

# Formation : Lobbying et relations publiques, maîtriser les stratégies d'influence

Cours pratique - 2j - 14h00 - Réf. LOB

Prix : 1720 CHF H.T.

NEW

Le lobbying est un élément essentiel de la stratégie d'une entreprise pérenne, qu'il soit assumé ou plus subtil. Cette formation est un accompagnement clair, concret et stratégique pour les acteurs qui sont en première ligne. Elle vous permettra de présenter votre entreprise au secteur public au sens large, que ce soit dans un objectif commercial, normatif ou réputationnel. Pendant cette formation, vous appréciez les fondamentaux du lobbying, les différents niveaux d'action et les règles qui régissent le métier afin de vous donner les clés pour créer votre propre stratégie.

## Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- Acquérir les fondamentaux du lobbying et des relations publiques
- Identifier les acteurs, les canaux et les stratégies d'influence
- Maîtriser les enjeux éthiques, juridiques et de réputation
- Concevoir et piloter une stratégie de lobbying et de relations publiques

## Public concerné

Dirigeants de PME, ETI ou grands groupes, directeurs, responsables métiers souhaitant initier ou piloter un projet de lobbying dans leur périmètre.

## Prérequis

Aucun

## Méthodes et moyens pédagogiques

### Travaux pratiques

Apports théoriques, travaux pratiques, échanges, études de cas...

## PARTICIPANTS

Dirigeants de PME, ETI ou grands groupes, directeurs, responsables métiers souhaitant initier ou piloter un projet de lobbying dans leur périmètre.

## PRÉREQUIS

Aucun

## COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

## Modalités d'évaluation

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

## Programme de la formation

### 1 Acquérir les fondamentaux du lobbying et des relations publiques

- Qu'est-ce que le lobbying dans le passé et aujourd'hui ?
- Les différences avec les relations publiques
- Quelles sont les instances de contrôle et les réglementations applicables au lobbying ?

#### Echanges

Echanges sur la vision du lobbying par les participants et dans leurs entreprises. Réflexion collective sur la nécessité de maîtriser les bases du lobbying et des relations publiques pour une entreprise florissante.

### 2 Identifier les acteurs, les canaux et les stratégies d'influence

- Faire une cartographie des acteurs
- Maîtriser les compétences de chaque acteur potentiel
- Les médias acteurs du lobbying ou des relations publiques ?

#### Travaux pratiques

Analyser les enjeux et définir une stratégie d'influence pour faciliter l'implantation d'un projet d'une entreprise qui propose un service public dans un territoire.

### 3 Maîtriser les enjeux éthiques, juridiques et de réputation

- Pas de lobbying efficace sans service communication/relations publiques
- La Responsabilité sociétale des entreprises (RSE) enjeux de lobbying et de relations publiques
- Le service juridique, allié d'une bonne stratégie de lobbying

#### Echanges

Réflexion collective sur les métiers connexes et partenaires pour une stratégie globale cohérente.

### 4 Concevoir et piloter une stratégie de lobbying et de relations publiques

- Les questions à se poser avant toute stratégie (éléments internes et externes à la structure)
- Présentation d'éléments clés pour une stratégie d'affaires publiques

#### Etude de cas

Élaborer une ébauche de stratégie d'influence pour une organisation qui souhaite renforcer son positionnement et obtenir l'attention des décideurs publics.

## Dates et lieux

### CLASSE À DISTANCE

## MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les formations pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque formation ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le participant a bien assisté à la totalité de la session.

## MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

## ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse psh-accueil@orsys.fr.

2026 : 23 mars, 6 juil., 14 sep., 7 déc.