

1. Quelles sont les étapes d'une action de *lobbying* ?

- a. L'organisation définit un objectif puis une stratégie.
- b. L'organisation définit les actions qu'elle veut mettre en œuvre puis organise des rencontres pour convaincre.

2. La notion de *lobbying* indirect renvoie à :

- a. l'organisation d'événements pour attirer l'attention des décideurs sur un sujet.
- b. l'utilisation de relais d'influence pour faire entendre son message.
- c. la relation avec la presse pour donner un écho à sa position.

3. L'objet d'une prise de position à des fins de plaidoyer est de :

- a. sensibiliser les décideurs à vos problèmes/préoccupations.
- b. vous faire connaître auprès des décideurs.
- c. induire par l'argumentation le changement que vous voulez provoquer.

4. Pour formuler un message efficace en termes de *lobbying*, il faut :

- a. parler du problème qui légitime l'action de *lobbying* et susciter l'attention du décideur ciblé.
- b. adopter une approche faits et chiffres et présenter des options politiques pour inciter le décideur à agir.
- c. susciter l'émotion en ayant recours à des exemples, des phrases chocs, voire des images afin de mobiliser les décideurs.

5. Travailler au sein d'une coalition d'acteurs pour défendre ses intérêts nécessite :

- a. de rassembler les acteurs similaires en termes d'organisation et finalité pour gagner en cohésion.
- b. de partir d'un fait générateur pour identifier les parties prenantes et formuler ensemble un projet.
- c. de rédiger une prise de position et une stratégie de *lobbying* afin de la présenter à des intérêts privés pour susciter leur adhésion dans les actions proposées.

6. Approximativement, en 2017, combien de lobbyistes travaillaient à Bruxelles ?

- a. Moins de 8 000.
- b. Environ 15 000.
- c. Plus de 20 000.

7. De manière simpliste, le métier de lobbyiste est de :

- a. gagner une élection.
- b. influencer les décideurs.
- c. changer l'opinion publique.

8. Quel est la principale qualité du lobbyiste ?

- a. La vision stratégique.
- b. L'aisance relationnelle.
- c. L'expertise technique.

9. Les relations publiques, la communication d'influence et le lobbying sont des notions :

- a. interchangeable.
- b. synonymes.
- c. bien différentes.

Réponses : 1. a. ; 2. b. ; 3. c. ; 4. b. ; 5. b. ; 6. c. ; 7. b. ; 8. a. ; 9. c.