

# Les formations se multiplient

**Le développement récent de troisièmes cycles rencontre un succès croissant. Au programme, maîtrise des outils de base et compréhension des besoins de l'entreprise.**

En lançant, il y a un peu moins de dix ans, la première formation aux métiers du lobbying, l'Institut catholique de Paris a levé un tabou, auquel ni les facs publiques ni les écoles de commerce n'avaient osé se confronter. Depuis, ce type de cursus explose. HEC, l'Essec, Sciences po ou le Pôle Léonard-de-Vinci ont développé leur offre. Leurs formules rencontrent un succès croissant auprès d'étudiants tentés par l'Europe ou l'international.

Au menu de ces troisièmes cycles, l'acquisition des outils de base du lobbyiste : comprendre le fonctionnement des institutions, notamment européennes, apprendre à aller chercher de l'information, élaborer un « position paper », un argumentaire, sans oublier le rodage aux techniques de la communication. Vaste programme !

Michel Clamen, à l'initiative du DESS de relations européennes de l'Institut catholique, a recruté, dans ses réseaux, des intervenants issus principalement de l'entreprise. « A leur niveau, il est plus utile de rencontrer de vrais professionnels. » Les promotions sont volontairement restreintes, une quinzaine de personnes au maximum. « Nous avons opté pour des stages longs en entreprise : cinq à six mois pour mettre en pratique. »

## Travailler sur de vrais cas

Après une brève expérience d'assistante parlementaire, Julie Robin, actuellement chargée de mission auprès du directeur des relations extérieures de Sony, a obtenu son DESS il y a trois ans. « Parraport à

*la personne avec qui je travaille qui, elle, a une longue expérience du terrain, des réseaux et un carnet d'adresses, je suis peut-être plus au fait de tout ce qui concerne les règlements européens. Nous sommes complémentaires. »*

Bruno Gosselin, responsable des public affairs chez Spin Partners, conseil en lobbying, et auteur d'un dictionnaire du lobbying, se souvient de l'hostilité des étudiants de Sciences po lorsqu'il a commencé à y faire ses cours. « Une fois les préjugés balayés, ils intègrent très rapidement la logique anglo-saxonne du lobbying, basée sur une dizaine de méthodologies pratiques. Ils viennent ensuite me remercier pour leur avoir donné un éclairage sur cette activité en devenir. » D'ailleurs, ses cours font le plein. Afin de mieux faire connaître les formations, il a lancé le concours inter-écoles du lobbying, sous le patronage du député Jacques Floch, auteur d'un rapport sur l'influence française à Bruxelles. « Au départ, nous avons travaillé sur des sujets fictifs, mais rapidement les fédérations professionnelles ont accepté de jouer le jeu, en proposant aux étudiants de travailler sur de vrais cas », poursuit Bruno Gosselin. Les étudiants ont donc planché cette année sur les entreprises du médicament, des engrais ou encore du bâtiment. Le but ? Identifier les cibles médiatiques et parlementaires, interroger la direction générale... « Les étudiants sont ravis de faire quelque chose de vraiment opérationnel. »

Résultat ? Au concours, l'école de guerre économique arrive en tête, suivie du mastère en management des affaires européennes du Pôle Léonard-de-Vinci. Devant le mastère en stratégie et ingénierie des affaires internationales de l'Essec.