

# Lobbing w UE – wydarzenia



## UNICE i Social Platform krytykują nową Agendę Socjalną

Pełne zatrudnienie, walkę z ubóstwem oraz promowanie równych szans na rynku pracy, Vladimir Spidla, unijny Komisarz ds. Socjalnych, uznał za priorytety dla dalszych działań Komisji w ciągu najbliższych pięciu lat. W dokumencie „Agenda Socjalna” zaprezentowanym 9 lutego tego roku Spidla podkreślił, iż „dynamiczna, nowa agenda zapewni mieszkańcom to, czego najbardziej potrzebują: godziwą pracę i sprawiedliwość społeczną”.

Te priorytety stanowią wsparcie dla strategicznych celów Komisji Europejskiej, do których zalicza się dobrobyt i solidarność. Można było oczekiwać, że prezentacja tak ważnego dokumentu, spotka się z głośną reakcją środowisk reprezentujących różne grupy interesu. Europejska Federacja Pracodawców (UNICE) natychmiast ostrzegła, że nowy program może poważnie zagrozić celom wyznaczonym przez Agendę Lizbońską: wzrostowi zatrudnienia i postępowi gospodarczemu. Jednocześnie podkreśliła sprzeczności tkwiące w samej Agendzie, dotyczące takich obszarów, jak

promocja europejskich rad zakładowych czy restrukturyzacja. Nie powinna więc dziwić pozytywna reakcja Sekretarza Generalnego Konfederacji Europejskich Związków Zawodowych (ETUC) Johna Monksa, który podkreślił potencjalny wkład tego dokumentu w restrukturyzację i promocję europejskich rad zakładowych, jako narzędzia radzącego sobie z wyzwaniami globalizacji. Pochwalił on również Agendę Socjalną za promocję równouprawnienia płci, solidarności pomiędzy pokoleniami i przede wszystkim Europejską Inicjatywę na rzecz Młodych oraz walkę z dyskryminacją.

Władimir Spidla: Godziwa praca i sprawiedliwość społeczna dzięki „Agendzie Socjalnej”



Władimir Spidla: Godziwa praca i sprawiedliwość społeczna dzięki „Agendzie Socjalnej”

Zupełnie odmiennie zareagował trzeci wielki lobbysta – Platforma Europejskich Społecznych Organizacji Pozarządowych (Social Platform), która ostro skrytykowała Komisję za brak wizji, marginalizację oraz osłabienie aspektów socjalnych na rzecz bezwzględnego wzrostu gospodarczego.

## Unia miodem płynąca

Od listopada 2004 do początku marca 2005 trwała pikietą węgierskich producentów miodu. Siła pszczelarzy, demonstrujących przed budynkiem Rady Ministrów, nie leżała w ich liczbie, ale w uporze, z jakim starali się przedstawić swoje postulaty. Codziennie po kilka godzin, grupka hodowców pszczół, rozstawiała swoje transparenty, domagając się zmiany unijnej dyrektywy, dotyczącej miodu. Według protestujących, dyskryminuje ona europejskich producentów miodu, na czym korzystają importerzy spoza granic UE, szczególnie Chińczycy. W oświadczeniu pszczelarzy przeczytać można żądania ustanowienia surowszych wymagań, dotyczących składu importowanego miodu oraz wyraźnego oznakowania na opakowaniu kraju jego pochodzenia.

## Lobbing w liczbach

**13 000** to liczba lobbystów działających w Brukseli. Stolica UE to po Waszyngtonie (25 000) drugie miejsce na świecie o ich największym zagęszczeniu.

**6500** funkcjonariuszy unijnych bierze bezpośredni udział w procesie decyzyjnym. To właśnie oni są głównym celem lobbystów.

Na każdego europościa przypada **7 lobbystów**.

**ok. 40 proc.** lobbystów jest akredytowanych przy Parlamencie Europejskim. Największą grupę stanowią Niemcy – 640 (13 proc.), następnie Brytyjczycy (350), Francuzi i Włosi (270) oraz Hiszpanie (170).

**60 osób** – tylu lobbystów mają w Brukseli nowe kraje członkowskie.

**60–90 milionów euro** – tyle szacunkowo rocznie wydają w Brukseli firmy lobbingowe. Największe z nich to WeberShandwick, APCO Europe, Hill&Knowlton, GPC, Burson-Marsteller i Blueprint.

Źródło: Eulobby.net

Czy uda im się osiągnąć zamierzony cel? Trudno powiedzieć, ale już teraz można pogratulować im pomysłu i realizacji akcji lobbingowej, przeprowadzonej niskim nakładem sił i środków.

Pikietę zorganizowano w systemie zmianowym. Każdego tygodnia autobus kursujący na trasie Budapeszt - Bruksela przywoził nowych demonstrantów. Aby obniżyć koszty całego przedsięwzięcia, pszczelarze spali w hotelu oddalonym 40 km od Brukseli.

„Pszczelarskie ruszenie” odniosło marketingowy sukces. Wszystkie gazety, specjalizujące się w tematyce europejskiej, opisały postulaty demonstrujących. Dzięki temu argumenty stały się znane nie tylko unijnym funkcjonariuszom i decydom.

Niestety, demonstranci zapomnieli o jednej ważnej rzeczy. Chcąc, aby ich głos był w Brukseli bardziej donośny, powinni silniej działać w porozumieniu ze związkami pszczelarskimi z innych państw członkowskich, organizując wspólną wielopłaszczyznową kampanię. Ich żądania popierane są bowiem przez wszystkie znaczące stowarzyszenia branżowe z całej Europy. Unijni decydenci przyznają, że wspólny wielonarodowy front podniósłby rangę lobbingowych działań z poziomu narodowego na poziom ponadnarodowy, a to oznacza, że ich postulaty mogłyby zostać spełnione.

## Po pierwsze, prawa konsumenta...

„Jesteśmy zdania, że na Komisję Europejską, której przewodniczył Jacques Santer, silny wpływ miały kręgi przemysłowe. Z drugiej strony jednak, jej priorytety związane były w dużej mierze z ochroną środowiska (...) Wydaje mi się, że za czasów Prezydenta Prodiego kręgi przemysłowe zyskały jeszcze większą moc oddziaływania” – powiedział Rasmus Kjeldahl, Prezydent BEUC (Europejskiej Organizacji Konsumentckiej) w wywiadzie udzielonym portalowi informacyjnemu EurActiv.com. Kjeldahl podkreślił, że zintensyfikowanie działań lobbingowych ze strony kół przemysłowych było zauważalne szczególnie w kontekście działań związanych z obszarem zdrowia i praw konsumentckich, gdzie „przedstawiciele przemysłu spotykaliśmy w najmniej spodziewanych miejscach”. Jednocześnie przyznał, iż wykonują oni swoją pracę bardzo profesjonalnie. Skutkuje to tak spektakularnymi wydarzeniami, jak udany lobbing wobec większości parlamentarnej w PE na rzecz regulacji dotyczących ochrony praw pasażerskich. Prezydent BEUC stwierdził nawet, iż „analizując skład nowej Komisji, można zobaczyć, że kręgi przedsiębiorcze uczyniły kolejny krok naprzód w oddziaływaniu na obecny skład i podział zadań członków Komisji Europejskiej”. Równocześnie przyznał, że jeśli z jednej strony wyzwania dla ruchu obrony praw konsumentckich stały się większe, to – z drugiej – nastąpiła relokalizacja priorytetów Komisji Europejskiej. Przez wiele lat pomostem łączącym Brukselę z obywatelami UE była kwestia ochrony środowiska. Teraz została ona „zdetronizowana” na rzecz ochrony konsumentów. Świadczyć o tym mogą obecne prace Parlamentu Europejskiego nad stanem praw konsumentckich w nowych krajach członkowskich i – w związku z tym – potencjalnym zwiększeniem budżetu DG SANCO (Dyrekcja Generalna Komisji ds. Zdrowia i Ochrony Konsumentów) z 20 do 40 milionów euro. Na pytanie reportera EurActiv, które dotyczyło zdolności nowych członków do sprostania unijnym normom bezpieczeństwa żywności, Kjeldahl odpowiedział, że problemy z salmonellą oraz bezpieczeństwem żywności są problemami „starych” krajów UE, a samo rozszerzenie nic w tej materii nie zmieniło. Jednak z drugiej strony, „możemy zaobserwować wzrastający

import z nowych krajów członkowskich. Uważamy, że ma to pozytywny wpływ na obniżkę cen (żywności)”, przyznał nowy Prezydent BEUC.

Zapytany o swoje priorytety na najbliższe dwa lata ujawnił, iż najważniejszym będzie utrzymanie statusu najważniejszej organizacji lobbingowej na polu ochrony praw w konsumentckich. W wywiadzie stwierdził, iż życzyłby sobie, aby „wszystkie nowe kraje członkowskie wzmocniły swoje narodowe organizacje konsumentckie”, a także, aby były one wystarczająco silne, by efektywnie lobbować i wpływać na decyzje podejmowane przez władze, na szczeblu lokalnym i państwowym. Inaczej „wpłyne to na naszą ogólną zdolność do prowadzenia efektywnego lobbingu. Nie możemy dopuścić do powstania „dziury” w żadnym kraju, gdyż będzie to mieć wpływ na efektywność działania wszystkich szczebli naszej organizacji”.



Rasmus Kjeldahl: Życzyłbym sobie, aby wszystkie nowe kraje członkowskie wzmocniły swoje narodowe organizacje konsumentckie

## Goliat kontra Dawid

„Nie Patentom Software’owym” jest chyba najbardziej znanym hasłem ostatnich tygodni, rozbrzmiewającym na korytarzach instytucji europejskich w Brukseli. Jego autorem jest firma NoSoftwarePatents.com, która swą kampanią lobbingową pokrzyżowała plany takim gigantom jak Microsoft, Nokia, Ericsson czy Alcatel. Kampania zwrócona jest przeciwko planowanemu przez Brukselę wprowadzeniu patentów software’owych na terenie UE. Jej partnerami są 1&1, RedHat oraz MySQL AB.

Na obszarze Unii programy komputerowe chronione są obecnie prawem autorskim. Wprowadzenie prawa patentowego, zdaniem organizatorów akcji, spowodowałoby zmonopolizowanie rynku oprogramowania przez wielkie korporacje. Mogłyby one z łatwością nie tylko wyeliminować konkurencję małych i średnich przedsiębiorstw, ale też spowodowałyby pogorszenie bezpieczeństwa, stabilności i skuteczności powstającego oprogramowania.

Jeszcze niedawno wydawało się, że patenty zostaną wprowadzone. Ostatecznie zdecydować o tym miało posiedzenie Rady Ministrów państw unijnych w listopadzie 2004 roku. Wtedy nieoczekiwanie Polska zgłosiła swoje veto wobec projektu, prosząc o przesunięcie głosowania na następne posiedzenie. Na kolejnych obradach Rady Ministrów, znów na prośbę Polski, przełożono głosowanie nad wprowadzeniem patentów software’owych. Zdecydowana postawa pol-

skiego rządu otworzyła możliwość zatrzymania, a nawet odwrócenia całego procesu legislacyjnego. Grupa 61 posłów europejskich, w tym ponad połowa z Polski, pod przewodnictwem byłego premiera Jerzego Buzka, ogłosiła deklarację, w której zwracała się do Komisji Europejskiej, żeby złożyła nową propozycję legislacyjną. Aby zdążyć przed kolejnym posiedzeniem Rady, Komisja Prawna Parlamentu Europejskiego, uznała zdanie 61 posłów za oficjalne stanowisko



Margot Wallström – tym razem jej zadaniem jest stworzenie przyjaznego wizerunku UE

Parlamentu Europejskiego. Poparcie dla inicjatywy nowelizacji prawa patentowego wyraziły ostatnio rządy Hiszpanii i Holandii. W wyniku wielostronnych konsultacji obecna propozycja legislacyjna z powrotem wróciła do Parlamentu Europejskiego. To, jaki kształt w ostateczności przyjmie dyrektywa, zależy będzie od determinacji i siły przekonywania obu stron. Szykuje się gorąca walka, której wynik dotknie nas wszystkich.

## Wizerunek Unii

Najniższa od 1979 roku frekwencja w wyborach do Parlamentu Europejskiego, rosnący eurosceptycyzm wśród obywateli Unii, brukselska biurokracja to główne powody powołania do życia w nowej Komisji Europejskiej funkcji Komisarza do spraw strategii komunikacyjnej. O powadze podejścia do tematu świadczy połączenie tej funkcji ze stanowiskiem Wiceprzewodniczącego Komisji Europejskiej.

Margot Wallström, która w poprzedniej kadencji Komisji odpowiedzialna była za sprawy środowiska, tym razem ma stworzyć przyjazny wizerunek Unii Europejskiej. Jednakże z budżetem 45 milionów euro na rok 2005 nie będzie to zadanie łatwe. Sama Komisarz w wywiadzie dla EJobserver przyznaje, że główną przeszkodą do stworzenia pozytywnego wizerunku UE jest postawa samych państw członkowskich, które zamiast mówić o swoich sukcesach „uważają, że łatwiej wrócić do domu i winić Brukselę, biurokrację albo cały system”.

W tym samym wywiadzie, mówiąc o założeniach swojej przyszłej kampanii, przyznaje, że wymaga ona nowego podejścia do tematu. Dotychczasowa strategia, polegająca na ciągłym przypominaniu, że Unia Europejska to pokojowy projekt, nie zdaje egzaminu w każdym kraju. „Do mieszkańców kraju (Szwecji), który od 200 lat nie był w stanie wojny ten argument po prostu nie przemawia”.

**Zebrał:**  
**Grzegorz Kowal**  
**Bruksela ■**

R E K L A M A

Patronat:



onet.pl epr



DECYDENT manager

**26-27 kwietnia 2005**  
**Hotel InterContinental**  
**Warszawa**

**informedia**  
**POLSKA**

W konferencji uczestniczą:

- Business Centre Club
- Cross Media PR Sp z o.o.
- Grupa Doradztwa Strategicznego Sp z o.o.
- Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym  
Krajowa Izba Gospodarcza
- IFPMA - International Federation of Pharmaceutical Manufacturers & Associations
- Polska Federacja Producentów Żywności
- Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan
- Polska Organizacja Handlu i Dystrybucji
- Polskie Stowarzyszenie Public Relations
- Szkoła Główna Handlowa
- Weil, Gotshal & Manges  
Amerykańska Izba Handlowa w Polsce
- Wyborowa SA
- Związek Firm Public Relations

Ważne spotkanie  
w momencie  
powstawania  
nowej Ustawy

Konferencja

**LOBBING**

**Jaka strategia  
i przyszłość w Polsce**

- Czym naprawdę jest lobbing
- Projekt ustawy o działalności lobbingowej w Polsce
- Lobbing grup interesów a lobbing indywidualnych przedsiębiorstw
- Lobbing za granicą
- Zakres obowiązków i odpowiedzialność prawna lobbysty
- Przykłady działań lobbingowych w różnych dziedzinach gospodarki

Więcej informacji:



[www.lobbing.event.pl](http://www.lobbing.event.pl)