

ЕВРОПЕЙСКИЕ ЛОББИСТЫ РОССИЙСКИХ ИНТЕРЕСОВ



А. БОРЕВ, Т. ПРАЙС



В практике продвижения интересов России в Евросоюзе GPlus занимает особенное место. Вот уже несколько лет эта команда брюссельских консультантов по связям с общественностью обеспечивает коммуникационную поддержку пресс-службы Кремля и компании «Газпром» в высших политических эшелонах Евросоюза, работает с европейскими и международными СМИ. Своими взглядами на профессиональную практику лоббирования интересов в Евросоюзе и проблему продвижения российских компаний согласился поделиться один из партнеров GPlus – г-н Тим Прайс. Интервью провел Алексей Боров.

В Брюсселе зарегистрировано около 300 компаний, специализирующихся на консалтинге в области взаимоотношений с институтами Евросоюза. В чем заключается особенность GPlus?

Думаю, что у любой компании есть свои особенности, которыми она отличается от остальных. В случае GPlus, с момента основания компании в 2001 году мы ставим своей задачей понимание внутренних механизмов и процессов принятия решений в рамках институциональной системы Европейского союза, которое позволяет нам оказывать профессиональные услуги в этой сфере нашим клиентам.

К пониманию внутренней механики ЕС добавляется практика взаимодействия с европейскими и международными СМИ, которая также основана на опыте работы в журналистской среде и знании технологии работы журналистов в международных медиа.

Можно сказать, что мы не являемся консалтинговой фирмой со специализацией в области европейских политических процессов (European public affairs) в классическом смысле, наше преимущество строится скорее на том, что в нашей команде мы объединили специалистов с различным профессиональным опытом. Многие из наших сотрудников обладают опытом работы в Европейской комиссии и Европейском парламенте, многие

имеют опыт работы в СМИ, некоторые раньше работали в крупных промышленных корпорациях. Вместе это создает уникальную комбинацию опыта и знаний в различных сферах, необходимых для нашей ежедневной работы.

С другой стороны, учитывая специфику работы в Брюсселе, достаточно сложно представить себе политический консалтинг и консалтинг в области коммуникаций и связей со СМИ в чистом виде – они тесно переплетаются. Возможно, опыт работы в обеих сферах и составляет отличительную особенность GPlus.

С профессионализацией сферы government relations во многих странах формируется сообщество профессиональных лоббистов, использующих в своей ежедневной работе схожие инструменты и подходы к взаимодействию с органами государственной власти. В то же время особенности административно-политической системы, национальных культур и традиций определяют специфику технологий лоббирования интересов в каждой отдельно взятой стране. В чем, на Ваш взгляд, заключается основная отличительная особенность лоббирования интересов в Брюсселе?

Думаю, что по своей сущности лоббизм является довольно универсальным понятием – по сути он представляет собой технологию убеждения, которая может быть свойственна любой среде и

любой сфере человеческих отношений. В политическом смысле лоббизм представляет собой неотъемлемую часть процесса принятия решений, в тех или иных формах он имеет место в любой стране мира.

Особенность лоббирования, или – влияния на процесс принятия решений в Брюсселе, состоит в том, что здесь этот процесс является хорошо организованным. Лоббирование или представление интересов – это отдельная профессиональная сфера.

Возникновение индустрии лоббирования интересов в Брюсселе обусловлено динамикой становления Европейской политико-административной системы. В ее основе лежит процесс постепенного расширения полномочий европейских институтов. Так, одним из первых организованных лобби в Европейском Сообществе стало сельскохозяйственное лобби, что было связано с тем, что коммунистическая политика в области сельского хозяйства с самого начала была одной из сфер, где институты ЕС обладали наибольшими полномочиями. С расширением компетенций институтов ЕС, закрепленным в Едином Европейском Акте, в Брюсселе начинают постепенно формироваться отраслевые группы влияния в форме бизнес-ассоциаций. К типичным примерам можно отнести европейские ассоциации фармацевтической промышленности, высоких