

Lobbying & affaires publiques.

L'art de convaincre

Spécialisé en lobbying et en affaires publiques, le cabinet Communications & Institutions conseille, depuis sa création en 1983, les entreprises, les organisations professionnelles, les collectivités territoriales et les États dans leurs relations avec les pouvoirs publics, les médias et les publics institutionnels. L'objectif ? Créer des passerelles entre ces mondes, grâce à une méthode qui a fait ses preuves.

Avant donc que d'écrire, apprenez à penser. Selon que notre idée est plus ou moins obscure, l'expression la suit, ou moins nette, ou plus pure. Ce que l'on conçoit bien s'énonce clairement, et les mots pour le dire arrivent aisément ». Si Nicolas Boileau, auteur de « L'Art poétique » prônait dès 1674 un idéal de clarté et d'équilibre en écriture, aujourd'hui l'écrit peut être aussi une arme de conviction massive. Les lobbyistes de Communication & Institutions ont pour fonction de défendre les intérêts de leurs clients au travers de méthodes éprouvées : l'argumentation écrite, la veille, l'expertise technique et la négociation. Leurs missions ? Conseiller les acteurs socio-économiques dans les relations qu'ils entretiennent avec les pouvoirs publics français et européens, faire en sorte que leurs messages soient entendus et leurs intérêts pris en compte. « Pour dire les choses simplement, nous les aidons à convaincre », confie Fabrice Alexandre, Directeur Associé de Communication & Institutions. Et de préciser : « Nous les conseillons également dans leurs relations avec les autres pouvoirs, dits 'influenceurs', tels que les ONG, les médias et les associations... Mais pour cela, nous ne nous contentons pas du nécessaire travail de réseau. Nous privilégions l'expertise, l'argumentaire et le travail de dossiers ».



>Olivier Le Picard et Fabrice Alexandre.

grandes multinationales aux fédérations de PME, en passant par les associations et les collectivités, un panel de services spécialisés : veille de l'activité politique, suivi des procédures législatives, études économiques, conseil stratégique, argumentaires, campagnes de contacts, actions de mobilisation, sans oublier la mise en cohérence de la communication avec le lobbying, notamment vis-à-vis des médias et des réseaux sociaux. Membre du réseau international Omnicom, Communication & Institutions participe également à la mise en œuvre de programmes de lobbying coordonnés à l'échelon européen voire au niveau mondial.

Ecoute et dialogue au service des acteurs économiques

Conseiller nécessite de prendre en compte les enjeux et les problématiques des entreprises. Dans un contexte où les législations françaises et européennes sont toujours plus complexes et foisonnantes, les consultants de C&I font de l'écoute la première étape dans l'accompagnement sur le long terme qu'ils proposent à leurs clients. « Nous prenons le temps de travailler sur le fond avec nos clients, en nous positionnant comme de vrais conseils », souligne Fabrice Alexandre. Et d'ajouter : « Nos clients ont besoin que l'on comprenne leurs problématiques, leurs objectifs et leurs enjeux, quitte pour nous à pointer du doigt d'éventuelles erreurs stratégiques ou d'appréciation politique. Pour cela, l'écoute et le dialogue constituent des étapes fondamentales ». Concrètement, les équipes de C&I n'ont pas vocation à se substituer aux entreprises. Il est avant tout question de les accompagner, de les aider et de renforcer leur légitimité pour se faire entendre auprès des décideurs. Outre des consultants expérimentés et la mise en place, chez leurs clients, de groupes de travail transversaux intégrant les compétences internes utiles, les collaborateurs de C&I ont pris le parti d'incorporer des compétences externes (économistes, sociologues, universitaires et avocats) en cas de besoin. L'idée étant d'apporter un soutien de trois ordres en matière de conseil stratégique, d'appui opérationnel et d'expertise des mécanismes de la décision publique. Si le marché du lobbying s'avère encore parfois mal compris, les consultants de Communication & Institutions sont confiants sur l'avenir de leur métier : « L'évolution du cadre institutionnel et des modalités de la décision publique, l'apparition de nouvelles techniques de communication enracinent toujours plus le lobbying dans le dialogue démocratique moderne », selon Olivier Le Picard. De fait, le lobbying est aujourd'hui enseigné dans les universités, les écoles de commerce et les IEP. Une évolution qui atteste, s'il en est besoin, que cette profession est devenue, au même titre que le marketing ou la communication, une fonction essentielle des organisations. ■

La boîte à outils de l'influence

Fondé il y a plus de trois décennies par Olivier Le Picard (actuel Président) sur un constat (le dialogue entre le monde de l'entreprise et son pendant politico-administratif se révélait et se révèle encore souvent difficile), Communication & Institutions a contribué à développer les outils et les standards de la profession en France. Ses consultants apportent à ses clients, lesquels vont des plus

Communication & Institutions

mise sur les régions !

Désormais implanté en région, avec une représentation en Rhône-Alpes depuis 2012, Communication & Institutions propose des offres adaptées aux problématiques locales. « La réforme des régions et la raréfaction des ressources publiques change radicalement la donne » avance Gaëtan de Royer, directeur du pôle C&I-Territoires. « Dans la course aux financements et la recherche de soutiens décisifs, la concurrence entre les acteurs s'est accrue : le lobbying peut faire la différence », poursuit-il. Ainsi, en appliquant localement les méthodes du cabinet, C&I-Territoires a défendu avec succès un pôle de compétitivité du Nord de la France menacé de délabellisation, ou fédéré des petites communes hospitalières pour obtenir des engagements concrets de l'Etat sur la mutualisation des frais d'Etat civil.