

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

2009 | 7-8 octobre 21-22 novembre 16-17 décembre

2010 | 13-14 janvier 10-11 mars 15-16 avril 11-12 mai 16-17 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 GOSELIN, Responsable des Public Affairs de l'agence ACIEL, il a été le collaborateur de grands cabinets de Public Affairs parisiens et des meilleures agences de communication. Cofondateur du site **Lobbying-Europe.com**, le premier portail de lobbying européen, il est également l'auteur du *Dictionnaire du lobbying*, un ouvrage de référence sur les relations institutionnelles autant 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 du lobbying, il intervient notamment à l'Institut des médias, l'ESSEC, HEC Management, l'ENA à Strasbourg, l'IHEDN, l'IERSE, l'EGE et dans de nombreuses universités. Il propose également des programmes spécifiques aux entreprises (Danone, GDF,...) et aux fédérations professionnelles (GNIS, Fédérations des médiateurs,...)

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

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 1 245 € HT (soit 1 489,02 € 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 « Institut Supérieur Européen du Lobbying » 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 11921472792.

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 établiront 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 intramuros, 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



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

- les 7 et 8 octobre 2009
- les 21 et 22 novembre 2009
- les 16 et 17 décembre 2009
- les 13 et 14 janvier 2010
- les 10 et 11 mars 2010
- les 11 et 12 mai 2010
- les 16 et 17 juin 2010

Organisation

M Mme Mlle

Nom

Prénom

Fonction

Adresse

Code postal

Tél

E-mail

Organisation - Responsable Formation

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 :