



Le lobbying électoral
Groupes en campagne
présidentielle (2012)

Gaëlle Courty et Julia Gervais (dir.)

Préface de Daniel Guéniot

Septentrion

SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES, SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES

Le lobbying électoral

Livre broché

Auteur(s) : COURTY

Auteur(s) : Gervais

Collection : Espaces politiques

Date de parution : 04/11/2016

Éditeur(s) : Presses Universitaires du Septentrion

Langue(s) : Français

EAN : 9782757413852

Distributeur : SODIS

Nombre de pages : 268

Prix : 25.00 €

L'élection présidentielle n'a jamais donné lieu en France à une étude portant sur les acteurs centraux des campagnes électorales que sont les associations, les syndicats, les organisations professionnelles, les collectifs, les ONG ou les *think tanks*. Tous poursuivent alors un objectif commun : tenter de convaincre les candidats et candidates de l'intérêt d'un projet, d'une cause ou d'une proposition de politique publique. Quelles sont les formes de lobbying à l'œuvre pendant une campagne électorale et comment appréhender leurs effets ?

Une équipe de politistes et de sociologues répond à cette question inédite en suivant la campagne présidentielle de 2012 au cœur de la mêlée, dans le quotidien des groupes mobilisés. Loin de la vision légitime de l'élection réduite à un simple affrontement de candidats et de candidates arbitré par le vote et les médias, les enquêtes analysent ici la campagne présidentielle comme un terrain privilégié de l'exercice du lobbying.