

# Formation pratique au lobbying | Stratégies et outils

*L'outil de dialogue par lequel l'homme de l'art informe l'homme de loi des conséquences de ses prises de décision*

sessions

**2010** | 10-11 mars 15-16 avril 11-12 mai 16-17 juin 6-7 octobre 17-18 novembre 14-15 décembre

**2011** | 12-13 janvier 8-9 février 29-30 mars 24-25 mai 15-16 juin

## Présentation et objectifs

- 1 Présentation et objectifs
- 2 Programme premier jour
- 3 Programme deuxième jour
- 4 Bulletin d'inscription

Parce que les normes et réglementations nationales et européennes pèsent de plus en plus lourdement sur vos activités, la pratique du lobbying devient un instrument de votre compétitivité. Seul ou en équipe, vous avez la charge d'identifier et d'anticiper toute modification législative susceptible d'affecter les acquis de votre entreprise ou de remettre en cause son plan de développement.

De façon concrète vous souhaitez acquérir des connaissances opérationnelles pour :

- **Comprendre les processus normatifs et les règles de fonctionnement des institutions**
- **Assurer une veille normative efficace**
- **Cartographier le jeu des acteurs et mettre en évidence les rapports de force**
- **Comprendre le langage des institutionnels et utiliser les outils de communication adaptés**

### Votre formateur

Bruno GOSSELIN, lobbyiste accrédité au Parlement Européen, il a été le collaborateur de grands cabinets de Public Affairs parisiens et des meilleures agences de communication. Il est également l'auteur du *Dictionnaire du lobbying*, un ouvrage de référence sur les relations institutionnelles aussi bien à Paris qu'à Bruxelles.

Ses principaux domaines d'intervention : la réalisation de diagnostics européens, la conduite d'études de faisabilité, la constitution et l'animation de réseaux relationnels, l'élaboration de stratégies de communication.

Expériences dans les domaines de la formation : créateur du Concours Inter-écoles du lobbying, il intervient notamment à l'Institut des médias, l'ESSEC, HEC Management, l'ENA, l'IHEDN, l'IERSE et dans de nombreuses universités. Il propose également des programmes spécifiques aux entreprises (Danone, GDF-Suez, EDF, Arianeespace, France 2, Pôle Emploi, Gemalto, Sanofi-Aventis, Novartis...) et aux fédérations professionnelles (GNIS, FNCE, FNSICAE, AGEFIPH, FSCEF...)

Vous êtes

Directeur Général, Directeur de la Stratégie, Directeur du Marketing,  
Directeur de la Communication, Directeur des Relations Institutionnelles,  
Directeur des Relations Extérieures, Chargé des affaires européennes.

# Formation pratique au lobbying | Stratégies et outils

programme

premier jour

8h45 : Accueil des participants

9h00-9h15 : Rappel des objectifs de la formation et tour de table

## 9h15 - 10h45 Introduction aux public affairs

### Définition et typologie du lobbying

- Le lobbying institutionnel
- Le lobbying médiatique
- Le lobbying relationnel
- Le lobbying consumériste
- Le lobbying commercial, etc.

### Les différents aspects que peut revêtir aujourd'hui, le « lobbying institutionnel moderne »

- Le lobbying normatif
- Le lobbying décisionnaire
- Le lobbying structurel
- Le lobbying financier, etc.

### Etat de l'art sur les acteurs du lobbying à Bruxelles et à Paris.

### Les groupements d'intérêts, leurs diversités.

### Le marché du lobbying (Conseil, modalités, tarifs), ses règles de déontologie.

Pause

## 11h00-12h30 Les relations institutionnelles

### Comment communiquer auprès des pouvoirs publics ?

- Fédérations et entreprises : une égalité de traitement
- Entreprises et parlementaires : un intérêt à mieux communiquer
- Les moyens de communication utilisés par les entreprises et les groupes d'intérêts répondent mal aux attentes des parlementaires
- Contacts parlementaires : critères d'évaluation
- Actions des parlementaires en faveur des entreprises

Déjeuner

## 14h00 - 15h45 Le lobbying communautaire

### Le système institutionnel de l'UE

- La hiérarchie des normes juridiques
- Le « triangle institutionnel » communautaire
- Les attributions de chaque institution européenne
- Les procédures de prise de décision communautaire
- Vers une évolution prochaine du système : livre blanc, convention, constitution, CIG

### La pratique du lobbying communautaire

- Pourquoi influencer les décisions communautaires ?
- Qui sont les principaux lobbies ?
- Comment pratiquer efficacement le lobbying communautaire ?

Pause

## 16h00-17h30 Méthodologie pratique

### La recherche d'information

- Sources formelles
- Sources informelles

### Mise en place d'un système de veille proactif

- Veille législative
- Veille environnementale

### Le cycle de développement d'une contrainte et d'une opportunité

### L'analyse des décisions et de leurs conséquences

### La définition des objectifs, cartographier les acteurs

### Les stratégies de communication

- Grassroots lobbying
- Grasstop lobbying

1 Présentation et objectifs

2 Programme premier jour

3 Programme deuxième jour

4 Bulletin d'inscription

# Formation pratique au lobbying | Stratégies et outils

programme

deuxième jour

- 1 Présentation et objectifs
- 2 Programme premier jour
- 3 Programme deuxième jour
- 4 Bulletin d'inscription

## 9h00 - 10h15 Etudes de cas

**Une Multinationale met en œuvre une stratégie d'influence auprès de la Commission européenne afin de préserver ses intérêts industriels.**

**Analyse de la situation politico-juridique par la règle des « 4 P »**

- Identification des Problèmes publics débattus
- Identification des Personnes impliquées
- Description de leurs Positions sur chaque problème
- Explicitation de la Procédure officielle suivie

Pause

## 10h30 - 12h30 Analyse des sphères d'influence

**Le lobbyiste dans l'environnement économique**

- Rumeurs et déstabilisations : les nouvelles armes de la sphère concurrentielle
- L'opinion publique comme outil d'influence

**Mapping et cartographies d'acteurs**

- Identification des enjeux stratégiques et des objectifs associés
- Mise en évidence des convergences et des divergences d'objectifs
- Evaluation des rapports de force

**Commentaire des actions politiques menées par les acteurs**

- La stratégie politique suivie
- Les tactiques politiques
- Les ressources mobilisées

Déjeuner

## 14h00 - 15h45 Les outils du lobbyiste

**Les outils de communication**

- La rédaction d'un position paper
- Les pétitions (online/ offline)
- La prise et la conduite des rendez-vous
- Le plan média
- La négociation

**Constitution et gestion d'un réseau d'influence**

- La prise de contact
- Gestion informationnelle du réseau
- Gestion relationnelle du réseau

**Mise en place d'une coalition d'intérêts**

Pause

## 16h00 - 17h30 Le e-lobbying

**Les stratégies d'influence**

- Le site miroir
- Le site pot de miel
- Le site cheval de Troie
- Le site rumeur
- Le site d'opposition
- Le site masqué

**Les actions virales**

- E-mailing
- Pétition
- Photos montages satiriques
- Intervention sur les forums de discussion, etc.

**Cas pratique : le site [ogm-debats.com](http://ogm-debats.com)**

# Formation pratique au lobbying | Stratégies et outils

## bulletin d'inscription

- 1 Présentation et objectifs
- 2 Programme premier jour
- 3 Programme deuxième jour
- 4 Bulletin d'inscription

### Conditions d'inscription

L'inscription s'élève à 1 345 € HT (soit 1 608,62 € TTC) pour les deux journées de formation. Ce prix comprend également, les supports pédagogiques, les petits déjeuners d'accueil, les pauses et les déjeuners. Merci de compléter le formulaire ci-dessous, accompagné de votre règlement par chèque à l'ordre de « ACIEL » à l'adresse suivante : 10, rue du Delta - 75009 Paris.

L'annulation du fait du participant devra intervenir dans les 14 jours calendaires avant le début du stage, à défaut les frais d'inscription resteront dus. Dans tous les cas, une contribution de 140 € HT sera due pour participation aux frais de dossier.

ACIEL est enregistré comme prestataire de formation sous le numéro 11754465775.

### Formation intra entreprises

Cette formation intéresse plus de 5 de vos collaborateurs ? Vous souhaiteriez que notre formateur vous propose un programme

spécifique, adapté à vos objectifs ?

Contactez-nous et nous établirons avec vous le programme que vous souhaitez suivre dans vos locaux. Vous bénéficierez également d'une offre tarifaire par personne formée très avantageuse.

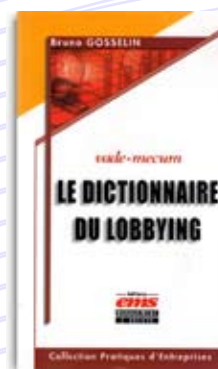
### Lieux de formation

L'Institut Supérieur Européen du Lobbying sélectionne, pour ses stages, les hôtels et centres de conférence dans Paris intra-muros, qui répondent à ses exigences de qualité. Vous serez informé du lieu exact environ 20 jours avant le début de la formation.

### Hébergement

La centrale de réservation Abotel Paris répond à vos questions et vous propose une sélection d'hôtels à proximité du lieu du stage.

Tél 01 47 27 15 15 Fax 01 47 27 05 87  
e-mail : [reservation@abotelparis.com](mailto:reservation@abotelparis.com)



**Chaque participant recevra en début de formation un exemplaire du dictionnaire du lobbying**

*B. Gosselin, Editions EMS, 316 pages, 25€ TTC*

## Oui, je m'inscris à la formation « Stratégies et outils du lobbying »

### Participant

### Organisation - Responsable Formation

- les 6 et 7 octobre 2010
- les 17 et 18 novembre 2010
- les 14 et 15 décembre 2010
- les 12 et 13 janvier 2011
- les 8 et 9 février 2011
- les 29 et 30 mars 2011
- les 24 et 25 mai 2011
- les 15 et 16 juin 2011

Organisation  M  Mme  Mlle

Nom \_\_\_\_\_

Nom \_\_\_\_\_

Prénom \_\_\_\_\_

Fonction \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_

Code postal \_\_\_\_\_

Tél \_\_\_\_\_

E-mail \_\_\_\_\_

M  Mme  Mlle

Nom \_\_\_\_\_

Prénom \_\_\_\_\_

Tél \_\_\_\_\_

Fax \_\_\_\_\_

E-mail \_\_\_\_\_

Adresse (si différente) \_\_\_\_\_

Code postal \_\_\_\_\_

Le(s) soussigné(s) acceptent les conditions d'inscription ci-dessus. [Cachet et signature.](#)

A \_\_\_\_\_ Le : \_\_\_\_\_