

# SYNTHÈSE DES DOSSIERS PRÉSENTÉS

---

## Université Paris-Dauphine – Sujet Fédération Française des Télécoms

### *Sujet et problématique*

La Fédération Française des Télécoms (FFTélécoms) assure la représentation et la promotion des opérateurs de télécommunications, tant au niveau national qu'européen, auprès des acteurs publics, mais aussi privés.

Le secteur des télécommunications, à l'instar d'autres, est confronté aux enjeux environnementaux : décarbonation, réduction de la consommation énergétique et de matières premières... alors même que la consommation croissante de données et le déploiement de réseaux haut débit imposent de lourds investissements. Il pourrait paraître opportun de taxer les opérateurs ou de les réglementer, dans l'intention de les inciter à adopter des pratiques « vertueuses ».

La FFTélécoms souhaite montrer l'impasse de cette approche et rappeler l'impact réel, c'est-à-dire limité, des opérateurs dans l'empreinte environnementale du numérique, en particulier relativement aux grands acteurs de l'Internet (Meta, Alphabet...). Ceux-ci ne sont aucunement incités à réduire leur impact environnemental et tirent de grands revenus du trafic croissant de données qu'ils génèrent.

Notre sujet consistait ainsi à façonner, pour la FFTélécoms, une stratégie visant à sensibiliser les pouvoirs publics, à l'échelle nationale ainsi qu'à l'échelle européenne, sur la « responsabilité » des grands acteurs internationaux dans l'évolution de l'empreinte environnementale du numérique.

### *Analyse et stratégie*

Afin de déployer une stratégie de communication et d'influence efficiente, nous avons décidé de mobiliser l'ensemble des acteurs, des textes et des échelons pertinents. Nous avons ainsi proposé une stratégie structurée en deux axes principaux :

1. Déployer une campagne de sensibilisation auprès des pouvoirs publics et de la société civile
2. Déployer une stratégie d'influence auprès des pouvoirs publics

Nous avons choisi cette structuration afin que la phase de sensibilisation des différentes parties prenantes à la responsabilité des grands acteurs internationaux dans l'évolution de l'empreinte environnementale du numérique intervienne avant la phase plus institutionnelle. Cette dernière vise à obtenir des avancées législatives spécifiques, à l'échelle nationale et européenne, en cohérence avec les opportunités socio-politiques à l'instar des élections européennes 2024.

### *Recommandations*

Le premier axe de notre stratégie décline les recommandations adressées à la FFTélécoms, afin de sensibiliser la société civile et les pouvoirs publics. La stratégie de communication proposée vise à apporter des données scientifiques et des éléments factuels afin de sensibiliser les acteurs de la société civile sur l'importance relative des différents types de réseaux dans l'impact environnemental du numérique. Elle

consiste également à organiser différents événements au sein des institutions afin de sensibiliser les parlementaires, et pouvoirs publics au sens large, sur cette thématique, mais également sur les efforts produits par la FFTélécoms et ses membres pour réduire l'impact environnemental du secteur.

Le second axe détaille la stratégie d'influence qui se déploie à l'échelle nationale et européenne. Cette stratégie vise à porter un argumentaire robuste en faveur d'objectifs précis comme la création, à l'échelle européenne, d'un *fair share* visant à faire contribuer les « géants » du numérique au financement des infrastructures et l'instauration d'un *pledge* constituant un cadre de bonnes pratiques pour les entreprises en matière de sobriété d'usage des réseaux. Il convient d'accompagner cette stratégie par la diffusion d'un argumentaire auprès des décideurs politiques français afin d'obtenir, au niveau national, l'instauration d'une contribution de l'ensemble des acteurs aux réseaux, sur le modèle « pollueur-payeur », pour financer la transition des réseaux sur des critères environnementaux. L'objectif est également d'obtenir des crédits d'impôt pour alléger la fiscalité spécifique des acteurs télécoms qui déploient déjà des efforts conséquents pour réduire l'empreinte carbone du numérique, ainsi que de favoriser la recherche et les innovations permettant l'émergence d'un numérique plus efficace et avec des impacts limités sur l'environnement.

*Chloé Audebert, Jérémy Beaud, Maximilien Guala, Rozenn Horpin, Rayan Lallali*

## Sciences Po Bordeaux – Sujet MOBILIANS (ex aequo)

### *Sujet et problématique*

MOBILIANS est une organisation patronale, créée en 1902, représentant les métiers de l'automobile. Elle défend les intérêts de l'écosystème sur le territoire français, tout en s'imposant comme actrice incontournable sur les questions sociales.

Depuis quelques années, le sujet de l'écologie et du réchauffement climatique a surgi sur la scène médiatique comme politique. La voiture thermique, émettrice de gaz à effet de serre, a rapidement été désignée comme l'une des coupables de la pollution atmosphérique. Alors qu'en France et dans l'Union européenne la question du climat et de l'écologie prend de plus en plus de place, comment MOBILIANS peut-elle continuer à faire briller le monde automobile ?

Dans ce contexte, la ville de Paris, particulièrement engagée sur le sujet, tente de répondre aux questions environnementales en proposant une série de mesures plus ou moins populaires : de la piétonnisation à la limitation de la vitesse, en passant par un meilleur partage des espaces, ou une refonte de l'environnement urbain. Au début de l'année 2024, la ville de Paris a décidé de consulter ses habitants par le biais d'un référendum pour trancher sur la présence des SUV (Sport Utility Vehicles) en ville, voitures plus grosses, plus lourdes, mais aussi plus prisées sur le marché automobile. Afin d'en limiter les usages et dissuader les potentiels acquéreurs, la municipalité a proposé de tripler le tarif de stationnement pour cette catégorie de véhicules. Les citoyens qui se sont déplacés pour exprimer leur voix par le vote se sont montrés favorables à la mesure de hausse du tarif de stationnement. Face à cette nouvelle, le monde automobile comme les usagers de SUV s'inquiètent. MOBILIANS souhaite prendre leur défense.

### *Analyse et stratégie*

Il s'agit tout d'abord de définir le contexte qui a mené à ce vote en analysant la mobilité routière comme un enjeu particulièrement important dans un XXI<sup>ème</sup> siècle qui se voudrait « sans carbone » et dans une société

qui laisse de moins en moins de place aux véhicules personnels. Pourtant, l'essor du SUV sur le marché apparaît en contradiction avec cette prise de conscience des enjeux climatiques. Malgré tout, les SUV peinent à trouver leur place en ville, d'abord à Paris, mais aussi en province où certaines municipalités se dotent de mesures de plus en plus restrictives à leur égard.

MOBILIANS a réagi face à cette évolution et a notamment tenté d'adoucir la vision dégradée de ces véhicules dans le contexte du référendum parisien. Ainsi, ce dossier tente d'ajouter une plus-value à ces premières actions en montant une stratégie d'influence alternative et complète.

L'objectif principal de cette stratégie consiste à garder le *statu quo* sur les SUV : pas plus de SUV, mais pas moins non plus. Pour préserver cet écosystème, trois dimensions ont été identifiées. Elles composent les trois parties de cette stratégie : l'opinion publique, la ville de Paris, le territoire français.

### ***Recommandations***

Dans un premier axe de la stratégie, il est mis en avant la nécessité de faire changer la vision de l'opinion publique sur les SUV. Pour cela, il faut faire vivre un débat éclairé, argumenté et contradictoire sur le SUV en France. Il faut notamment rappeler le rôle central du conducteur, qui doit adopter une conduite sécuritaire et écoresponsable.

Le deuxième axe de notre stratégie concerne les mesures à mettre en place au niveau local, à Paris où s'est déroulée la votation. Il est proposé de remettre la question du stationnement du SUV au cœur des débats.

Finalement, le troisième axe propose une stratégie à l'échelle nationale afin d'éviter que les mesures visant à limiter la présence des SUV, ne s'étendent. Après une cartographie des villes susceptibles d'être concernées, la stratégie se décline en deux versions. La première vise les métropoles où le risque est modéré, tandis que la seconde prévoit un plan d'action immédiat ciblé sur la ville de Grenoble, en passe de suivre Paris sur les SUV.

*Mathilde Contensou, Juliette Lengart, Victor Sebastianutti*

## **Université Paris Dauphine – Sujet MOBILIANS (ex aequo)**

### ***Sujet et problématique***

Notre sujet portait sur la votation organisée par la municipalité de Paris le 4 février 2024 relative au stationnement des SUV à Paris. Il nous a été demandé de déterminer les actions que MOBILIANS, organisation professionnelle des métiers de la mobilité, devait mettre en place au niveau local et national afin de sensibiliser les pouvoirs publics sur les répercussions d'une telle mesure et en particulier sur l'accès aux mobilités des Français. Immédiatement après l'annonce du sujet, les Parisiens se sont prononcés en faveur de la « création d'un tarif spécifique pour les stationnements des voitures individuelles lourdes, encombrantes et polluantes ».

### ***Analyse et stratégie***

Face à cette nouvelle donne, nous avons d'abord estimé qu'il fallait œuvrer au niveau du conseil municipal de Paris pour modérer la mesure. Toutefois, conscients que la majorité municipale s'opposerait à l'essentiel de nos actions, nous sommes concentrés sur l'effet « tache d'huile » dans les autres métropoles. Enfin, pour

limiter le risque de reproduction, nous avons réfléchi à une proposition de loi qui viendrait restreindre la tarification en plafonnant l'ampleur des modulations que les communes peuvent mettre en place.

### *Recommandations*

Nous avons développé une stratégie en trois axes. Le premier axe concerne la ville de Paris. Nos recommandations s'attachent à limiter l'impact de la mesure envisagée par la mairie. Nous sommes partis du principe que la consultation locale n'emporte pas d'effets légaux et que, par conséquent, le Conseil de Paris devait formaliser le vote. Nous avons donc proposé des amendements au projet parisien tout en prenant en compte la réalité politique du Conseil, dominé par une coalition à tendance écologiste.

Le deuxième axe développe une stratégie plus large. Il s'agit de proposer un cadre d'actions déployable dans toutes les métropoles pouvant être concernées par des mesures similaires et adaptables aux réalités locales. Ces actions revêtent un aspect bien plus communicationnel. Cet axe stratégique s'appuie par ailleurs sur une dynamique politique observée, de nature à soutenir l'argumentaire que nous portons. Il s'agit ainsi de transformer un sentiment politique général en une considération locale et de la canaliser vers notre sujet.

Le troisième axe est le plus général. Constatant l'engouement de certaines municipalités pour ce genre de projets, nous avons jugé opportun de prévoir une action politique globale pour faire naître un cadre national unique qui éviterait le développement sporadique d'initiatives locales.

*Clément Granger-Veyron, Vincent Llorens, Pierre Mignon, Valentin Rouffiac*

## **Sciences Po Grenoble – Sujet Mouvement associatif**

### *Sujet et problématique*

Les associations jouent un rôle essentiel dans le tissu social et économique de la France, 1,5 million d'organisations actives employant près de 1,86 million de salariés. Le Mouvement associatif rassemble près de 700 000 associations en France et a pour mission de porter la voix de ces dernières et de leurs préoccupations et intérêts en exerçant une activité de plaidoyer auprès des pouvoirs publics.

Cependant, les associations sont confrontées à des difficultés croissantes. En 2021, la loi dite « séparatisme » impose aux associations demandeuses de subventions de signer un « contrat d'engagement républicain » (CER) les engageant à respecter les principes de la République tels que la laïcité, l'égalité ou la fraternité. Toutefois, le CER, soumis à interprétation, est parfois vécu comme une contrainte limitant la liberté d'expression des associations et leur capacité à créer du débat. Pour de nombreuses associations, ce texte constitue ainsi un point de bascule dans les rapports entre les associations et les pouvoirs publics, et génère une forte insécurité juridique et financière. Le Mouvement associatif demande donc l'abrogation du CER.

Dès lors, comment défendre les libertés associatives au sens large dans un contexte politique défavorable et renforcer leur reconnaissance dans la société française ? Comment repenser les discours et les alliances du Mouvement associatif pour garantir ces libertés et sensibiliser les décideurs politiques et le grand public à ces enjeux ?

### *Analyse et stratégie*

Notre objectif principal a été de transformer le narratif autour des associations en mettant en valeur leurs contributions dans tous les secteurs de la société afin de changer le discours politique. Nous appelons à une révision de la relation entre les associations et les autorités publiques pour sortir de rapports verticaux et accusateurs, en vue d'une révision du contrat d'engagement républicain.

Nos propositions d'actions s'articulent autour d'un axe commun : la mise en place d'une journée de mobilisation nationale pour la défense des libertés associatives. L'objectif est de mobiliser à tous les échelons. Pour cela, nous avons identifié les interlocuteurs clés à toutes les échelles : des décideurs, aussi bien français qu'europeens, au grand public, en passant par les médias et les collectivités locales.

### *Recommandations*

Afin que le Mouvement associatif puisse atteindre ces objectifs de changement de narratif, et travailler vers une révision du CER, nous recommandons :

- Une augmentation des efforts de communication et de mobilisation citoyenne, notamment auprès des jeunes, qui sera déterminante dans la sensibilisation du grand public.
- Un maintien d'échanges réguliers avec les collectivités territoriales et les associations locales dans la promotion d'un partenariat solide entre ces dernières et les autorités auprès desquelles elles sont le plus en contact.
- Un engagement renouvelé auprès de parlementaires clés, certains avec lesquels le Mouvement associatif a déjà travaillé, afin d'influencer la législation en faveur des associations et de leurs libertés.
- Une diversification des partenariats du Mouvement associatif par la formation d'une alliance avec des organisations européennes pour renforcer une voix collective en faveur des libertés associatives.
- Une médiatisation de tous les événements organisés par le Mouvement associatif, par une collaboration avec des médias locaux et nationaux, une utilisation renforcée des réseaux sociaux, et une newsletter.

*Morgane Pierre, Célian Vaudey*

## **Université Paris-Dauphine – Sujet AGPM-SEMAE**

*3<sup>ème</sup> prix étudiant*

### *Sujet et problématique*

La France, grande nation agricole et première productrice européenne de semences, est de plus en plus confrontée à la modification des paramètres et ressources nécessaires à son agriculture, conséquence directe du réchauffement climatique. Ainsi, la raréfaction de l'eau et l'augmentation des périodes de sécheresse ont mis en lumière les tensions hydriques autour du partage et de la gestion de la ressource en eau. Des discussions émergent donc, auxquelles tous les acteurs souhaitent participer afin de faire entendre leur voix.

La SEMAE, interprofession de plants et de semences, qui organise la concertation de 54 familles professionnelles des différents métiers de la filière des semences (multiplication, production, distribution, utilisation et conservation), tout comme l'AGPM, en fait partie. L'AGPM, elle, est l'Association Générale des Producteurs de Maïs (AGPM) et représente les intérêts des producteurs français de maïs et de l'ensemble des filières maïs (grain, fourrage, semence, doux et pop-corn). Pour ces organisations, la question du partage

de l'eau est centrale, notamment pour l'irrigation, méthode d'arrosage artificielle permettant un développement optimal des cultures.

Pour eux, nous avons pensé et décrit le déploiement d'une stratégie institutionnelle, mais aussi d'influence, à différents niveaux, pour garantir un accès à l'eau et à l'irrigation aux productions de semences, et ce en garantissant une production suffisante et de qualité.

### *Analyse et stratégie*

Notre travail se divise en deux parties, d'un côté une analyse poussée du contexte et des enjeux ; et de l'autre, notre stratégie développée sur trois axes à déployer à court, moyen et long terme à l'échelle locale, nationale et européenne.

Dans cette première partie, grâce aux analyses SWOT et PESTEL, nous avons dessiné le positionnement des deux organisations et les enjeux auxquels elles font face. Pour poursuivre, nous y avons ajouté une analyse européenne comparée et surtout une cartographie des parties prenantes intégrant les éléments de langage et les arguments des alliés et opposants de la SEMAE et de l'AGPM. Enfin, s'y trouve également un focus sur le département de l'Isère, résultat de notre travail de prise de contact avec des parties prenantes de ce territoire, pour mieux appréhender les enjeux du sujet à l'échelle locale.

La deuxième partie se compose ainsi de notre stratégie opérationnelle divisée en trois axes géographiques (*local, national, européen*) qui se déclinent chronologiquement (*court, moyen et long terme*). Le découpage de la France en bassins hydrologiques et les différentes réalités hydriques nous ont logiquement incités à commencer par une action à l'échelle locale avant de prendre de la hauteur à l'échelle européenne.

### *Recommandations*

Chacun des axes intègre des actions à déployer permettant in fine de concourir à l'atteinte de l'objectif des donneurs d'ordres. Ces actions intègrent des livrables prêts à l'emploi pour les cibles identifiées et le détail des objectifs qu'elles doivent servir. De cette façon, nous avons recommandé aux donneurs d'ordres des actions auprès des Parlements, soumises à différents scénarios, des actions internes aux deux organisations avec la réalisation d'un guide de plaidoyer territorial et une campagne de communication avec une exposition à destination du grand public et d'une tribune dans la presse.

Nos actions envisagent également une certaine progressivité. Dans un premier temps, il s'agit à l'échelle territoriale, de former les irrigants et agriculteurs sur la gestion de l'eau. Dans un second temps, nous consacrons une place importante au changement de l'image de l'irrigant à opérer au niveau national. Par la suite, nous entendons sensibiliser les acteurs politiques et institutionnels aux positions de la filière semencière. Pour cela, nous conseillons également de consacrer un axe spécifique au développement de la recherche et de l'innovation. Dans un dernier temps, au niveau européen, nous suggérons notamment de réformer les textes européens, à la fois la PAC et la directive sur l'eau.

Cela se décline donc de la manière suivante :

- Guide de plaidoyer territorial, cartographie des acteurs régionaux
- Campagne de communication et relations presse
- Evènement « Le Grenier Éphémère »
- Visites de terrain des décideurs politiques

- Proposition de loi, d'amendements au PLF 2025, de résolution européenne et d'initiative citoyenne européenne (ICE)

*Géraud Cornet, Athénaïs Ercker, Charlotte Laurent, Anne-Flore Rouillon, Corentin Vinsonneau, Mathilde Virlois*

## Sciences Po Grenoble – Sujet AGPM-SEMAE

*2<sup>ème</sup> prix étudiant*

### *Sujet et problématique*

Face à la raréfaction croissante de la ressource en eau, l'irrigation agricole est devenue un enjeu crucial pour les agriculteurs. L'Association Générale des Producteurs de Maïs (AGPM) et l'Interprofession des Semences et des Plants (SEMAE) plaident pour un accès à l'eau et à l'irrigation, indispensable pour garantir une production suffisante et de qualité. Dans un contexte de sécheresses de plus en plus fréquentes, annonçant une crise mondiale de l'eau, les politiques restrictives en matière d'eau se multiplient en France, compromettant ainsi l'indépendance alimentaire du pays, premier producteur de céréales en Europe. Nous avons donc proposé des stratégies à mettre en œuvre aux niveaux national et local afin de garantir l'accès à l'eau et à l'irrigation pour les productions de semences, des parcelles de sélection et du maïs.

### *Analyse et stratégie*

Afin de répondre au mieux aux attentes de nos donneurs d'ordres, nous avons analysé les forces et les faiblesses de l'AGPM et de SEMAE. À partir de ces analyses, nous avons dressé une cartographie des arguments en faveur et contre l'irrigation. Pour élaborer une stratégie pertinente et ciblée, nous avons identifié une diversité d'acteurs, tant à l'échelle nationale que locale, susceptibles de se prononcer et d'agir en notre faveur. Ces recherches nous ont permis d'identifier des partenaires potentiels s'inscrivant dans notre stratégie de collaboration entre acteurs agricoles, associatifs, scientifiques, mais aussi institutionnels. Les arguments identifiés ont ensuite été réintégrés dans des narratifs, afin de créer des outils de communication adaptés à chaque cible. La sensibilisation est un élément primordial au niveau local dans la médiatisation de l'enjeu de l'irrigation agricole. Il est important pour nos donneurs d'ordres de prendre part directement ou indirectement à des actions de communication, afin de répondre constructivement aux critiques faites par les défenseurs de l'environnement, notamment en s'appuyant sur l'enjeu d'indépendance alimentaire de la France et la politique agricole menée par les décideurs politiques.

Notre étude de cas réalisée dans le département de l'Isère nous a permis de déterminer les conditions propices à des interactions « gagnant-gagnant » (*win-win*) entre les acteurs concernés. Nous avons ensuite établi trois scénarios envisageant les possibles modifications de la politique de l'eau, afin de se préparer de manière proactive aux changements à venir. Ainsi, la recherche de solutions communes et de transparence dans le domaine de l'utilisation de la ressource en eau est favorable au secteur agricole, qui est déjà impliqué sur le sujet depuis plusieurs années et qui subit au jour le jour les nouvelles restrictions d'eau.

### *Recommandations*

Notre stratégie de lobbying comprend cinq actions principales, qui visent notamment à pallier les faiblesses identifiées dans le SWOT et à exploiter les opportunités. Tout d'abord, nous proposons la rédaction d'un document de position soulignant les lacunes du projet de loi d'orientation sur la souveraineté agricole et le

renouvellement des générations en agriculture. Cette action est complétée par la mise en place de rendez-vous bilatéraux avec des partenaires existants et potentiels, tels que des syndicats agricoles, des think tanks et des acteurs de l'industrie de l'eau. De plus, nous proposons à l'AGPM et à SEMAE de rédiger une lettre ouverte sur l'importance de l'irrigation pour pérenniser la souveraineté alimentaire. Notre quatrième action consiste à organiser des visites de députés et sénateurs dans des exploitations agricoles irriguées, produisant du maïs ou des semences, afin de les sensibiliser à cette problématique. Enfin, nous souhaitons organiser une table ronde sur le thème : « L'irrigation, la clé de l'indépendance alimentaire dans un monde confronté au changement climatique ? ». Ces actions coordonnées nous permettront de renforcer notre position et de maximiser notre influence pour atteindre nos objectifs stratégiques en matière d'indépendance agricole.

*Delphine Acierno, Eloïse Declerck*

## Sciences Po Bordeaux – Sujet Conseil National des Barreaux

*1<sup>er</sup> prix étudiant*

### *Sujet et problématique*

Le CNB (Conseil National des Barreaux) souhaite sanctuariser le secret professionnel des avocats au niveau européen. Cette problématique est cruciale pour assurer la confidentialité des échanges entre avocats et clients, garantissant ainsi une représentation juridique efficace et équitable. Le secret professionnel est également vital pour la démocratie, protégeant les sources des journalistes et soutenant la liberté d'expression. Cependant, dans le contexte actuel, marqué par des élections européennes et une droitisation du Parlement, le secret professionnel risque d'être relégué au second plan au profit de thèmes plus « populaires » comme l'immigration et la compétitivité économique.

### *Analyse et stratégie*

Après avoir fait un état des lieux de la base juridique française et européenne concernant le secret de l'avocat, son application et sa protection, nous avons pu en dégager une analyse. Cette étude a permis de créer la base de la stratégie à court et long terme, en ciblant les enjeux principaux autour desquels notre projet devait s'articuler. Les élections européennes ont été la première cible de notre stratégie, vues comme une véritable fenêtre d'opportunité pour nos actions. L'étape première fut donc d'établir une cartographie des élus européens dont les prises de position seraient potentiellement favorables à une sanctuarisation du secret de l'avocat, afin d'en dégager des *personnes* plus larges, permettant de cibler précisément les décideurs européens en jouant sur l'incertitude relative des élections européennes. La seconde phase de la stratégie s'est divisée en deux grandes parties : une stratégie de lobbying et une stratégie de communication.

Stratégie de lobbying :

- Ateliers de brainstorming : Ces ateliers réuniront des avocats de diverses nationalités et des représentants des barreaux européens pour discuter des enjeux liés au secret professionnel. L'objectif est de consolider les demandes des avocats dans un Livre Blanc, servant de guide pour les actions de plaidoyer auprès des institutions européennes.
- Organisation de tables-rondes : Le CNB organisera des tables rondes avec le Conseil des Barreaux Européens (CCBE) pour développer une stratégie à long terme. Ces discussions viseront à promouvoir la protection du secret professionnel au niveau européen, en établissant des alliances et en définissant des priorités communes.



- Rendez-vous stratégiques avec les décideurs européens : Le CNB devra rencontrer des décideurs clés pour présenter leurs recommandations et arguments clés en faveur de la sanctuarisation du secret professionnel, réunis dans le Livre Blanc. Les échanges ont lieu avec des personnalités ciblées à l'aide de cartographies et de personae détaillées.

Stratégie de communication :

- Parallèlement, une stratégie de communication ciblée sera mise en place pour sensibiliser le grand public et les médias à l'importance du secret professionnel. Un grand débat entre les têtes de listes aux européennes sera organisé, signifiant le démarrage de la stratégie globale et concrète.
- Après avoir amorcé la bataille de l'image et de la représentation dans les cercles relativement sensibilisés au sujet, celle de l'opinion publique débute. Cette stratégie inclut l'organisation de workshops de formation pour les journalistes, afin de renforcer leur compréhension des enjeux complexes liés à cette protection essentielle.

Enfin, différentes propositions législatives sont données clés en main (proposition de loi, de directive européenne), mais également des hypothèses de recours devant les différentes instances judiciaires françaises et européennes.

### ***Recommandations***

Pour maximiser l'efficacité de cette campagne, plusieurs recommandations ont été formulées :

- Augmenter la visibilité médiatique : il est crucial de diversifier les canaux de communication et de diversifier l'approche pour atteindre un public plus large. Une présence renforcée sur les réseaux sociaux et une ouverture vers davantage de médias peuvent augmenter le « reach » et sensibiliser ceux qui connaissent peu le CNB et la problématique du secret professionnel.
- Adapter les stratégies en fonction du contexte politique : le CNB doit rester flexible et réactif, adaptant ses actions en fonction de l'évolution du paysage politique et des priorités de l'Union européenne. Une planification stratégique et une anticipation des évolutions politiques sont essentielles pour garantir le succès des initiatives de lobbying.

En conclusion du rapport rendu au CNB, des KPI (indicateurs clés de performance) ont également été proposés, pour parfaire la stratégie de manière évolutive.

*Adrien Agaesse, Arthur Bisbikis, Kevin Laurent, Arnaud Pruet*