de influență?

2. Analizați următoarea afirmație: „*Activitatea de lobby este una dintre caracteristicile democrației performante, cu adevărat în folosul cetățenilor*”.

Bibliografie obligatorie:

1. Mihaileanu, Liviu, Horja, Aurelian - Reglementarea activității de Lobby. In anticamera influenței, Editura C.H. Bech, București, 2009 Capitolul 1: Definirea activității de lobby, p. 5-15.
2. What is lobbying and why is it important? - The American League of Lobbyists
<http://www.youtube.com/watch?v=Q46kxNc5BLE>

2. „LOBBY” VERSUS „ADVOCACY”

Cuvinte cheie: lobby, advocacy, cetateni

Obiectiv: Intelegerea diferentei, dar si a asemanarilor intre activitatile de lobby si advocacy. Perceperea activitatii de lobby intr-un context mai larg.

De multe ori se face confuzie între „lobby” și „advocacy”. În timp ce lobby-ul se referă la încercarea de a influența legislația, advocacy cuprinde o arie mai largă de activități, printre care și activități de lobby. O modalitate de a diferenția cele două noțiuni este înțelegerea faptului că lobby presupune activități de advocacy, în timp ce advocacy-ul nu implică neapărat și activități de lobby.

„Advocacy” constă în acțiunile organizate prin care se preiau probleme *invizibile*, neglijate, încercându-se influențarea atitudinii publice și a atitudinii actorilor politici.>>¹ Sau mai simplu spus: advocacy reprezintă procesul prin care cetățenii organizați influențează factorii decizionali în luarea unei hotărâri pe un subiect de interes public. În schimb, lobby face referire la abordarea directă a autorităților și este o tactică de advocacy. Totodată, o altă diferență între cele două noțiuni este faptul că advocacy este o activitate de sensibilizare a opiniei publice și a factorilor implicați în luarea hotărârilor cu privire la acțiuni ce pot afecta viețile oamenilor într-un mod direct. În schimb, lobby-ul are ca și scop influențarea efectivă a deciziei guvernamentale.

O altă problemă care apare aici este ideea că, adesea, se face o legătură între activitatea de lobby și trafic de influență. Prin urmare, se creează impresia că prin legiferarea lobby-ului se va legaliza traficul de influență. „Lobby-ul acționează transparent și se bazează pe o comunicare argumentată și strategii discursive excepționale, precum și pe cunoștințe tehnice și legislative solide.”²Traficul de influență este o formă gravă a corupției și se pedepsește cu închisoarea. Conform reglementărilor legale, traficul de influență este o infracțiune care face parte din grupul infracțiunilor care aduc atingere unor activități de interes public sau reglementate de lege. Sintagma este asociată cu darea de mită, luarea de mită și primirea de foloase necuvenite.

Exerciții practice:

¹ David Cohen, Rosa de la Vega, Gabrielle Watson, *Advocacy for Social Justice*, 2001, p.68.

² Liviu Mihăileanu, *Reglementarea activității de lobby: în anticamera influenței*, Ed. C.H. Beck, 2009,

1. Cazul Jack Abramoff: The lobbyist's playbook
<http://www.youtube.com/watch?v=CHiicN0Kg10>
2. Pornind de la diferențele existente între noțiunile de lobby și advocacy, încercați să construiți scheletul a două campanii, una de lobby, iar a doua de advocacy, pe tema modificării legii electorale.
3. Având în vedere cele prezentate mai sus, încercați să identificați și alte diferențe și asemănări între noțiunile de lobby și advocacy.

Bibliografie obligatorie :

Mihaileanu, Liviu, Horja, Aurelian - Reglementarea activitatii de Lobby. In anticamera influentei, Editura C.H. Bech, Bucuresti, 2009, p. 16-29.

3. LOBBY VS PUBLIC AFFAIRS

Cuvinte cheie: lobby, afaceri publice, cetateni

Obiectiv: Incadrarea activitatii de lobby in contextul mai larg al afacerilor publice.

Stabilirea nivelului de suprapunere, dar si a diferentelor dintre activitatea de lobby si afacerile publice.

“Activitatea de *lobby* este doar un capitol al *Afacerilor Publice* - unul dintre domeniile cele mai noi ale Relațiilor Publice, codificat și standardizat în urma cu un deceniu și jumătate de Confederația Europeană de Relații Publice - CERP: „*Afacerile Publice (Public Affairs)*” reprezintă acel domeniu al Relațiilor Publice care vizează publicuri bine determinate: guvernul (național sau regional), parlamentul, municipalitatea, persoane din administrație, funcționari de stat, grupuri de presiune (la nivel local, național, european sau transeuropean)” – Asociația Română a Profesioniștilor în Relații Publice.

Ce înseamnă de fapt **Afacerile Publice**?

Înseamnă desfășurarea unei activități care constă în realizarea unor eforturi planificate și formalizate ale unei organizații cu scopul de a-și exercita drepturile și îndatoririle de bun cetățean în cadrul comunității, al națiunii și al societății și de a încuraja angajații să îndeplinească aceste drepturi și îndatoriri” (*Document cu privire la Afacerile Publice, adoptat de Consiliul*

CERP– Tampere, 19 octombrie 1991). Iar în concluzie, putem afirma că astfel de acțiuni nu se pot finaliza fără o consistentă activitate de *lobby*.

O definiție general acceptată a lobby-ului este cea oferită de către CERP, în care se spune că activitatea de *lobby* reprezintă o funcție managerială, dar și o importantă zonă a spațiului public, al cărei rol este realizarea și menținerea consensului social prin armonizarea intereselor particulare cu interesul public, așa cum rezultă acesta la un moment dat, în urma comunicării dintre actorii sferei publice. Cu alte cuvinte, activitatea de lobby urmărește direcționarea atenției spre realizarea unui program sau a unei politici, spre o reglementare a unei autorități sau spre o inițiativă legislativă (promulgarea, modificarea sau abrogarea unei legi).

Exerciții practice:

1. Având în vedere opinia aproape unanim acceptată, conform căreia lobby-ul este o parte a afacerilor publice, încercați să stabiliți până unde și din ce perspective se suprapun cele două domenii și ce anume le diferențiază.
2. Dacă acceptăm faptul că activitatea de lobby este o parte a afacerilor publice, în ce măsură putem accepta ca o persoană publică să fie, în cadrul unei campanii de lobby, atât subiect, cât și agent de lobby? Argumentați.

Bibliografie obligatorie :

Michie, David - *The invisible persuaders*, Bantam Press, London, 1998, p.63-81

4. ACTIVITATEA DE LOBBY-ING ȘI INFLUENȚA SOCIALĂ

Cuvinte cheie: lobby, influența socială, manipulare, persuasiune

Obiectiv: Stabilirea diferențelor între activitatea de lobby și practicile manipulative.

Identificarea riscului de suprapunere a activității de lobby cu practicile manipulative, dar și metode de evitare a acestei suprapuneri.

Influență socială – acțiune exercitată de o entitate socială (persoană, grup etc.) orientată spre modificarea acțiunilor și manifestărilor altelea. Influența socială este asociată cu domeniul relațiilor de putere și control social de care se deosebește întrucât nu apelează la constrângere. Se

asociază cu procesele de socializare, învățare sau comunicare. În acest sens, mulți teoreticieni apreciază că influența socială poate fi considerată ca o formă specifică a puterii, a cărei resursă principală este persuasiunea.

Persuasiune – activitate de influențare a atitudinilor și comportamentelor unor persoane în vederea producerii acelor schimbări concordante cu scopurile sau interesele agentului inițiator (persoane, grupuri, instituții sau organizații politice, sociale, culturale, comerciale etc.). Persuasiunea se realizează în condițiile în care se ține cont de caracteristicile de receptivitate și reactivitate ale persoanelor influențate. Persuasiunea este o activitate organizată astfel încât să ducă la adoptarea personală a schimbării așteptate.

Manipulare – acțiunea de a determina un actor social (persoană, grup, colectivitate) să gândească și să acționeze într-un mod comparabil cu interesele inițiatorului, iar nu cu interesele sale, prin utilizarea unor tehnici de persuasiune care distorsionează intenționat adevărul, lăsând impresia libertății de gândire și de decizie.

Spre deosebire de influența de tipul convingerii raționale, prin manipulare nu se urmărește înțelegerea mai corectă și mai profundă a situației, ci inocularea unei înțelegeri convenabile, recurgându-se atât la inducerea în eroare cu argumente falsificate, cât și la apelul la paliere non-raționale. Intențiile reale ale celui care transmite mesajul rămân insesizabile primitorului acestuia. Din punct de vedere politic, manipularea reprezintă o formă de impunere a intereselor unei clase, grup, colectivități nu prin mijloacele coerciției, ci prin cele ideologice, de inducere în eroare. Din acest motiv, “recurgerea la manipulare în situațiile de divergență de interese devine tot mai frecventă în societatea actuală, manipularea reprezentând un instrument mai puternic decât utilizarea forței”. (*Cătălin Zamfir, Lazăr Vlăsceanu, ed, Dicționar de sociologie*)

Practici manipulative:

1. Zvonul
2. Intoxicarea
3. Dezinformarea
4. Propaganda

Zvonul

- afirmație prezentată drept adevărată fără a exista posibilitatea să i se verifice corectitudinea (*C. Zamfir, L. Vlăsceanu, Dicționar de sociologie*)

- „un anunț legat de evenimentele la zi, destinat a fi crezut, colportat din om în om, de obicei din gură în gură, în lipsa unor date concrete care să ateste exactitatea lui”(Allport și Postman).

- „produsul importanței și al ambiguității”: dacă importanța este 0, în niciun caz nu se poate vorbi despre un zvon; la fel despre ambiguitate: declarațiile oficiale elimină zvonurile, pe când lipsa lor nu face decât să potențeze apariția și circulația lor (Peterson și Gist).

Intoxicarea

- „acțiune insidioasă asupra spiritelor, tinzând să acrediteze anumite opinii, să demoralizeze, să deruteze” (Vladimir Volkoff, *Tratat de dezinformare*)

- vizează adversarul

- constă în a-i furniza acestuia informații eronate, care îl vor face să ia decizii dezavantajoase pentru el și favorabile celui care provoacă intoxicarea.

- spre deosebire de dezinformare, scopul intoxicării este acela de a determina să greșească una sau mai multe persoane, nu o colectivitate.

Dezinformarea:

- orice intervenție asupra elementelor de bază ale unui proces comunicațional care modifică deliberat mesajele vehiculate, cu scopul de a determina la receptori (numiți ținte) anumite atitudini, reacții, acțiuni dorite de un anumit agent social (C. Zamfir, L. Vlăsceanu)

- folosește agenți de influență:

- lideri de opinie din mediile intelectuale;
- un personaj apropiat factorilor de decizie;

Propaganda:

- - activitate sistematică de transmitere, promovare sau răspândire a unor doctrine, teze sau idei de pe pozițiile unei anumite grupări sociale și ideologii, în scopul influențării, al schimbării, al formării unor concepții, atitudini, opinii, convingeri sau comportamente.

„Lobby-ul este un ansamblu de activități legale și transparente de monitorizare, analiză, documentare, comunicare directă și oferire de informații cu privire la posibile efecte viitoare ale unei decizii sau în vederea susținerii și promovării unor drepturi, opinii sau interese, efectuate cu intenția expresă de a influența opinia sau acțiunea puterii legislative sau executive...”.

Legiferarea lobby-ului induce și o stopare a intervențiilor politice ale unor cercuri de afaceri care contravin interesului public, prin instituirea de reguli și sancțiuni corespunzătoare pentru orice tip de influență care se abate de la cadrul legal.

Lobby-ul este, înainte de a fi o activitate de influențare/convingere, o punere în relație a actorilor spațiului social: distanțele sociale fiind mari, iar contextul informațional extrem de complex, este nevoie de un mecanism de traducere și de apropiere. Acest mecanism este lobby-ul, pentru că el este încorporat în social, dar în același timp relaționat cu politicul.

Este necesară activitatea de lobby?

Activitatea de lobby realizată într-un mod profesional are o serie de avantaje precum:

- „efecte benefice asupra transparenței actului decizional și a participării active din partea societății civile la procesul decizional;
- creșterea calității deciziilor adoptate, prin furnizarea profesionistă de informații decidenților cu privire la domeniul asupra căruia se operează, suplinindu-se astfel limitele de timp, bani sau chiar cognitive ale decidenților;
- creșterea eficienței în aplicarea deciziilor adoptate, rezultat al posibilității de cointereseare a celor cărora li se adresează încă din stadiul de proiect;
- schimbarea mentalității de abordare a raporturilor între emitenții deciziilor legislative și administrative și adresanții acestora, prin responsabilitatea autorităților publice și creșterea corespunzătoare a încrederii societății civile în procesul decizional, ca urmare a instituționalizării dialogului;”³

În ceea ce îi privește pe cei care iau deciziile, au și ei anumite avantaje printre care se numără următoarele: au acces la statistici și studii de măsurare a părerii populației gratuite; relația dintre ales și alegător se îmbunătățește; are loc încurajarea unei „a doua opinii”, chestiune ce poate evita adoptarea unei hototărâri greșite.

Și cei care practică lobby au anumite avantaje:

- interesele lor sunt mai bine observate decât a celor care nu sunt interesați de acest proces;

³ *Idem*, p. 38.

- pot aduce în atenția politicianilor chestiuni importante care pot trece neobservate de către aceștia;
- pot influența legislația astfel încât opinia publică să nu aibă de suferit de pe urma unei decizii greșite;
- pot aduce în fața unui minister problema respectivă;
- își exercită un drept
- contribuie la îndeplinirea rolului în societate a respectivei persoane sau organizații.

Pe de altă parte, lipsa unui sistem legislativ potrivit, face ca acțiunile de lobbying să aibă o conotație negativă în Europa, activitatea de lobby fiind mai degrabă înțeleasă ca o acțiune tip “trafic de influență”, considerată în afara legii. În acest sens în Europa și în ceea ce privește publicul european, organizațiile de lobbying trebuie să încerce să își creeze o imagine pozitivă, să adune publicul și să îi comunice adevăratele lor scopuri, astfel încât să nu mai fie asociate cu jocurile de culise și corupție. Activitatea de lobby poate fi considerată și realizarea unei democrații mature, mai ales dacă există o legislație clară și coerentă în vigoare, care să o reglementeze.

Exerciții practice:

1. Poate fi considerată activitatea de lobby o practică manipulativă? Dezbateri pe această temă.
2. Lobby versus trafic de influență. Dezbateri pe această temă.

Bibliografie obligatorie:

Mihaileanu, Liviu, Horja, Aurelian - Reglementarea activității de Lobby. In anticamera influenței, Editura C.H. Bech, București, 2009, p. 30-42.

5. ACTIVITATEA DE LOBBY

Cuvinte cheie: lobby, conditii, low profile, principii, contract de lobby

Obiectiv: Identificarea cadrului de desfasurare a activitatii de lobby, stabilirea principiilor si a conditiilor de desfasurare a activitatii de lobby.

Context

Activitatea de lobby depinde de context și circumstanțe/condiții:

- Lobby-iștii au tendința de a fi eficienți în momentul în care activitatea de lobby este orientată spre subiecte tehnice, nepolitice și „low profile” (nu sunt vizibile, de prim-plan).
- Lobby-iștii tind să acționeze ca interpreți, explicându-le clienților reguli și proceduri concomitent cu explicarea dorințelor și a obiectivelor clienților în fața persoanelor cu autoritate și putere de decizie. Lobby-iștii tind să fie mai valoroși în momentul în care tratează aspecte tehnice low-profile, întrucât în acest caz este mult mai puțin probabil ca respectivii clienți să știe cui și cum să se adreseze în afara organizației.
- Vor informație pentru a-i putea informa, la rândul lor, pe cei care participă la luarea deciziei, iar lobby-iștii știu cum să ofere acest material astfel încât clientul lor să „arate bine”. Cea mai eficientă activitate de lobby este cea în care sunt implicate oficialitățile. Lobby-iștii vor fi mult mai eficienți în tratarea subiectelor sau a aspectelor pe marginea cărora este puțin probabil ca sectorul politic să adopte o poziție fermă. În același context, acest sector este puțin probabil să fie un oponent organizat în ceea ce privește subiectele „low profile”, nepolitice sau tehnice.

Cu cât activitatea de lobby este mai vizibilă însă, cu atât va provoca o reacție mai puternică din partea celui alt grup, pe care îl va determina să „iasă la luptă”. Lobby-iștii subestimează adesea puterea pe care o au sau o pot avea dacă sunt „liniștiți”. În momentul în care ies în față, succesul și eficiența lor vor scădea, întrucât jocurile „high profile” sunt mult mai complexe, numărul actorilor implicați crește considerabil, în timp cel al subiectelor care pot fi tratate simultan scade pe măsură, determinând scăderea în consecință a succesului probabil.

Activitatea de lobby are un efect redus/ nesemnificativ asupra proiectelor și temelor mari, cum ar fi politica externă sau schimbările economice majore. În aceste cazuri este puțin probabil

că lobby-istii vor aduce informații noi, astfel încât valoarea activității lor rezidă în specularea aspectelor politice sau emoționale.

Activitatea de lobby axată pe subiecte „low profile” este de cele mai multe ori bazată pe fapte/ date concrete și se concentrează pe funcționarii publici. Activitatea de lobby poate încuraja oficialii să ia în considerare aspecte noi ale cazului dezbătut. În aceste cazuri low profile, lobby-istii nu presează organismele/ persoanele cu putere de decizie. Pur și simplu „cosmetizează”/ îmbunătățesc prezentarea clienților lor.

Principii ale activității de lobby

Principiile care trebuie respectate în activitatea de lobby sunt următoarele:

- *transparența* relațiilor și contactelor dintre oficialitățile și reprezentanții autorităților și instituțiilor publice și lobby-iști în vederea evitării unor posibile conflicte de interese;
- *credibilitatea* activității de lobby prin evaluarea profesionalismului și onestității lobby-iștilor acreditați;
- *responsabilitatea* lobby-iștilor față de client în susținerea interesului legitim al acestuia;
- *integritatea* tuturor părților implicate, manifestată prin interzicerea dării sau primirii de foloase necuvenite pentru influențarea unei decizii sau act normativ;
- *respectul* față de legislația în vigoare și față de autoritățile și instituțiile publice supuse activității de lobby. ⁴

CONTRACTUL DE LOBBY:

Activitatea de lobby se derulează în baza unui contract de lobby. Este interzisă desfășurarea oricărei activități de lobby, înainte de încheierea contractului prevăzut. Contractul de lobby trebuie să cuprindă, sub sancțiunea nulității absolute, următoarele clauze:

- a) identificarea părților contractului;
- b) obiectul activității de lobby;
- c) ținta activității de lobby;
- d) obiectivul urmărit ;
- e) durata contractului;
- f) prețul contractului.

⁴

Lobbying: the Good, the Bad, and the Ugly <http://www.youtube.com/watch?v=f0ffDsScSoU>

Nici o persoană aleasă sau numită într-o funcție de demnitate publică sau funcție publică nu poate desfășura activități de lobby, direct sau prin intermediul unor terți.

În România, înregistrarea lobby-iștilor, persoane fizice și juridice, este obligatorie și se face prin înscrierea într-un *registru special de evidență*, deschis de Ministerul Economiei și Finanțelor. După constituirea unei asociații naționale a lobby-iștilor, registrul de evidență va fi ținut de această organizație profesională.

În altă ordine de idei, în ceea ce privește definirea noțiunii de *lobby*, trebuie făcută, mai întâi, distincția dintre *grupuri de interese*, *grupuri de presiune* și *organizații de lobby*. Dacă, în perioada anilor '50, se folosea noțiunea de *grupuri de presiune*, acestea reprezentând grupuri ce se implicau în procesul politic fără a fi partide politice, ulterior s-a renunțat la acest termen în favoarea celui de *grupuri de interese*, pentru a se evita conotațiile negative pe care le implică ideea de presiune politică. Într-o altă opinie, se face distincție între *grupuri de presiune* și *organizații de lobby*. În acest sens, grupurile de presiune sunt definite ca grupuri mai mari, alcătuite din amatori, care urmăresc să influențeze sistemul politic și opinia publică, iar organizațiile de *lobby* grupuri mai mici, alcătuite din profesioniști, care pot fi angajați spre a influența eficient anumite decizii politice. Noțiunea de grup de interes are o conotație negativă pentru cea mai mare parte a românilor. Totuși, în democrațiile avansate, această noțiune desemnează o formă consacrată de acțiune politică.

De exemplu, în România, cele mai semnificative grupuri de interes sunt **sindicatelor**, **organizațiile non-guvernamentale** și **oamenii de afacerii**, grupuri care protejează minoritatea pe care o reprezintă, etc.

La nivel central, **sindicatelor** participă prin calitatea de parteneri, în cadrul sistemului tripartit de dialog social, împreună cu guvernul și patronatul.

La nivelul confederațiilor naționale, sindicatelor prezintă programe concrete de dezvoltare economică sectorială sau globală. Ele își susțin atitudinile și proiectele în fața administrației centrale a statului. Există și alte elemente de implicare a sindicatelor în sfera politicilor publice: prin organizarea și desfășurarea acțiunilor de luptă sindicală, mitinguri, marșuri de protest, sindicatelor exprimă o atitudine față de deciziile care îi vizează. Mai mult, în situația premiselor declanșării unui conflict colectiv de muncă, prin lege se solicită organizatorilor să prezinte soluții de rezolvare. Legiuitorul a considerat că sindicatelor trebuie să aibă un rol activ, constructiv, în soluționarea stării conflictuale apărute.

Negocierea contractului colectiv de muncă constituie instrumentul principal prin care sindicatele își exercită prerogativele de apărător și promotor al intereselor salariaților. În vederea negocierii și încheierii unui contract avantajos și în interesul salariaților, sindicatele trebuie să aibă în vedere o serie de condiții și situații, să aplice o serie de tehnici. Cele mai utilizate modalități sunt: prezentarea fermă a cererii, propuneri de eventuale soluții, solicitarea sprijinului unor reprezentanți din cadrul organizațiilor sindicale superioare, a căror capacitate de negociere a fost dovedită, amenințarea declanșării procedurilor legale de luptă sindicală, declanșarea efectivă a acestora. *Lobbying*-ul politic, sprijinit de acțiuni publice cu caracter puternic demonstrativ, este principalul mijloc de influențare a procesului decizional utilizat de către sindicate.

Organizațiile non-guvernamentale încearcă să joace un rol de monitorizare (watch dog), dar au reușit să contribuie și la dezvoltarea instituțională, prin activități de parteneriat cu administrația publică centrală și locală, de exemplu, prin instruirea funcționarilor publici și a celor aleși. Aceste inițiative au fost sprijinite în multe cazuri de către programele de reformă a administrației publice și reforma legislativă ale Fundației pentru o Societate Deschisă; programul pentru administrația publică locală al USAID și, ulterior, de programul PHARE pentru Reforma Administrației Publice Locale și de programele PHARE pentru organizații non-guvernamentale. Punctul slab al acestor inițiative, cu implicații negative asupra impactului lor, au fost lipsa de coordonare și lipsa de strategie la nivel național.

Oamenii de afaceri au fost permanent interesați de dinamica legislativă, aceasta constituind o variabilă importantă în succesul lor pe piață. Unii oameni de afaceri și-au dublat mulți ani după 1990 această calitate cu cea de politicieni, până în anul 2003 când, odată cu apariția Legii 161/2003, aceștia au fost obligați să opteze pentru una din acestea. Totuși influența acestora a continuat să se manifeste asupra mediului politic, unii oameni de afaceri devenind chiar demnitari.

Activitatea de lobby a oamenilor de afaceri, așezată pe fundamentele transparenței și în acord cu legislația de drept este un lucru dezirabil, având în vedere că între corpul economic și corpul legislativ există o intimă legătură (a se vedea, de exemplu, și recenta măsură guvernamentală de creștere a nivelului taxelor cărnii de pui de import cu 60% pentru a estompa pierderile producătorilor interni cauzate de apariția focarelor de gripă aviară în România). Însă, limita dintre activitatea de lobby și traficul de influență – aceasta din urmă, cu consecințe extrem

de negative asupra sănătății mediului economic - este fragilă iar riscul confundării acestora necesită măsuri pentru delimitarea clară a uneia de cealaltă.

Alte grupuri de interes

Asociațiile de locatari/prorietari ocupă un loc aparte în peisajul grupurilor de interes în România, cu precădere la nivel local, ele cuprinzând un număr relativ mare de cetățeni. În funcție de gradul de comunicare între autoritățile locale și asociațiile de locatari, acestea se implică mai mult sau mai puțin în rezolvarea problemelor care le afectează și, uneori, fac presiuni în vederea adoptării unor decizii favorabile.

De asemenea, în anumite probleme, cum ar fi aceea a avorturilor, *asociațiile religioase* pot avea un cuvânt de spus prin influența pe care o au în rândul populației și prin care pot determina guvernul să adopte anumite decizii. Din această perspectivă, și *Biserica* poate reprezenta un grup de interes mai aparte, la fel cum pot fi privite *organizațiile sportive, artistice sau umanitar-caritabile*. Astfel de grupuri recurg la mijloace diverse de exprimare a revendicărilor și de influențare a deciziei în favoarea lor – greve, manifestații de stradă, proteste, contactarea unor instituții.

Cum se face LOBBY?

Există două modalități de a face lobby:

Lobby direct:

- întâlniri face to face – cel mai eficient mod de comunicare a mesajului;
- conversație telefonică - politețea însoțită de explicații simple și la obiect pot fi foarte eficiente;
- mesaje scrise (fax, scrisori, etc) – invită la o abordare mai atentă a problemei în cauză și are ca avantaj faptul că nu cere răspuns imediat;
- scrisori cu destinatar (individual) – o scrisoare concisă poate fi adresată mai multor persoane ce au legătură cu problema abordată, amprenta personală - semnătura trebuie să fie obligatoriu de mână.

Lobby indirect:

- campanii media – mass-media poate avea o influență puternică asupra publicului țintă utilizând comunicate de presă, evenimente media speciale, articole, care să scoată în evidență poziția și punctul de vedere al celui care a inițiat campania.
- alte organizații – third parties, care să sprijine punctul de vedere exprimat (asociații, organizații, partide politice).

Mesajul transmis trebuie să fie: adevărat, argumentat, clar, concis și susținut cu referințe.

Democrația reprezintă mult mai mult decât alegeri libere. O evaluare a democrației trebuie să țină seama, pe lângă această dimensiune „mecanică”, de existența și funcționarea instituțiilor democratice ale sistemului dar, mai ales, de pluralismul politic și civil, de libertățile individuale și de grup, astfel încât interese și valori opuse să fie exprimate și să se afle în competiție printr-un proces continuu de reprezentare dincolo de momentele alegerilor periodice.

Existența unei diversități de identități, opinii și interese este un dat al oricărei societăți contemporane. În aceste condiții, reprezentarea acestora devine din ce în ce mai dificilă și din ce în ce mai ușor de contestat. Aceasta situație problematică poate însă fi depășită prin mecanismele democrației participative.

Democrația participativa face referire la mecanismele prin care luarea deciziilor cu privire la afacerile publice se face prin implicarea cetățenilor. O sugestie sau o reclamație venită din partea unui cetățean poate fi acceptată sau respinsă, dar nu trebuie să fie ignorată de decidentul politic. Așadar, democrația participativă include:

- participarea cetățenească la procesul de luare a deciziilor publice;
- participarea cetățeanului la administrarea banului public;
- consultarea publică a societății civile, în ansamblul ei.

Pentru a putea vorbi de o democrație participativa eficientă, principiile informării, consultării și al transparenței luării deciziilor sunt condiții sine-qua-non. Pentru economie, lipsa de transparență sau transparența pur-formală, se traduc într-un mediu ostil, imprevizibil, în existența unei concurențe neloiale și în incapacitatea sistemului de a evolua. Pentru societatea civilă și cetățean, acestea sunt sinonime cu pierderea încrederii cetățenilor în reprezentanții lor, delegitimarea instituțiilor și, în cele din urmă, alienarea cetățeanului.

Din punct de vedere istoric termenul “lobby” își are originea în germanica veche prin cuvântul *loub* care se poate traduce prin hol, acoperiș. Verbul “to lobby” a fost atestat prima dată în 1850, iar cuvântul “lobbyist” în 1863.

În limba română cuvântul lobby este definit ca “grup de persoane care influențează, din afară, hotărârile unui parlament ; grup de presiune”.

Activitatea de lobby presupune o serie de contacte cu conducători sau reprezentanți ai autorităților sau instituțiilor publice în vederea promovării sau respingerii anumitor legi sau reglementări. Totuși, în România este foarte persistentă confuzia între trafic de influență și lobby, mulți oameni considerându-le sinonime. Lipsa unei legi care să reglementeze această activitate sporește și mai tare confuzia și amână desfășurarea unor campanii de lobby cu adevărat profesionale în domenii, până la urmă, de interes general.

Argumente în favoarea reglementării lobby-ului

a. Accesul liber și deschis la toate puterile din stat este o caracteristică a bunei guvernări, fiind o foarte importantă chestiune de interes public, iar a face lobby pe lângă deținătorii de funcții sau demnități publice este o activitate legitimă, prevăzută în Constituție.

b. Guvernul României este preocupat de reglementarea lobby-ului ca parte a Programelor de Prevenire și Acțiune împotriva Corupției. Reglementarea lobby-ului este oarecum conjugată cu reglementarea imunității parlamentare, a conflictului de interese, a finanțării partidelor politice și campaniilor electorale, a modalităților de control asupra acestor finanțări, respectiv cu „elaborarea unei grile de evaluare a proiectelor de acte normative, astfel încât acestea să nu poată fi folosite pentru satisfacerea unor interese de grup sau clientelare”.

c. Preocupările Comisiei Europene de a identifica principiile și cadrul de reglementare în ceea ce privește transparența activităților autorităților publice și reprezentarea grupurilor de interese.

Argumente împotriva reglementării lobby-ului:

a. Există pericolul ca, prin reglementarea activității de lobby, să se restrângă, indirect, dreptul de petiționare, prin interpunerea quasi-obligatorie a lobby-iștilor între cetățeni și decidenți. Reglementarea lobby-ului ar putea conduce la crearea unei pături privilegiate de lobby-iști agreeți de anumite instituții și/sau persoane care ocupă funcții ori demnități publice, contravenind principiului liberului acces la autoritățile publice. De asemenea, luarea în evidență a societăților care oferă servicii de consultanță specializate în lobby ar putea impieta asupra libertății comerciale și/sau contractuale, printr-o excesivă centralizare a informațiilor despre activitățile acestora.

b. Activitățile de lobby care se desfășoară în România sunt deja reglementate prin prevederile din dreptul comun-contractarea serviciilor specializate se face în baza prevederilor Codului Civil. Limitarea activităților de lobby, astfel încât să nu se încalce interesul public (ori național), se realizează atât prin raportarea la Legea 24/2000 privind normele de tehnică legislativă, la procedurile parlamentare din Regulamentele celor două Camere, la Legea 215/2001 privind administrația publică locală și la Legea 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică.

Exerciții practice:

1. Comentați pe marginea principiilor activității de lobby
2. Considerați că o activitate de lobby low profile este mai eficientă decât una agresivă? Argumentați.

Bibliografie obligatorie:

Mihaileanu, Liviu, Horja, Aurelian - Reglementarea activității de Lobby. In anticamera influenței, Editura C.H. Bech, București, 2009 Cap 3. Fundamentarea activității de lobby în România, p. 53-76.

6. LOBBY-UL ȘI CONTINENTUL NORD-AMERICAN

Cuvinte cheie: lobby, reglementare, SUA

Obiectiv: Prezentarea modelului american de lobby pentru înțelegerea contextului practic de desfășurare a activității.

Un sistem democratic are nevoie de interacțiunea constantă dintre aleși și alegători, întrucât acesta nu poate funcționa decât dacă alegătorii au instrumentele necesare pentru a influența decizia politică.

Este absolut evident, în aceste condiții, că reglementarea activității de lobby nu s-a bucurat niciunde de o mai mare atenție decât în Statele Unite ale Americi unde începutul are loc în prima parte a anilor 1900, legile care reglementează activitatea de lobby în SUA fiind Foreign Agents Registration Act (1938), Lobbying Disclosure Act (1995), The Honest Leadership and

Open Government Act (2007), lobbyul vizând, conform acestor documente, Senatul și Camera Reprezentanților, atât la nivel național, cât și la nivel de stat.

Din punct de vedere cronologic, în perioada 1869-1877, în timpul mandatului președintelui Ulysses S. Grant, se observă cele mai intense acțiuni de tip lobby, principalele sfere de interes fiind subvențiile căilor ferate precum și tariful lânii. În mod absolut firesc pentru o activitate nereglementată din punct de vedere legislativ, între anii 1880 și 1920 au apărut acuzațiile de corupere politică, fapt care a determinat, în 1953, Congresul american să pună bazele Comitetului de Investigare a Activității de Lobbying, cu menirea de a influența, de a încuraja, de a promova, sau de a stopa reglementarea legislației.

În lipsa unei legislații speciale, foștii oameni politici, cei care dețineau conexiunile necesare unei astfel de activități, erau refractari la posibilitatea de a activa în domeniul lobbyingului, în aceeași situație aflându-se și firmele specializate, care refuzau ideea de angaja foști politicieni; după 1980, contextul socio-economic influențează pozitiv relațiile de colaborare dintre companiile specializate în procesul de lobbying și foștii funcționari, pentru ca un raport intitulat "Călătorie de la Congres la K Street", publicat în anul 2005 de "Public Citizen" și care analizează documentele de formare lobbyistă depuse încă din 1998, să arate o schimbare radicală de atitudine a foștilor funcționari față de activitatea de lobby.

Reformarea activității de lobby a venit o dată cu cel de-al 104-lea Congres și cu "Actul de Declarație a Lobbyingului din anul 1995", care definește activitatea și pretinde agenților de lobby să se înregistreze semestrial la grefierul Camerei și Secretarul Senatului. Mai mult, pentru a putea deține controlul și asupra agenților externi, Congresul american impune, prin Foreign Agents Registration Act, tuturor practicantilor de lobby care lucrează pentru guverne străine să se înregistreze din șase în șase luni în cadrul Departamentului de Justiție din Washington.

Specialiștii consideră că acest regulament a reprezentat pasul spre o perioadă de transparență și profesionalism în mediile guvernamentale⁵.

Ca o continuare evidentă a eforturilor de legiferare a activității de lobby, Senatul adoptă, în anul 2006, actul numit "Transparența Legislativă și Responsabilitate", ale cărui principale prevederi reformatoare sunt:

⁵ http://www.congress.org/news/2010/02/18/whats_the_history_of_lobbying;
[http://www.publicaffairslinks.co.uk/Help%20Guides/The%20History%20of%20Lobbying%20\(guide1\).doc](http://www.publicaffairslinks.co.uk/Help%20Guides/The%20History%20of%20Lobbying%20(guide1).doc)

- a) restricții în ceea ce privește oferirea de cadouri și mese festive parlamentarilor de către lobbyiști, excepție făcând firmele și organizațiile reprezentate de aceștia
- b) permiterea finanțării excursiilor private doar cu acordul prealabil al unei comisii de etică
- c) prezentarea regulată a unor rapoarte de activitate, precum și arhivarea permanentă a documentelor de lucru.

După numai un an, în 2007 George W. Bush promulgă legea “The Honest Leadership and Open Government Act” (etică și reformă a lobby-ului), pentru ca în anul 2009, președintele Barack Obama să semneze două ordine executive și trei memorandumuri prezidențiale pentru a se asigura că administrația sa va fi mai deschisă, mai transparentă și mai responsabilă în procesul de luare a deciziilor.

Având în vedere toate aceste aspecte și nu numai, efectele reglementării eficiente ale activității de lobby în SUA sunt: echilibrarea influenței agenților de lobby, responsabilizarea în privința cheltuielilor federale, limitarea influenței intereselor speciale, interzicerea metodei „revolving door” și a oferirii cadourilor de către agenții de lobby.

Transparența a dus, pe de o parte, la identificarea indicilor financiari ai pieței americane de lobby, estimată, în anul 2000 la 1,5 miliarde USD, iar în 2006 la 2,6 miliarde USD, iar pe de altă parte la identificarea celor mai puternice grupuri de influențare a deciziilor relevante pentru mediul de afaceri din ultimii zece ani (Patton Boggs LLP, Cassidy&Assoc și Akin, Gump etc), precum și a celor mai mari clienți, care erau, la nivelul anului 2010 Camera Americană de Comerț (cu cheltuieli de 132 mil USD), PG&E (45,5 mil USD) și General Electric (39,3 mil. USD). La nivel sectorial, primele locuri ale clasamentului sunt disputate de grupurile farmaceutice, financiare și cele care țin de tehnologia informațiilor și a comunicațiilor.

Conform statisticilor oficiale, în anul 2010 a fost înregistrat un număr de aproape 13.000 de agenți de lobby, iar cheltuielile înregistrate cu această activitate s-au ridicat la 3,5 mld USD.

Exerciții practice:

1. Comentati urmatorul paragraf:

“Declarația Lobby-ului din anul 1995”, (...) definește activitatea și pretinde agenților de lobby să se înregistreze semestrial la greșierul Camerei și Secretarul Senatului. Mai mult, pentru a putea deține controlul și asupra agenților externi, Congresul american impune, prin Foreign Agents Registration Act, tuturor

- practicantilor de lobby care lucrează pentru guverne străine să se înregistreze din șase în șase luni în cadrul Departamentului de Justiție din Washington”.
2. Considerați că prevederile adoptate în anul 2006 de Senatul american cu privire la restricțiile activității de lobby sunt justificate sau îngrădesc activitatea? Argumentați.

Bibliografie obligatorie:

[http://www.publicaffairslinks.co.uk/Help%20Guides/The%20History%20of%20Lobbying%20\(guide1\).doc](http://www.publicaffairslinks.co.uk/Help%20Guides/The%20History%20of%20Lobbying%20(guide1).doc)

7. MODELE DE LOBBY ÎN EUROPA

Cuvinte cheie: lobby, state, Europa

Obiectiv: Prezentarea comparativa si intelegerea diferitelor modele de lobby din Europa. Identificarea premiselor cu privire la reglementarea si dezvoltarea acestei activitati.

În ceea ce privește Uniunea Europeană și activitatea de lobby în Parlamentul European, procesul de reglementare a acestei activități a început în octombrie 1992, o dată cu promovarea planului Galle, document anulat ca urmare a neatingerii unui consens asupra definiției termenului de lobbyist. În anul 1995, raportul Ford propune acordarea unor premise permanente persoanelor care doresc să intre frecvent în Parlament, cu scopul de a furniza informații membrilor Parlamentului European, informații de natură să justifice sau să susțină diverse poziții adoptate de membrii PE. Înregistrările lobbyistilor au fost făcute publice pe site-ul Parlamentului European.

În 19 iulie 2005 peste 160 de organizații, grupuri ale societății civile, asociații de afaceri, asociații academice și firme de relații publice s-au organizat sub titulatura „Alliance for Lobby Transparency and Ethics Regulation (ALTER-EU)”, pentru a solicita un sistem electronic transparent de înregistrare obligatorie a lobbyistilor la nivelul Uniunii Europene, îmbunătățirea Codului de Conduită a oficialilor Comisiei Europene și eliminarea accesului privilegiat acordat lobbyistilor marilor corporații⁶.

⁶ *Ibidem.*, p. 79.

În 23 iunie 2008 Comisia Europeană a lansat Registrul Online al reprezentanților grupurilor de interese, registrul în care au fost invitați să se înscrie toți reprezentanții grupurilor de interese care doresc să influențeze elaborarea politicilor și proceselor decizionale la nivelul instituțiilor europene⁷.

Pornind de la necesitatea acută de reglementare a activității de lobby, statele europene s-au organizat în funcție de nivelul propriu de percepție și legislație.

Marea Britanie

Marea Britanie este un punct de referință pe harta activității de lobby, care joacă un rol important în procesul de luare a deciziilor, dar și în formularea și reformarea legislației. Activitatea de lobby se desfășoară pe Regatul Unit printr-un schimb permanent de informații între specialiștii de relații publice și instituțiile statului, britanicii fiind cei care au consacrat în acest sens termenii de “Public Relations”, “Public affairs”, “Political Consultants” sau “Corporate Affairs”.

Mai mult, însuși termenul de “lobby” a fost consacrat ca reprezentativ pentru adunările dintre Membrii Parlamentului și membrii de onoare, cu titluri de lorzi, în holurile Palatului Westminster, Casa Parlamentului englez, înainte și după dezbaterile parlamentare.

În anii 1800, petițiile erau un mod foarte popular de a prezenta o problemă în fața Parlamentului, numărul acestor documente fiind extrem de mare. O astfel de petiție a făcut posibil ca dreptul de vot să fie deținut, în mod egal, de bărbați și de femei, prin documentul “Representation of the People Act 1928”⁸

Cu toate acestea, abia anul 1991 aduce prima cerere de reglementare a activităților de tip lobbying în Parlamentul Englez, urmând ca, 3 ani mai târziu publicația “The Guardian” să-l proclame pe Ian Greer drept cel mai de succes practicant de lobby din Londra, în condițiile în care s-a aflat în centrul așa numitului “Cash-for-questions affair”⁹, în care se presupune că asociația sa ar fi mituit doi membri ai Parlamentului pentru a obține anumite privilegii.

⁷ *Lobbistas az Europai Unioban*, Budapest, 2005, p. 13.

⁸ http://www.parliament.uk/parliamentary_publications_and_archives/parliamentary_archives/archives_the_suffragettes.cfm

⁹ “Tory MPs were paid to plant questions says Harrods chief”. *The Guardian*. 1994-10-20.

În același an 1994 (în 25 octombrie), se înființează, la inițiativa premierului John Major, “Comitetul Nolan”, având drept scop reglementarea standardelor etice în viața publică¹⁰ După un an de activitate, comitetul elaborează și propune un cod de conduită a parlamentarilor, fără a se concentra însă neapărat pe reglementarea activității practicanților de lobby.

Pe de altă parte, în anul 1995, Camera Lorzilor aprobă înființarea unui registru al intereselor membrilor, republicat și actualizat anual sub coordonarea unui subcomitet al Camerei, structurat pe 3 categorii:

- a) categoria 1 – obligatorie: lista lorzilor plătiți pentru consultanța parlamentară;
- b) categoria a 2-a – obligatorie: lista lorzilor cu interes financiar în companiile de lobbying;
- c) categoria a 3-a – opțională: o listă a altor interese pe care unii lorzi au decis să le înregistreze.

O serie de cazuri controversate care implică membri ai Camerei Lorzilor impun o reglementare mai severă a activității de lobby. Astfel, în anul 1997 cu puțin timp înaintea alegerilor generale, avem înregistrată donația oferită Partidului Laburist de Bernie Ecclestone, deținător a 25% din drepturile comerciale asupra Campionatului Mondial de Formula 1, pentru ca ulterior premierul Tony Blair și reprezentanții departamentului de sănătate să identifice o soluție de eliminare a restricțiilor privind promovarea brandurilor de tutun în cadrul Formula 1¹¹

După aproape zece ani, în 2006, se pretindea că donațiile sau împrumuturile către partidele politice pot aduce anumite privilegii au chiar contribuția directă a donatorului la crearea legislației (Cash for Honours). După mai mult de un an de investigații, autoritățile nu au reușit să strângă probe care să dovedească faptul că aceste împrumuturi s-au soldat cu obținerea unor privilegii.¹²

La începutul anului 2009, publicația “The Sunday Times” prezintă scandalul Cash for influence¹³ în care un reporter s-a pretins practicant al activității de lobby și ar fi oferit sume de bani unor membri ai Camerei Lorzilor pentru a influența hotărârile legislative. Acuzațiile nu au fost dovedite de către organele de anchetă, însă Camera Lorzilor a decis suspendarea lorzilor implicați pentru o perioadă determinată.

¹⁰ <http://www.archive.official-documents.co.uk/document/cm28/2850/285002.pdf>

¹¹ <http://www.timesonline.co.uk/tol/news/politics/article4926737.ece>

¹² http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/politics/6907594.stm, *BBC News*. 2007-07-20.

¹³ <http://www.timesonline.co.uk/tol/news/politics/article5581547.ece>

Toate acestea au determinat elaborarea, în anul 2009, de către Camera Comunelor, unui raport care consemnează faptul că “practicarea lobby-ului cu scopul de a influența deciziile politice este o parte legală și necesară a democrației. Organizații sau indivizi influențează în mod conștient deciziile care îi privesc direct pe ei sau mediul în care se desfășoară”¹⁴.

Tot anul 2009 aduce o nouă respingere a inițiativei de întocmire a registrului de practicanți ai activității de lobbying, inițiativă al cărei istoric datează încă din 1975.

Reglementarea activității de lobbying ridică anumite probleme ca urmare a posibilităților de oscilare între rolul de reprezentant al legislativului și cel de reprezentant al societății civile, această posibilitate stand la baza unor cazuri de conflict de interese. Aceasta în condițiile în care în cele mai multe cazuri, Ministrii apelează la Consilieri specializați, care sunt cel mai probabil selectați din sectoare de activitate industriale și care au schimbat rolul de practicant de lobby cu cel de consilier¹⁵.

În anul 2010 se reușește introducerea unui registru al practicanților de lobbying prin care se dorește recâștigarea credibilității instituțiilor publice, reechilibrarea relațiilor dintre stat și cetățean, dar și sporirea transparenței în luarea deciziilor de către guvern.

Contrar acestor intenții, în luna martie 2010, un fost secretar de stat în Ministerul Transporturilor, Stephen Buyers, a fost înregistrat cu camera video afirmând că este dispus să desfășoare activități de lobbying în schimbul unei sume de bani. În același caz au fost implicați alți doi foști miniștri, care, în ciuda înregistrărilor, au negat descrierea comportamentului lor ca fiind neadecvat.¹⁶

În prezent, Marea Britanie se confruntă cu multiple scandaluri pe tema activității de lobby.

Conform publicației “The Guardian”, unul dintre aceste scandaluri ce vizează activități de lobbying are în centru Consiliul național de film din marea Britanie, acuzat de ministrul Culturii, Ed Vaizey, de neglijare a îndatoririi de promovare a filmului englezesc în detrimentul ambiției de a salva imaginea instituției. Activitățile de lobbying în acest caz s-au desfășurat în jurul guvernului, pentru menținerea în viață a instituției.¹⁷

¹⁴ <http://www.publications.parliament.uk/pa/cm200809/cmselect/cmpubadm/36/36i.pdf>

¹⁵ <http://www.telegraph.co.uk/news/1397040/Advisers-move-to-lobby-firm-attacked.html>

¹⁶ <http://www.euronews.net/2010/03/22/pre-election-lobbying-scandal-rocks-uk-s-labour/>

¹⁷ <http://www.guardian.co.uk/film/2010/aug/17/government-uk-film-council-lobbying>

Germania

Germania reprezintă un exemplu de reglementare a lobby-ului pentru spațiul european, fiind singura țară care a adoptat reguli formale de înregistrare a lobbyiștilor, iar practica implicării grupurilor de interes în procesele de luare a deciziilor este folosită încă dinainte de 1870.

Pentru a putea participa la negocieri și a avea acces la membrii legislativului, fiecare practicant al acestei meserii trebuie să fie înregistrat, conform legislației, în lista de lobby republicată. Înregistrarea pe listă presupune declararea numelui, a domeniului de interes, a sectorului și a organizației pe care o reprezintă agentul de lobby – conducere, număr de membri, reprezentanți, toate aceste informații aducându-i permisul de acces pe o perioadă de 1 an în cadrul diferitelor delegații de discuții.

Aceasta în condițiile în care politica statului german este de a-i consulta pe cei care vor fi direct afectați de o anumită lege, motiv pentru care statul cheamă de obicei la negocieri grupurile de interese și organizațiile profesionale, cu scopul a primi un feedback din partea lor.

Legea privind activitatea de lobby în Germania suferă însă de o serie de carențe legate în primul rând de caracterul mai degrabă consultativ, informativ decât persuasiv al activității de lobby. Pe de altă parte activitățile permise în cadrul procesului de lobby sunt incerte, agenții de lobby nu trebuie să-și raporteze activitatea, iar politicienii nu sunt obligați la o perioadă de pauză între încheierea mandatului și desfășurarea unor activități de lobby.

Având în vedere aceste aspecte, principalii jucători de pe piața germană a lobbyului (Societatea Germană de Relații Publice, Asociația Germană a Consultanților Politici, Asociația Germană a Angajatorilor, Asociația Camerelor de Comerț și Industrie, sindicatele) luptă pentru transformarea lobby-ului într-un proces transparent și deschis.

Franta

Deși este o practică de mult întâlnită în Franța, lobbying-ul s-a născut în mod oficial abia la începutul anilor '80, întârziere datorată negativismului cu care era privit acest tip de activitate. După acest moment însă, activitatea a cunoscut o dezvoltare rapidă. Astfel, începând din anul 1991, există o asociație de consultanță în lobbying și afaceri publice (*AFCL*), care, până în

ultimii ani, acoperea cea mai mare parte a activității de profil din Franța, având un cod etic propriu.

Tot mai multe firme franceze încearcă însă să organizeze o activitate susținută de lobbying prin crearea unui departament propriu destinat afacerilor publice.

Începutul anilor 1980 marchează depunerea unei cereri adresate conducerii Senatului de către asociațiile profesionale și organizațiile care doresc să obțină accesul în această cameră. Solicitarea este analizată de către Secretariatul General al Senatului, care oferă accesul numai dacă organizația solicitantă este considerată reprezentativă., numărul permiselor eliberate anual ridicându-se, în medie, la 20 și la aproximativ 10 autorizații de acces pentru coridoarele sălii de conferințe. Deși primele tentative de organizare a activității de lobby datează cu multă vreme în urmă, până în anul 2009, în lipsa unui cod de conduită, orice comportament inadecvat putea face obiectul unei reclamații verbale, în urma căreia exista posibilitatea ca lobbyistul în cauză să fie declarat, la cererea senatorilor, *persona non grata*. Aceasta, evidența unui cod deontologic sau a vreunui registru al grupurilor de lobby, singura prevedere existentă fiind aceea conform căreia “sub directivele generale ale biroului Adunării Naționale, persoanele având permise eliberate de către Președinte sau de către chestori, au acces în Sala Păcii”.

Anul 2009 aduce primul registru al lobbying-ului, cu înscriere voluntară și individuală, care presupune însă divulgarea unor informații cu privire la clienți, precum și acordul de a respecta un cod de conduită, a cărui încălcare atrage excluderea.

În condițiile în care regulamentele Adunării Naționale și Senatului interzic constituirea, în interiorul lor, a grupărilor care apără interese particulare sau profesionale, în registru au fost înscrși aproximativ 20 de reprezentanți ai marilor firme, un număr redus de reprezentanți ai instituțiilor de stat și agenții care reprezintă asociații profesionale sau sindicate.

Polonia

Polonia este cel de-al 3-lea stat fost comunist care a reglementat legal activitatea de lobby. Aceasta în condițiile în care, încă din anul **1998**, Camera de Comerț Poloneză a evidențiat, prin intermediul unor studii, faptul că una din trei persoane care ocupau funcții publice era motivată financiar să susțină interesele diferitelor companii de pe piață, pentru ca, ulterior, un studiu realizat de Banca Mondială să scoată în evidență unele forme ale lobby-ului practicat în Sejm

(Cameră a Parlamentului Polonez), precum: primirea de bani pentru modificarea unor legi, mită, donații ilegale, cadouri scumpe etc.

Un exemplu elocvent în acest sens este cel al lui **Lew Rywin**, care, în anul 2002, a promis modificarea unei legi a audio-vizualului în favoarea grupului Agora, în schimbul unei „donații” de 17,5 milioane de dolari către partidul prim-ministrului Leszek Miller. Ajutorul promis s-a concretizat în „convingerea” unor parlamentari, iar amendamentul respectiv a făcut posibilă cumpărarea televiziunii private Polsat de către Agora. Curtea de Apel de la Varșovia l-a găsit vinovat pe Lew Rywin în decembrie 2004 și l-a condamnat la doi ani de închisoare, iar cazul a contribuit la demisia cabinetului Miller în data de 2 mai 2004.

Cazul Rywin a coagulat într-o mare măsură eforturile de reglementare a activității de lobby, care înregistrează următorul calendar:

- în anul 2003, din inițiativa mai multor firme, apare Asociația Lobbyiștilor Profesioniști din Polonia (*Profesjonalnych Stowarzyszenie Lobbystów w Polsce, SPLP*)
- **28 octombrie 2003:** *Sejm* a primit prima formă a legii de reglementare a activităților de lobby
- **12 noiembrie 2003:** s-a încercat respingerea proiectului, însă reverberațiile mediatice ale „cazului Rywin” și-au spus cuvântul și tentativa a eșuat
- **7 iulie 2005:** *Sejm* a adoptat legea cu 399 de voturi pentru, patru abțineri și 0 voturi împotriva.

Cea de-a doua cameră a Parlamentului a adoptat legea fără a aduce nicio modificare, iar în data de **15 august 2005**, președintele Aleksander Kwaśniewski a promulgat “**Legea Lobby-ului**”, care definește:

- **lobby-ul** = “orice activitate legală realizată cu scopul de a influența o lege sau acțiune de reglementare a unei autorități publice”
- **activitatea de lobby** = “orice activitate plătită desfășurată pentru terți în vederea reflectării intereselor acestora într-un act legislativ”

Prevederile de bază ale legii vizează, printre altele:

- orice persoană sau organizație care desfășoară activități de lobby trebuie să își declare interesele într-un **Registru public**, care este responsabilitatea Ministerului Administrației și Internelor din Polonia, care are și dreptul de a aplica sancțiuni contravenționale în cazul în care nu sunt respectate prevederile legislative.

- **audierea publică**, transferul de informații între parlamentari și purtătorii de cuvânt ai celor două camere ale Parlamentului (Sejm și Senat), precum și între miniștri și prim-ministru
- **sanctiuni** pentru încălcarea prevederilor ei, dar și pentru realizarea unor activități de lobby fără ca acestea să fie înregistrate în Registrul public

Pozițiile adverse prevederilor noii legi nu au întârziat să apară. Cercetătorul **Krzysztof Jasiacki** susține că legea lobby-ului le oferă un statut inegal celor care practică această activitate, întrucât actul îngrădește libertățile lobbyiștilor profesioniști (persoane, firme, companii) și oferă mai multe avantaje pentru alți lobbyiști, cum ar fi partenerii de afaceri și ONG-urile. Totodată, reclamă Jasiacki, legea prevede multe obligații pentru lobbyiști și nicio obligație pentru guvern sau parlament în ceea ce privește procedura de organizare a audierilor publice.

Studiu de caz: Polish Women Lobby vs. Guvernul Poloniei

Context: după căderea comunismului, Polonia a interzis avortul, exceptând câteva situații în care viața mamei este în pericol. Rapoartele anuale arată faptul că numărul avorturilor a scăzut, dar au apărut alte urmări grave: numărul sugarilor abandonați, precum și al celor abandonați în spitale a crescut considerabil. Majoritatea femeilor poloneze privesc această politică a statului drept o amenințare personală, iar populația poloneză ajunge să se împartă în două tabere: pro și contra avort.

Campanie de lobby: Polish Women Lobby (înființată în 1990) militează pentru legalizarea avortului și folosește următoarele **tehnici de lobby**:

- redactarea unei scrisori deschise prin care se solicită politicianilor să sprijine campania pentru legalizarea avortului;
- emiterea unei scrisori prin care se cerea monitorizarea respectării drepturilor femeilor în Polonia, printre care se numără și abolirea legii avortului;
- transmiterea unei noi scrisori către Parlamentul European, adresată Annei Zaborska, președintele Comitetului pentru Drepturile Femeii și Egalității între sexe;
- organizarea mai multor mese rotunde pe aceeași temă;
- realizarea de coaliții și alianțe cu alte organizații feministe;
- lansarea unei propuneri adresate guvernului polonez cu privire la organizarea unei dezbateri publice pe tema legalizării avortului, provocarea refuzată însă;

- organizarea de campanii în mass-media națională și internațională;
- repetarea agresivă a aceluiași mesaj prin organizarea de mitinguri, marșuri și proteste.

Deznodământ: Lupta pentru legalizarea avortului continuă și în prezent, deoarece legea avortului este încă în vigoare.

Cehia

Cehia reprezintă un exemplu absolut edificator pentru modul în care este percepută activitatea de lobby în statele post-comuniste, aceasta fiind privită cu mult scepticism, atât de către societatea civilă, cât și de către clasa politică prin asocierea cu fenomenul de corupție (cf unui studiu realizat de compania “Donath Burson-Marsteller”).

Deși s-a încercat, atât la nivel guvernamental, cât și regional, reglementarea activității de lobby, toate aceste tentative au eșuat. Consilierii în relații publice sau comunicare politică se împart în două tabere: cei care consideră că reglementarea activității de lobby ar credibiliza actorii politici și cei care consideră că aceasta măsură nu ar reprezenta altceva decât legalizarea unor mijloace imorale de a obține beneficii materiale.

Lipsa unui sistem legislativ care să legitimeze acțiunile de lobbying, precum și experiența comunistă și reticența, fac așadar aproape imposibilă existența unor grupuri de lobby. Cu toate acestea, în luna mai 2010 a fost organizată prima conferință pe teme de lobby, în timp ce organizația Cech Woman’s Lobby, a început să organizeze campanii pentru egalitatea între sexe, prin promovarea în mass-media și organizarea de discuții publice ce subliniază oportunitățile egale dintre bărbați și femei, promovarea intereselor din perspectiva europeană a tuturor persoanelor de gen feminin care locuiesc în Republica Cehă.

La început timide, acțiunile grupurilor de lobby au început să modifice mentalitatea opiniei publice, aceasta simțind tot mai acut nevoia de informare, fapt care a modificat într-o anumită măsură și atitudinea mediului politic, care a devenit ceva mai deschis față de noțiunea de lobby.

Serbia

Serbia nu face nici ea excepție de la prejudecata care domină Europa centrală și de Est, conform căreia activitatea de lobby nu este decât o formă mascată a corupției și a traficului de influență. Poate din acest motiv, statul sârb nu are, în prezent, o lege specială privind activitatea de lobbying, existând doar o serie de normative cu tangență la acest domeniu și

impuse mai mult de Uniunea Europeană și SUA. Printre acestea se numără legea privind liberul acces la informații de interes public, legea ombudsman-ului sau legea anticorupție.

O modificare sau o încercare de modificare a mentalității începe să-și facă însă simțită prezența mai ales la nivelul mediului universitar. Astfel, diverse foruri academice din Serbia, în special membrii Facultății de Științe Politice din cadrul Universității din Belgrad, încearcă leglementarea activității de lobby după modelul american. Pentru aceasta, există o serie de cursuri de lobbying susținute de membrii Facultății.

Și la nivel practic, în ciuda existenței unui cadru legislativ coerent, activitățile tip lobby au continuat să se desfășoare, chiar în timpul dominației comuniste. Cele mai cunoscute sunt cele susținute de reprezentantul Partidului Comunist, Slobodan Milošević, privind conștientizarea și influențarea parlamentului și puterii executive federale în vederea acordării unui statut special poporului sârb în cadrul Federației Ruse.

La rândul ei, Biserica Ortodoxă realizează o serie de acțiuni de lobby în zona de interes Kosovo, în timp ce Ministerul sârb de Externe derulează acțiuni de lobby pe lângă Bruxelles și Washington pentru integrarea în structurile transnaționale europene și nord-atlantice.

Organizațiile neguvernamentale fac și ele o serie de presiuni, de regulă beneficiind de susținerea organizațiilor similare din străinătate, în vederea obținerii unor drepturi, în special în cazul persoanelor cu statut defavorizat.

În condițiile în care activitățile de lobby existau deja, iar societatea civilă și mediul politic păreau a fi din ce în ce mai receptive, în anul 2009, Miroslav Miletic și Ana Bovan pun bazele Asociației lobby-iștilor din Serbia, singura organizație care vizează, prin statut și prin codul etic propriu, exclusiv derularea activităților de lobby. Scopul acestei organizații este de a schimba percepția publicului asupra acțiunilor de tip lobby și de a le reglementa pe acestea din punct de vedere legislativ.

Exerciții practice:

1. Realizați o analiză comparativă a modelelor de lobby existente în două dintre statele prezentate mai sus (unul cu tradiție și unul din spațiul est-european).
2. Care credeți că va fi evoluția activității de lobby în statele din spațiul est-european? Argumentați.

3. Pornind de la exemplul scandalurilor iscate de unele dintre campaniile de lobby din statele vest-europene, argumentați (pro și/sau contra) necesitatea legiferării lobby-ului în statele ex- comuniste.

Bibliografie obligatorie:

Pentru înțelegerea acestei teme se impune lectura următoarelor documente:

"Tory MPs were paid to plant questions says Harrods chief". *The Guardian*. 1994-10-20.

<http://www.archive.official-documents.co.uk/document/cm28/2850/285002.pdf>

<http://www.timesonline.co.uk/tol/news/politics/article4926737.ece>

http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/politics/6907594.stm, *BBC News*

8. LOBBY-UL ISRAELIAN

Cuvinte cheie: lobby, Israel, SUA

Obiectiv: Prezentarea cadrului de desfasurare a activitatii de lobby israelian in SUA.

Putem spune, fără teama de a greși, că activitatea israeliană de lobby-ing este concentrată în cea mai mare parte în jurul relațiilor cu SUA, dezvoltate intens în special după cel de-al II-lea Război Mondial, unele voci susținând inclusiv că poziția SUA a fost de atunci îndreptconferență of Presidents of Major Jewish Organisations, este chiar Comitetul de afaceri publice American Israelian(AIPAC) care, pornind ca un mic birou de afaceri publice pro-Israel, în anii '50, a ajuns azi să depășească o sută de mii de membri organizați în 10 birouri regionale și alte 9 birouri satelit și să își susțină cheltuielile exclusiv din donații, bugetul ajungând să depășească annual 60 de milioane USD. Ziarul „The New York Times” a descris organizația ca fiind „cea mai importantă organizație care susține relația Americii cu Israel”¹⁸. |

În fiecare an, de aici pornesc peste o sută de inițiative legislative și politice cu referire la Orientul Mijlociu, majoritatea vizând extinderea și aprofundarea relațiilor SUA-Israel. Principalul scop al organizației este de a asigura continuitatea ajutorului primit de către statul israelian din partea SUA, asigurându-se astfel o cooperare strategică între cele două națiuni, prin

¹⁸ <http://www.scribd.com/doc/34704559/Israel-Lobby-US>, data accesării 3.09.2010

care se urmărește dezvoltarea de noi strategii împotriva terorismului, siguranța teritorială etc. Pentru atingerea obiectivelor, AIPAC colaborează cu principalele instituții și persoane de pe teritoriul SUA, precum Congresul, candidați pentru birourile federale, Casa Albă, Pentagonul și oficiali din Departamentul de stat, precum și cu alte persoane care pot influența viitorul acestor relații. Unul dintre principalele mijloace de propagare a activității AIPAC sunt diversele publicații periodice dedicate, cea mai importantă fiind Near East Report, precum și rapoartele publice asupra problemelor de interes.¹⁹

Activitatea de lobby-ing a adus alături o mulțime de persoane importante pentru propagarea ideilor și susținerea campaniilor publice, precum politicieni, analiști politici, jurnaliști cu influență. Editorul publicației The Wall Street Journal – Robert Bartley, fostul secretar al pe problem de educație - William Bennett, fosta ambasadoare a Națiunilor Unite, Jeanne Kirkpatrick și ziaristul George Will²⁰ sunt doar câteva nume.

Activitatea de lobby-ing se bazează pe două mari direcții:

1. menținerea și sporirea influenței la Washington, prin presiunea exercitată asupra Congresului și a ramurii executive de a-și menține suportul acordat statului israelian, adoptând astfel o „alegere politică inteligentă”
2. discursurile publice, care prezintă constant Israelul într-o lumină favorabilă.

Secretul, cheia puterii lobby-ului israelian în SUA nu se rezumă însă la susținerea asiduă a campaniilor electorale ale susținătorilor ideilor pro-Israel, ci constă, în mare parte, în puterea alegătorilor evrei, care au un rol important în procesele electorale prin donațiile realizate.

Mijloacele de informare în masă reprezintă o sursă importantă de putere și influență a lobbyului israelian pe teritoriul SUA, urmărindu-se în mod constant formarea și modelarea opiniei publice într-o manieră favorabilă intereselor Israelului.

În concluzie, pentru a-și atinge obiectivele, lobby-ul israelian apelat la abordarea legislativului, a executivului și a opiniei publice.

Exerciții practice:

1. Având în vedere cele prezentate în capitolul anterior, considerați modelul de lobby israelian unul eficient față de alte state cu tradiție?
2. Încercați să justificați dezvoltarea puternică a activității israeliene de lobby.

¹⁹ http://www.aipac.org/about_AIPAC/Learn_About_AIPAC/26.asp, data accesării 03.09.2010

²⁰ The Israel Lobby and US Policy, John J. Mearsheimer, Stephan M. Walt, London Review of Books, 2006, pg 14

3. Considerați că mijloacele de lobby prezentate în capitolul anterior sunt corecte față de opinia publică? Argumentați.

Bibliografie obligatorie:

John J. Mearsheimer, Stephen M. Walt, The Israel Lobby & U.S Foreign Policy – material ce poate fi accesat la adresa: <http://www.scribd.com/doc/34704559/Israel-Lobby-US>

9. REGLEMENTAREA ACTIVITĂȚII DE LOBBY ROMÂNIA

Cuvinte cheie: lobby, reglementare, Romania, initiative

Obiectiv: Identificarea cadrului de desfasurare a activitatii de lobby in Romania, prezentarea initiativelor legislative in domeniu existente in tara noastra si anticiparea potentialului de dezvoltare a activitatii de lobby in Romania.

Istoricul iniciativelor legislative privind organizarea activitatii de lobby din Romania incepe în anul 2000, cu propunerea senatorului Ulm Spineanu, care inițiază un proiect de lege structurat pe 10 capitole, ce viza definirea activitatii de lobby, modul de certificare a persoanelor si societatile abilitate sa exercite activitatii de lobby, principalele lor atributii, organizarea tabloului de evidenta a societatile de lobby acrediate, constituirea Asociatiei Nationale a Practicienilor in Activitati de Lobby. De asemenea, erau prevazute obligatiile institutiilor publice competente so modul de sanctionare a celor care exercita astfel de activități prin încălcarea prevederilor legale sau prin trafic de influență.

Cel de al doilea pas il reprezinta propunerea initiata în anul 2000 de Petre Naidin si Serban Constantin Valeca. Proiectul era structurat pe 9 articole si viza definirea activitatii de lobby, scopul, conceptele de „client” si „reprezentanti ai autoritatii publice”. De asemenea, era prevazut faptul ca lobbyistii isi pot desfasura activitatea fie individual in calitate de comercianti, fie in cadrul unei societati comerciale²¹.

A treia propunere, inregistrata la Camera Deputatilor în anul 2001 a fost initiata tot de Petru Naidin si era structurata pe 10 articole, venind în completarea propunerii anterioare.

²¹ Liviu, Mihaileanu, Aurelian, Horja, *op. cit.*, p. 112.

Propunerea aducea în plus o delimitare a sferei de acțiuni care pot constitui activitate de lobby și o serie de sancțiuni aplicabile practicienilor de activități de lobby.

Următoarea propunere legislativă a fost înregistrată la Senat, în anul 2004, de către Octavian Mitu, fiind retrasă însă de initiator ca urmare a numărului mare de observații formulate de comisia de specialitate.

Tot în 2004, Octavian Mitu revine cu o nouă propunere în fața Camerei Deputaților, structurându-și proiectul pe 9 capitole și 34 de articole. Proiectul definea activitatea de lobby prin prisma grupurilor de interes, preciza în ce constă activitatea de lobby, stabilea autoritățile vizate pentru exercitarea acesteia, condițiile pe care trebuie să le îndeplinească persoanele fizice pentru a putea exercita activități de lobby, modul de constituire a societăților de lobby în baza contractelor de societate civilă profesională sub forma cabinetelor de lobby, organizarea acestora²². Proiectul prevedea, de asemenea, înființarea Asociației Naționale a Practicienilor în Activitatea de Lobby, precum și răspunderea disciplinară a practicienilor în activitatea de lobby.

Cea mai recentă propunere legislativă aparține fostului ministru al Întreprinderilor Mici și Mijlocii, Comerțului și Mediului de Afaceri, Constantin Nita și este inclusă într-un pachet mai amplu de proiecte de acte normative, cu impact asupra mediului de afaceri. Proiectul, lansat în dezbatere publică în septembrie 2009, explică activitatea de lobby și stabilește condițiile pe care trebuie să le îndeplinească o persoană pentru a desfășura activități de lobby.

În expunerea de motive a proiectului se precizează că reglementarea activității de lobby în România ar permite participarea activă a societății civile la procesul decizional, prin instituirea dialogului, precum și creșterea eficienței în aplicarea deciziilor adoptate, rezultat al posibilității de cointerese a celor implicate încă din stadiul de proiect. Proiectul de lege definește activitatea de lobby ca fiind totalitatea acțiunilor desfășurate prin metode legale pentru influențarea activității puterii legislative sau a celei executive, fie că este vorba despre instituții publice centrale sau locale, acțiuni desfășurate în favoarea unei terțe părți, în schimbul unor beneficii materiale, prevăzute în contractul de lobby. Potrivit proiectului de lege, acțiunile specifice activității de lobby se referă la orice comunicare orală sau scrisă, inclusiv electronică adresată unor reprezentanți ai unei autorități sau instituții publice, în favoarea unui client. Inițiatorii proiectului susțin că adoptarea acestei legi va avea ca efecte principale responsabilizarea autorităților publice cu privire la deciziile adoptate, o mai mare transparență a actului decizional

²² *Ibidem.*, p. 114.

si evidențierea lobby-ului ca o activitate legală și necesară prin delimitarea de traficul de influență. În ceea ce privește mediul de afaceri, prin acest proiect se urmărește protejarea grupurilor de interes care vor să facă lobby, protejarea factorilor de decizie din instituțiile publice, intrarea în legalitate a demersurilor întreprinse de reprezentanții mediului de afaceri în vederea influențării procesului decizional potrivit propriilor interese, fără ca aceste demersuri să fie asimilate traficului de influență, precum și creșterea calității actului decizional, se arata în expunerea de motive.

Potrivit aceluiași proiect de lege, activitatea de lobby poate avea ca scop exercitarea dreptului la initiative legislative prin retragerea, modificarea, adoptarea sau abrogarea, după caz, a unei legi, hotărâri sau moțiuni de către Camera Deputatilor și/sau Senat, a unui decret emis de Presedintele Romaniei, a unei hotărâri sau ordonanțe emise de catre Guvern sau a altui act administrativ emis de catre autoritățile administrației publice centrale sau locale. Pe de altă parte, activitățile de lobby pot avea în vedere exercitarea de către Guvern a funcției de strategie, aplicare a programelor de dezvoltare economică a țării, pe ramuri și domenii de activitate, realizare a politicii în domeniul social, cât și a funcției de administrare a proprietății statului, precum și în elaborarea și implementarea de catre ministere a politicilor si strategiilor din domeniile specifice de activitate.

Activitatea de lobby poate fi desfășurată de orice persoana fizică sau juridical înscrisă în Registrul de Lobby, care ar urma să fie înființat și organizat prin hotărâre de Guvern, fiind însă interzisă desfășurarea activității de lobby pe lângă o autoritate a administrației publice în care o rudă a agentului de lobby deține o funcție de conducere. De asemenea, agenților de lobby le este interzis să promită/ofere sau să solicite cadouri, avantaje materiale/financiare ori alte beneficii.

Proiectul de lege supus dezbaterii publice prevede și restricții privind activitatea de lobby de către:

- b) membrii Parlamentului, membrii Parlamentului European, membrii Guvernului, salariații organelor administrației publice centrale și locale;
- c) agențiile sau regiile de stat, directorii și membrii din conducerea acestora;
- d) orice operator economic în cadrul căruia statul deține o participatie mai mare de 51%, directorii și membrii consiliului de administrație al acestora;
- e) partidele politice și membrii organelor de conducere ale acestora;

- f) societăți comerciale, regii autonome, organizații, asociații și fundații care nu au în obiectul de activitate desfășurarea activității de lobby și nu sunt înregistrate în Registrul de Lobby.

Desfășurarea activității de lobby în alte condiții decât cele prevăzute de proiectul de lege constituie contravenție și se sancționează cu amenzi între 3.000 și 5.000 lei. Totodată, desfășurarea activității de lobby fără respectarea prevederilor legate de activitatea și înregistrarea lobby-știlor constituie contravenție și se sancționează cu amenzi între 5.000 și 7.000 lei.

Exerciții practice:

1. Argumentați pro sau contra instituirii unui cadru legislative privind activitatea de lobby
2. În ce măsură reglementarea activității de lobby va duce la sporirea încrederii populației în instituțiile statului?
3. Credeți că reglementarea activității de lobby în România va determina creșterea calității actului decizional? Argumentați.
4. Considerați că existența registrului de lobby este o măsură potrivită sau nu? Argumentați.

Bibliografie obligatorie:

Mihaileanu, Liviu, Horja, Aurelian - *Reglementarea activitatii de Lobby. In anticamera influentei*, Editura C.H. Bech, Bucuresti, 2009 – Cap. 6 – Reglementarea activității de lobby în România, **p.98-121**

10. CONCLUZII ȘI PERSPECTIVE

Cuvinte cheie: lobby, concluzii, perspective

Obiectiv: Formularea unor concluzii cu privire la istoricul și perspectivele activitatii de lobby.

State cu o istorie și o tradiție democratică îndelungate, atât SUA, cât și Marea Britanie au întâmpinat numeroase probleme în ceea ce privește reglementarea și legiferarea acțiunii și a procesului de lobby. Aceasta în condițiile în care, deși par a fi eficiente, modelele alese de cele

două state lasă porțițe de acces și traficului de influență, uneori extrem de greu de delimitat de activitatea de lobby.

Deși se aseamănă ca tradiție, o diferență semnificativă în ceea ce privește activitatea de lobbying este reprezentată de faptul că, în timp ce modelul american este axat pe reglementarea procesului de lobby, cel britanic se concentrează pe reglementarea comportamentelor și pe aspecte deontologice.

Ambele state recunosc însă importanța activității de lobby-ing ca pârghie a electoratului, a societății civile de a accesa mijloacele de decizie politică, însă numeroasele scandaluri publice care vizează activitatea de lobby-ing decedibilizează puternic acest domeniu atât în SUA, cât și în Marea Britanie, ridicând multiple semne de întrebare cu privire la eficiența mecanismelor de reglementare.

Spre deosebire de spațiul anglo-saxon, în spațiul continental european avem de-a face cu o altă direcție de dezvoltare a gândirii și politicii de lobby. Ca urmare a perioadei îndelungate de dominație comunistă, atât teoria, cât și practica europeană au perceput multă vreme grupurile de interese și activitatea de lobby ca având conotații exclusiv negative, tocmai din cauza lipsei unei demarcații clare între lobby și traficul de influență/corupție, confuzie alimentată tocmai prin inexistența unei legislații clare și coerente în ceea ce privește activitatea de lobby-ing. Aceasta este slab reglementată la nivel formal, legislativ, fapt pentru care există un înalt grad de corupție și o lipsă de transparență și de eficiență îngrijorătoare.

În timp ce activitatea de lobby este expresia maturității unei democrații pe care țările foste comuniste nu o au, în țările Europei Centrale și de Sud-Est pare să existe și să persiste un tabu, poate cel mai dificil de eliminat, referitor la transparență, mai ales atunci când se discută despre sume de bani implicate în acțiuni bine intenționate, transparent comunicate și profesionist coordonate de specialiști în lobby sau PR.

Din cele prezentate mai sus putem trage concluzia că atât țările cu o tradiție democratică îndelungată, cât și cele ieșite recent de sub influența comunistă se confruntă cu probleme în ceea ce privește reglementarea activității de lobby. Acestea vizează fie elaborarea unui cadru legislativ care să reglementeze activitatea de lobby, fie modul în care legislația existentă este înțeleasă și, mai ales, aplicată.

În mod evident, standardul este dat de SUA, care, deși este țara cu cea mai puternică legislație și cea mai îndelungată tradiție în ceea ce privește activitatea de lobby-ing, se confruntă cu scandaluri de proporții.

Din aceste perspective, probabil că un model ideal de reglementare a activității de lobby în spațiul european ar trebui să reunească modelul britanic în ceea ce privește forma de înregistrare a acestei activități, precum și schimbul de legitimitate promovat aici între stat și agenții de lobby, modelul Germaniei legat de organizarea audiențelor și consultărilor publice, experiența Cehiei cu privire la organizarea conferințelor și dezbaterilor pentru public, dar și accentul put pe educarea mediului universitar ca potențial, viitor lider de opinie și factor de propagare pentru cei care intră în contact cu acest mediu, așa cum se întâmplă în Serbia.

Nu trebuie neglijat însă nici rolul pe care îl joacă mass-media și mediul universitar în procesul de reglementare, dar și de acceptare socială a activității de lobby-ing.

Probabil că promovarea activității de lobby-ing ar trebui să atingă o nouă dimensiune și să se orienteze spre faptul că lobby-ul reprezintă o pârghie legală prin care electoratul poate influența deciziile politice. Această perspectivă ar fi de natură să scoată din centrul atenției puterea și influența marilor companii și a deținătorilor de resurse financiare. Chiar dacă este un clișeu, trebuie promovată ideea revenirii puterii în mâinile poporului. Reglementarea procesului de lobby trebuie să aibă în vedere atât procesul în sine, cât și comportamentele care pot deveni emblematice pentru activitatea de lobby-ing. Evident, în procesul de reglementare trebuie să-și găsească locul și aplicarea sancțiunilor pentru nerespectarea codurilor deontologice și a prevederilor legale în domeniu.

Doar în acest mod s-ar putea elimina sau, cel puțin, diminua principalul factor care împiedică evoluția și mai ales acceptarea activității de lobby-ing ca aspect firesc al controlului socialului asupra politicului: confuzia, respectiv suprapunerea între lobby și traficul de influență.

Exerciții practice:

1. Cum vedeți viitorul activității de lobby?
2. Care sunt domeniile în care se justifică accentuarea activității de lobby și în care credeți că aceasta ar trebui redusă? Argumentați.

Bibliografie obligatorie:

Mihaileanu, Liviu, Horja, Aurelian - *Reglementarea activitatii de Lobby. In anticamera influentei*, Editura C.H. Bech, Bucuresti, 2009 - Capitolul 5: Privire comparativă asupra reglementării activității de lobby în Statele Unite ale Americii și Europa, p. 63-97

Bibliografie:

1. Clament, Michel - *Le Lobbying et ses secrets: guide des techniques d'influence*, Ed. Dunod, Paris, 1997.
2. Cohen, David, de la Vega, Rosa, Watson, Gabrielle - *Advocacy for Social Justice*, 2001
3. Michie, David - *The invisible persuaders*, Bantam Press, London, 1998.
4. Mihaileanu, Liviu, Horja, Aurelian - *Reglementarea activitatii de Lobby. In anticamera influentei*, Editura C.H. Bech, Bucuresti, 2009.
5. Walt, S.M., Mearsheimer, J.J. - *Lobby-ul israelian si politica externa a statelor unite*, Ed. ANTET, Bucuresti 2008
6. <http://www.guardian.co.uk/film/2010/aug/17/government-uk-film-council-lobbying>
7. <http://www.scribd.com/doc/34704559/Israel-Lobby-US>
8. http://www.aipac.org/about_AIPAC/Learn_About_AIPAC/26.asp
9. <http://www.timesonline.co.uk/tol/news/politics/article5581547.ece>
10. <http://www.publications.parliament.uk/pa/cm200809/cmselect/cmpublicadm/36/36i.pdf>
11. <http://www.telegraph.co.uk/news/1397040/Advisers-move-to-lobby-firm-attacked.html>
12. <http://www.euronews.net/2010/03/22/pre-election-lobbying-scandal-rocks-uk-s-labour/>
13. <http://www.archive.official-documents.co.uk/document/cm28/2850/285002.pdf>
14. <http://www.timesonline.co.uk/tol/news/politics/article4926737.ece>
15. http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/politics/6907594.stm
16. http://www.congress.org/news/2010/02/18/whats_the_history_of_lobbying;
17. [http://www.publicaffairslinks.co.uk/Help%20Guides/The%20History%20of%20Lobbying%20\(guide1\).doc](http://www.publicaffairslinks.co.uk/Help%20Guides/The%20History%20of%20Lobbying%20(guide1).doc)
18. http://www.parliament.uk/parliamentary_publications_and_archives/parliamentary_archives/archives_the_suffragettes.cfm