



TRANSPARENCE

L'affaire du Kazakhstan incite des parlementaires à s'attaquer aux zones d'ombre du lobbyisme

Didier Berberat, Andrea Caroni et Lukas Reimann exigent des règles plus strictes pour les agences de communication. Un registre fédéral est demandé

4 minutes de lecture

berne

Publié vendredi 8 mai 2015 à 23:04.

Après l'affaire kazakhe, les zones grises du lobbyisme sont menacées

Transparence Des élus exigent des règles plus strictes pour les agences de communication

Un registre est demandé

Marie-Louise Baumann et Thomas Borer sont deux des lobbyistes les plus influents que l'on puisse croiser dans la salle des pas perdus du Palais fédéral. Ils ont un point commun, ou plutôt un pays commun (quoi que l'approche en soit différente): le Kazakhstan.

Tous deux sont à l'origine d'une intervention parlementaire. Marie-Louise Baumann et l'agence de communication Burson-Marsteller, pour qui elle remplit des mandats, ont transmis à Christa Markwalder (PLR/BE) le texte d'une interpellation que celle-ci a signée en 2013. Thomas Borer n'est pas sans lien avec une interpellation de Christian Miesch (UDC/BL) portant sur l'état de l'enquête sur l'ancien dignitaire Viktor Khrapunov (LT du 22.10.2014).

La NZZ, qui a révélé la genèse du texte de Christa Markwalder, a ajouté vendredi que Burson-Marsteller et Marie-Louise Baumann ont mis sur pied au printemps 2014 un voyage tous frais payés au Kazakhstan. Mais seuls deux parlementaires y ont participé: Walter Müller (PLR/SG) et Christian Miesch.

Cette affaire relance le débat sur la transparence des lobbyistes actifs pour une agence de communication. A l'époque des faits, les règles étaient floues. L'association faîtière, la Société suisse des affaires publiques (SSPA), n'avait pas encore adopté son code de déontologie, qui est entré en vigueur le 1er juillet 2014. Ce code exige des «collaborateurs travaillant dans des agences» qu'ils indiquent, outre leur propre identité, le «nom de tous les mandants directement encadrés par le membre de la SSPA».

Cette nouvelle règle a entraîné une quinzaine de démissions de membres de la SSPA, dont les clients ne souhaitaient pas apparaître publiquement. La SSPA compte aujourd'hui 227 adhérents, dont Marie-Louise Baumann. Agée de 69 ans, cette femme expérimentée a travaillé dix ans au département juridique de la Chancellerie fédérale puis au secrétariat du Parti radical.

Elle est entrée chez Burson-Marsteller en 2000. Parmi les dossiers qu'elle a contribué à faire capoter: l'accord aérien germano-suisse de 2005. Depuis le début de l'année, elle a sa propre société, MLB Communications, et est accréditée au Palais fédéral par la conseillère nationale Corina Eichenberger (PLR/AG), tout comme Daniel Heller, de l'agence Farner. Son accréditation est valable jusqu'à la fin de la législature, en novembre.

On la juge discrète, aimable et solide. Même des élus qui ne sont pas de son bord politique le reconnaissent: «J'ai travaillé avec elle dans le cadre du "Swissmade", car elle avait un mandat de la branche horlogère. Elle est effectivement efficace», témoigne le conseiller aux Etats Didier Berberat (PS/NE), l'un des parlementaires qui se démènent le plus pour améliorer la transparence du lobbyisme.

Remplit-elle les conditions posées par la SSPA? En fait, comme de nombreux autres membres travaillant pour des agences, elle renvoie aux références que celles-ci publient sur Internet. Burson-Marsteller, furrerhugi, Farner, Dynamics Group et des sociétés moins connues comme YJOO Communications, dont certains collaborateurs sont affiliés à la SSPA, publient en effet une telle liste.

«Le problème, c'est que le code de déontologie de la SSPA est facultatif. Les lobbyistes qui n'en font pas partie n'y sont pas soumis», regrette Andrea Caroni (PLR/AR), qui s'inquiète aussi des lacunes de la réglementation en vigueur. Actuellement, près de trente lobbyistes œuvrant pour un bureau de communication disposent d'un badge d'accès permanent au Palais fédéral, délivré par un parlementaire. Or, un tiers ne sont pas affiliés à la SSPA. Deux exemples: Thomas Borer, qui a sa propre agence et a reçu son badge du politicien-banquier Thomas Matter (UDC/ZH), et les collaborateurs du bureau de consultants Hirzel.Neef.Schmid.

Or, le code de déontologie et l'obligation d'annoncer les noms des clients ne concernent que les membres de la SSPA. Didier Berberat et Andrea Caroni, qui jugent tous deux que Christa Markwalder a «fait preuve de négligence», estiment que l'affaire du Kazakhstan doit offrir l'occasion de rehausser les exigences de transparence à l'égard des lobbyistes travaillant pour ces agences. «Je vais demander au bureau du Conseil des Etats de se saisir du dossier, car on ne sait pas toujours pour qui ils roulent», argumente Didier Berberat. «Il faut demander à tous les lobbyistes qui ont accès au Palais fédéral de dévoiler les noms de leurs clients, surtout s'il s'agit d'un Etat étranger», acquiesce Andrea Caroni. Il appuie la démarche

de Lukas Reimann (UDC/SG), qui a déposé mercredi une motion (déjà présentée en 2009, mais qui était restée sans suite) exigeant l'instauration d'un registre des lobbyistes indiquant mandats et clients.

«Les lobbyistes qui ne font pas partie de la SSPA ne sont pas soumis à son code de déontologie»