

Du lobbying offensif

vendredi 11 juillet 2014

Dans une très intéressante tribune, "*Du lobbying d'alcôves au lobbying d'idées*" (Stratégie n°1770 22/5/2014), deux confrères analysent l'évolution du métier de lobbyiste en France à l'heure de l'e-opinion.

Qu'il nous soit permis ici de poursuivre le débat en mettant l'accent sur une approche du lobbying encore peu employée en France et pourtant très utile pour les entreprises et les organisations qui l'adoptent : le lobbying offensif, que nos collègues anglo-saxons classent sous le vocable "d'advocacy".

L'objectif de la démarche est de devenir un interlocuteur régulier des pouvoirs publics nationaux et locaux afin de changer de statut en dépassant sa condition de lobby. Une telle démarche permet en effet à l'entreprise ou à l'organisation d'améliorer leur communication avec les pouvoirs publics à 3 niveaux

Elle offre tout d'abord la possibilité de construire un dialogue dans la durée avec les pouvoirs publics et pas seulement de participer à une négociation ponctuelle à l'occasion d'un texte à venir ou en cours d'examen ; elle offre également l'occasion à l'entreprise ou l'organisation de se positionner comme un partenaire de la puissance publique dépassant son caractère de lobby défenseur d'un intérêt particulier ; enfin elle permet d'utiliser le lobbying comme une arme commerciale à part entière (...)

Article d'Alain Rousseau, Directeur corporate affairs Ketchum et membre de Syntec RP, publié sur le site lesechos.fr le 10 juillet 2014. Lire l'article complet ici :

www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/cercle-105090-du-lobbying-offensif-1023602.php?xtor=RSS-50