



# Le directeur des affaires publiques redonne ses lettres de noblesse au lobbying

Analyste rompu à la détection des signaux faibles de son écosystème, dénicheur avant l'heure des opportunités, pro de la com' et influenceur de talent, le directeur des affaires publiques est l'atout maître des entreprises qui veulent avoir un coup d'avance. Par Clarisse Watine

Gouvernement, Parlement, institutions européennes, administrations publiques, média, parties prenantes... le directeur des affaires publiques est en veille permanente. Son objectif ? Détecter avant tout le monde les menaces et les opportunités qui s'ouvrent à son entreprise. Doté d'une connaissance juridique et réglementaire pointue et d'une compréhension hors pair des enjeux politiques et géopolitiques, il maîtrise comme personne les rouages de la com'.

## Le pouvoir de l'influence

Des outils précieux pour des entreprises ancrées dans la mondialisation. « Deux solutions s'offrent à elles : s'adapter à leur environnement ou l'influencer pour qu'il s'adapte à elles. Si les small players n'ont souvent pas d'autres choix que de s'adapter, les grosses structures ont en revanche des cartes en main pour façonner leur environnement », indique Christophe Stalla-Bourdillon, expert à l'ICN Business School. Des cartes que le directeur des affaires publiques sait distribuer avec finesse... et dans l'intérêt général.

## Le lobbying c'est aussi de l'intérêt général

Car, pro du lobbying, il n'agit pas seulement dans l'intérêt de son entreprise. « La culture française sous-entend que l'Etat soit seul dépositaire et prescripteur de l'intérêt général. La conception anglo-saxonne est bien différente. Elle prône une société participative et à l'écoute, où l'Etat ne sait pas plus que les citoyens ce qu'est l'intérêt général. Dans ce cadre, on ouvre les portes au débat, sans percevoir la consultation du public comme du trafic d'influence. On ne fait donc pas des affaires publiques en France comme à Bruxelles ou en Chine ! » ajoute-t-il.

## Le directeur des affaires publiques est un pro...

- Des circuits institutionnels et décisionnels
- Du monde politique, de ses enjeux et des rapports de force qui en découlent
- Du monde du business
- De son entreprise
- Du cadre juridique et réglementaire national et international
- Des techniques et outils de communication (événementiel, relations média, communication de crise...)
- De la culture générale
- De la compréhension et de la reformulation des besoins de chaque partie prenante