

# LOBBYING

**Activité mal connue, donc mal comprise, le lobbying provoque réactions et interrogations. Les évolutions institutionnelles récentes traduisent cependant la reconnaissance de son existence et de son utilité.**

## OBJECTIFS

Cette formation permet de comprendre la réalité de l'influence du lobbying, sa stratégie, ses moyens, mais aussi ses règles et sa déontologie.

Elle repose sur un enseignement théorique et pratique au carrefour de plusieurs savoirs, qui privilégie l'échange et une approche dynamique, à l'image des exigences de ce métier.

Il s'agira de :

- ▶ comprendre les enjeux et la légitimité du lobbying comme mode de participation à la décision publique,
- ▶ apprendre à concevoir et mettre en œuvre une action de lobbying,
- ▶ structurer et développer la fonction de lobbying au sein de l'entreprise.

## COMPÉTENCES VISÉES

- ▶ Connaissance des bases théoriques et pratiques de l'activité de lobbying.
- ▶ Capacité méthodologique à élaborer et conduire une stratégie de lobbying.
- ▶ Moyens de faire vivre la fonction de lobbying dans l'entreprise.

## PUBLIC

- ▶ Cadres prenant des fonctions de relations institutionnelles
- ▶ Collaborateurs de cabinets d'avocats ou d'affaires publiques
- ▶ Collaborateurs parlementaires ou de groupes politiques
- ▶ Diplômés d'écoles de communication (CELSA, EFAP), ou d'écoles de commerce, souhaitant s'orienter vers des fonctions d'affaires publiques

## ÉQUIPE PÉDAGOGIQUE

**François Tribot Laspière**, juriste, négociateur, responsable de joint-ventures et des relations avec les gouvernements pendant 25 ans au sein du monde pétrolier, aussi bien en France qu'à l'étranger (Afrique, Moyen-Orient). Il a également occupé la fonction de responsable des relations institutionnelles pour le groupe TOTAL durant 10 ans.

# PROGRAMME

## JOUR 1

- ▶ Les institutions, la décision publique, le processus démocratique, l'encadrement de l'activité: mythes et réalités
- ▶ Les acteurs publics et privés du lobbying

## JOUR 2

- ▶ Les moyens et les vecteurs de la communication politique
- ▶ L'action de lobbying

## JOUR 3

- ▶ L'éthique, la transparence, la déontologie et l'efficacité
- ▶ Études de cas pratiques, mises en situation, exposés courts, analyses et critiques



## DURÉE

3 jours

## TARIFS

2 070 € nets de taxe

## DATES

## CONTACT

### RENSEIGNEMENTS ET INSCRIPTIONS

nassima.bouzermani@univ-paris1.fr

### Sessions en intra-entreprise :

intra-fcps@univ-paris1.fr