

Concours inter-écoles du lobbying européen : appel à projet 2011

En 2001, Spin Partners lançait, au sein de Sciences Po Paris, le « concours du lobbying européen ». Fort de son succès, le concours s'est ensuite ouvert, en 2003, à quatre autres écoles reconnues pour la qualité de leur enseignement. Depuis cette date, le concours est également parrainé par un parlementaire, et les sujets en compétition portent sur des problématiques réelles présentées par des groupes d'intérêts.

D'abord destinées à former les nouvelles générations à un lobbying déontologique et transparent, les dix précédentes éditions du concours ont été l'occasion de démontrer, d'une part, que les revendications des groupes d'intérêts économiques peuvent rejoindre l'intérêt général et d'autre part, que les associations recourent également au lobbying pour faire valoir les attentes sociales et environnementales auprès des élus.

Cette démonstration est lourde de sens. Elle montre que le lobbying n'est qu'un outil et, en tant que tel, que ses effets dépendent des objectifs de celui qui le pratique. Par conséquent, si les intérêts économiques sont fortement représentés dans le débat public et prennent parfois le pas sur les enjeux sociaux et environnementaux, il convient de ne pas se tromper d'analyse. Certes, des dérives existent et justifient que des voix s'élèvent pour les dénoncer et demander plus de transparence, mais jeter la suspicion sur les relations que les élus entretiennent avec les groupements économiques est une grave erreur. Non seulement cela n'évite en rien les dérives qu'il convient de corriger, mais surtout cela conduit de plus en plus de citoyens à se désengager de l'espace public conventionnel et donc à affaiblir le poids de ceux qui portent leurs aspirations.

Ce dont notre démocratie a besoin c'est d'un sursaut collectif. Il n'y a pas un élu, un entrepreneur ou un citoyen qui n'aspire pas à une France compétitive, équitable et responsable. Encore faut-il, pour atteindre cet objectif, que chacun s'inscrive dans la perspective d'un consensus et non de la satisfaction exclusive de ses intérêts. Là est l'enjeu, là est l'esprit de la démocratie et là est l'idée motrice du concours du lobbying.

Les associations et les entreprises qui souhaitent faire valoir leurs intérêts, dans cette perspective, sont invitées à présenter un sujet dans la prochaine édition du concours avant le 7 janvier 2011. Sous réserve de son acceptation par les organisateurs, ces sujets seront ensuite traités, par un groupe d'étudiants dans chacune des écoles participantes, sur une période de trois mois. Les dossiers primés par un jury de professionnels, seront présentés, en juin 2011, à l'occasion d'une cérémonie de remise des prix en présence de leurs auteurs, du parrain, des sponsors, des enseignants et des médias.

Contact et renseignements

Spin Partners

Romain Goldschmidt

Coordinateur Adjoint du concours

Email : goldschmidt@spinpartners.fr

Tel : 01 45 26 84 40

Web : www.spinpartners.fr