



Pendant le Sommet socio-économique de 1996. De gauche à droite : Bernard Landry, à l'époque ministre d'État à l'Économie et aux Finances, Claude Béland, président du Mouvement Desjardins, le président du Groupe Jean Coutu et André Bérard, de la Banque nationale. Les sommets entre partenaires sociaux représentent des moments privilégiés pour exercer son lobbying auprès du gouvernement, mais sous les feux des projecteurs.

PHOTO BENOÎT AQUIN

Un colloque se tenait sur la pratique du lobbying au Québec, au printemps 1997. Jacques Baril (député du PQ dans Arthabaska) présidait alors la Commission des finances publiques. Il tenait l'occasion de promouvoir une législation sur cette pratique occulte. Après les élections de 1998, M. Baril a quitté la présidence de la commission sans mettre de l'avant une initiative quelconque.

«Le système parlementaire américain donne aux représentants de la Chambre et aux sénateurs un véritable pouvoir face au gouvernement», explique M. Jean-Pierre

Démarcheurs de l'ombre

En plus de nourrir la suspicion populaire à l'endroit des politiciens et de leur entourage, l'absence de législation introduit des inégalités de traitement entre les citoyens dans leurs rapports avec le pouvoir, selon qu'ils représentent de puissants intérêts ou les classes moins nanties. Même l'impôt consacre ces inégalités: une compagnie soustrait les dépenses engagées dans le lobbying de son revenu imposable, mais le contribuable qui souscrit à un organisme de défense de ses droits ne pourra en faire autant (voir encadré *Lobbying et charité*).

Au sein du Groupe 2000 neuf, un cabinet de relations publiques basé à Montréal, trois des vingt employés pratiquent le lobbying, surtout au bénéfice d'organisations du domaine de la santé. «En fait, nous accompagnons des groupes dans leurs démarches, sous forme de campagnes de presse ou de publicité, sauf que celles-ci visent précisément l'appareil gouvernemental», explique son président, M. Michel Bissonnette.

Il y a 18 mois, M. Bissonnette participait à la création de l'Alliance des cabinets de relations publiques, mise sur pied à cause du

bre sans que la loi les oblige à s'identifier. Aux États-Unis, le *Lobbying Disclosure Act* impose la transparence aux lobbyistes.

Lobby & Co

Seulement à Washington, il se dépense aux bas mots 1,5 milliard \$US chaque année afin d'influencer les élus fédéraux. Pour les États-Uniens, plus qu'un privilège douteux, le lobbying est un droit constitutionnel: *Le congrès ne fera aucune loi qui touche l'établissement ou interdise [...] le droit qu'a le peuple de s'assembler paisiblement et d'adresser des pétitions au gouvernement pour la réparation des torts dont il a à se plaindre*, décrète le mythique Premier Amendement à la Constitution américaine.

Chaque citoyen a le droit de communiquer personnellement ses doléances aux élus. C'est la méthode utilisée par les gens ordinaires pour influencer les législateurs. Mais, quand on s'appelle Shell, NRA (National Rifle Association) ou Greenpeace, on envoie plutôt un mandataire à Washington, un lobbyiste à la langue bien pendue, qui a des contacts.

La loi américaine définit le lobbyiste

LES LOBBYISTES STARS DE L'OMBRE

Les lobbyistes professionnels accaparent l'attention des élus et les détournent des problèmes. Au Québec, aucune législation n'encadre le commerce de l'influence politique.

PAR CHRISTIAN BLANCHARD

Françoise David s'est taillé une réputation de «star» du lobbying à Québec pour ses succès avec la Marche pour du pain et des roses (en 1994) et la Marche mondiale des femmes (à l'automne 2000). Selon Lyne-Sylvie Perron, de la firme Hill & Knowlton/Ducharme Perron, l'ex-présidente de la Fédération des femmes du Québec se retrouve en bonne compagnie, avec les chefs syndicaux, des écologistes et les porte-parole des assistés sociaux ou... de Bell Canada, Canadien National et Gaz Métropolitain, des clients de M^{me} Perron.

M^{me} Perron exprimait ce point de vue devant une centaine de communicateurs gouvernementaux, à Québec, le 20 novembre 2001. Le lobbying, «ce n'est pas que des actions destinées aux seules fins de l'intérêt privé, mais ultimement (sic) de l'intérêt commun», déclarait M^{me} Perron. Ayant ses entrées dans les milieux politiques québécois, ancienne attachée de presse du premier ministre René Lévesque, Lyne-Sylvie Perron, a fondé, en 1986, la firme de relations publiques Ducharme Perron (voir encadré *Casus Belli*).

Assimiler ainsi le mandat des porte-parole des mouvements sociaux et le commerce d'influence révèle la confusion des genres, au Québec, en l'absence de toute règle sur le lobbying. Aux États-Unis, par contre, le lobbying fait partie intégrante de la culture politique. La législation sur cette pratique date de 1946. Au Canada, la Loi sur l'enregistrement des lobbyistes et le Code de déontologie des lobbyistes ont réglé progressivement cette industrie depuis 1988 (voir encadré *Lobby Enr.*).

On sait que, parmi la centaine de lobbyistes actifs dans la Vieille Capitale, plusieurs anciens ministres ou députés continuent de fréquenter les politiciens actifs, pour le compte de bureaux de relations publiques. Par exemple, Dennis Dawson (de Hill & Knowlton/Ducharme Perron), ancien député fédéral, ne s'en cache pas, puisqu'il s'est enregistré comme lobbyiste à Ottawa.

Charbonneau (député du PQ dans Borduas), président de l'Assemblée nationale. Dans ce contexte, «il est donc pertinent que des gens, payés ou non, tentent d'influencer le vote des décideurs.» Et, donc, que l'État régleme cette pratique. Par contre, ajoute M. Charbonneau, «notre loi sur le financement des partis politiques évite aux politiciens d'être constamment à la recherche de fonds comme les élus américains. Cela évite aux élus de faire des faveurs politiques pour remercier de généreux donateurs.»

Au Québec, la politique est plus conviviale, conclut M. Charbonneau, les personnes ou les groupes qui ont besoin de rencontrer leur député le font eux-mêmes. La politique québécoise a beau être conviviale, ne serait-il pas normal que nous soyons justement tous conviés à savoir ce qui s'y passe?

tapage autour de certaines campagnes de la firme National et de la mauvaise réputation que cela risquait de valoir à l'industrie. L'Alliance promeut l'adoption, au Québec, d'un code de déontologie. M. Bissonnette admet que ce code n'est pas suffisant pour contrôler le lobbying. Il est favorable à une législation, mais émet des réserves: «Je crois qu'on pourrait établir des balises plus claires dans le domaine du lobbying en prenant soin de ne pas alourdir le processus de représentation qui est la seule voix pour certains groupes.»

Que les citoyens se réunissent et manifestent pour se faire légitimement entendre n'est pas nouveau. Récemment, le documentaire d'Hugo Latulipe, *Bacon: le film*, a ainsi décrit le lobbying exercé par les producteurs de porcs auprès de nos gouvernants. En revanche, les lobbyistes professionnels se terrent dans les firmes de relations publiques et œuvrent dans l'om-

comme une personne employée pour établir plus d'un contact afin d'influencer les élus et dont les activités de lobbying constituent au moins 20 % des services rendus à un client dans une période de six mois. Quel est le travail réel du lobbyiste? Muni d'un dossier fourni par les personnes qu'il représente (entreprise, syndicat, association, groupe), le lobbyiste rencontre un élu pour le convaincre de voter dans un sens qui favorise son client.

Aux yeux de M. Julius Hobson, lobbyiste pour le compte de la puissante Association médicale américaine, il s'agit là d'un jeu où personne ne gagne à tout coup. Dans un document préparé à l'intention des jeunes médecins, l'Association donne des trucs pour faire son propre lobbying mais surtout le conseil suivant: «Arrivez avec des solutions. Les politiciens veulent des solutions, pas des problèmes.»