
Публикуван на: 15-06-2006

Източник: [Портал ЕВРОПА](#)



Има ли Европейската комисия сили да изиска от лобистите прозрачност на дейността им? Готова ли е ЕК да наложи стриктни етични правила за собствените си служители?

Уважаеми читатели, Портал ЕВРОПА ви предлага тематична поредица от материали, посветени на темата за лобизма. В седем поредни дни – в рамките на една седмица – ще ви запознаваме с различен аспект на въпроса – I. Въпросителните, II. Инициатива за прозрачност в Европа (ЕТИ), III. ЕС, България и лобизма – кой за какво се бори, IV. Моделите на ЕС и на САЩ за регулиране на лобизма, V. Лобирането, VI. Лобизмът в САЩ, VII. Корупционните практики в лобирането. Очакваме и вашите мнения по разискваната тема на редакционния адрес – info@europe.bg.

Моделите на ЕС и на САЩ за регулиране на лобизма

През 1995 г. в САЩ се приема Закон за разкриване на лобизма (Lobbying Disclosure Act) – това е основният нормативен акт, регулиращ тази дейност. Законът за регистрация на чуждестранните агенти (Foreign Agent Registration act) съдържа специфичните изисквания, касаещи компаниите, чиито клиенти (т.е. поръчителите на лобизма, ползвателите на лобистките услуги) са от чужбина. Портал ЕВРОПА запита еврокомисаря Сийм Калас дали начинът, по който Съединените щати са уредили въпроса с лобизма е удачен за Европа. Сътрудниците му ни отговориха: “Позицията на комисаря Калас е, че САЩ и ЕС са в различни ситуации. Комисарят Калас се обявява за саморегулация от страна на самите лобистки организации, което е далеч от “хард”-регулацията, съществуваща в САЩ. Американският подход се основава на регистър за това, кой какво прави и с чии пари, и етичен кодекс на поведение. Дали този подход е ефективен личи от неотдавнашния скандал Абрамов.”

От своя страна Ерик Веселиус от Corporate Europe Observatory – водещ член на ALTER-EU коментира пред Портал ЕВРОПА, че “Системата за регистриране и отчетност в лобирането в Европа трябва да вземе за пример моделите, функциониращи в САЩ и Канада.”

“Лобистите трябва да бъдат задължени да разкриват клиентите, бюджетите си и сферите в законодателството и политиките, върху които оказват влияние. Ако някой лобист е решил да остане в сянка, как да разчиташ на добрата му воля?”, риторично попита пред Портал ЕВРОПА Улрих Мюлер от “ЛобиКонтрол”. Според Мюлер американската система е работеща, но има недостатъци като например слабият мониторинг. “Американският модел не може да се приложи едно към едно в Европа, трябва ни специфично европейско решение, но можем много да се учим от американския, от канадския и от литовския опит”, каза за Портал ЕВРОПА Улрих Мюлер.

Законът в Америка изисква всеки агент на чуждестранен принципал да се регистрира към Министерството на правосъдието, където да подаде параметрите на договора си със съответния чуждестранен възложител на лобистки услуги. Тези формуляри са обект на публична информация и фирмите са длъжни да подават новата информация на всеки шест месеца. На всяко полугодие, главният прокурор (и правосъден министър) докладва пред членовете на Конгреса за характера, източниците и съдържанието на информационните материали, разпространявани в САЩ от лобисти, чиито възложители са чуждестранни.

Впрочем именно благодарение на американските доклади по т.нар. Закон за регистрация на чуждестранните агенти (Foreign Agents Registration Act), България научи колко много пари е давала през годините родната изпълнителна власт за лобизъм зад Океана. Включително за уреждане на срещи на български държавници с чуждестранни политици.

В разгара на скандала с Шевес президентът Георги Първанов каза, че е резервиран към ефекта от лобистката дейност и повтори неведнъж, че "сам изгражда своята дейност" и не се нуждае от чуждестранни лобистки компании.

"Това, че политиките ползват лобисти, не е знак, че тези политици са с нисък капацитет и не могат сами да си уреждат срещите в чужбина – това е знак, че са с малък опит за нашите, американските институции. Ние осигуряваме на клиента достъп до администрацията, понеже не е лесно да се справиш с културата на страна като нашата" – коментира в неофициален разговор с Портал ЕВРОПА изпълнителният директор на известна американска лобистка компания, работила многократно за българското правителство.

Сред темите, по които е лобирано от името на България в САЩ през годините – наред с членството в НАТО, партньорството на България със САЩ в борбата срещу тероризма, връщането на иракския дълг и президентските визити в САЩ – е членството на България в Европейския съюз.

Дали е извършвана лобистка дейност, поръчана и финансирана от България, в европейските институции, не може да се разбере, тъй като в Европа няма практика лобистката дейност да бъде регистрирана и да бъде обект на публичен достъп.

В петък очаквайте продължение – Лобирането и най-често задаваните въпроси за това, как то е регулирано в САЩ.