

SYNTHÈSE DES DOSSIERS PRÉSENTÉS

Groupe Sciences Po Bordeaux – Sujet Culture Papier

Sujet et problématique

L'association Culture Papier rassemble l'ensemble de l'écosystème du papier allant de la production de bois, à l'imprimerie, à l'édition jusqu'au recyclage du papier. Elle œuvre à sensibiliser les pouvoirs publics et décideurs, mais également le grand public sur le rôle économique, social et environnemental du papier.

Dans cette perspective, nous avons abordé les enjeux de l'association sous la problématique suivante : face à la digitalisation croissante de nos sociétés, quelle stratégie d'influence mettre en place pour promouvoir l'usage responsable du papier tout en valorisant sa complémentarité avec le digital ?

Analyse et stratégie

Pour traiter cette problématique, nous avons proposé une stratégie déclinable en trois cibles différenciées : d'abord les décideurs publics, ensuite les parties prenantes de l'écosystème du papier et ensuite le grand public. Chaque stratégie-cible a été conçue pour accompagner le propre développement interne de l'organisation. Pour cela, nous avons analysé l'écosystème interne et externe du papier, particulièrement impacté par la crise sanitaire, en prenant en compte les conséquences sur le plan réglementaire et législatif. Nous avons également procédé à un audit des outils internes mis en place par Culture Papier pour identifier les points de vulnérabilité ainsi que constitué une cartographie complète des organisations avec lesquelles interagit Culture Papier en mesurant leur importance.

Appliquée à une cible précise, notre stratégie de relations institutionnelles et de communication se déploie de façon opérationnelle en suivant le triptyque : comprendre-structurer-agir. La phase « comprendre » permet de saisir les enjeux et points à améliorer. La phase « structurer » consiste à ajuster le positionnement de Culture Papier en prenant en compte les points précédents. Enfin, la phase « agir » consiste à mettre en œuvre opérationnellement des propositions de recommandations.

Recommandations

Notre plan d'action suit une chronologie construite par étape. Pour la cible des décideurs publics, nous avons traité de la question du positionnement de Culture Papier sur le dispositif Ouipub, récemment adopté dans le cadre de la loi Climat & Résilience, en formulant des recommandations à la fois pour le niveau national et européen. Pour la cible des acteurs de l'écosystème du papier, nous avons formulé des recommandations sur la politique adhérente de l'association, en proposant un nouveau plan d'action, ses bénéfices et les outils pour la mettre en œuvre. Enfin, pour le grand

public, nous avons proposé un plan de communication et une série d'événements adaptés aux enjeux de visibilité de Culture Papier en identifiant ses contraintes, mais également ses atouts.

Justine Angibaud, Maya Fourré, Simon Malinowski, Clémence Mesnil, Manon Montrouge, Victor Mangin

Groupe Paris Dauphine – Sujet Edenred

3^{ème} prix étudiant

Sujet, analyse et recommandations

Dans l'esprit des recommandations du dernier rapport du GIEC, Edenred, émetteur de solutions de paiements et notamment de Tickets restaurant, souhaite poursuivre son engagement pour le verdissement de l'économie en proposant l'émission d'un écochèque en France. Mis en œuvre en Belgique depuis 2009, il permet d'augmenter le pouvoir d'achat des utilisateurs et d'orienter leur consommation vers des biens et services éco-responsables. Sa valeur est définie par la loi, et il est un complément de revenu. Nous recommandons l'instauration d'un écochèque défiscalisé, désocialisé, sans condition de revenu et émis par l'employeur pour le salarié. Ce rapport présente une stratégie française à court terme et une stratégie européenne à moyen terme afin d'en assurer le déploiement en France et dans l'UE.

Le contexte politique et économique français est propice au développement de l'écochèque en France. Notre stratégie s'appuie sur la pédagogie et se décline en deux volets : créer un écosystème pluriel pour faire connaître l'écochèque, puis le porter au niveau du Parlement et du Gouvernement. Plusieurs rapports remis par des syndicats plaident pour la mise en œuvre de l'écochèque. Nous préconisons de créer un écosystème favorable à son développement en convoquant l'ensemble des parties prenantes (syndicats, acteurs de l'ESS ...) pour discuter des modalités de l'écochèque et appuyer son déploiement.

La loi Climat et Résilience a fait un 1^{er} pas : nous pensons qu'elle peut servir à faire émerger le sujet de l'écochèque dans le débat public et au sein des institutions. Les députés de la majorité de l'ancienne législature ont proposé d'amender la loi pour qu'y figure l'écochèque. Edenred doit s'en saisir lors de la prochaine législature pour continuer de mobiliser les députés et porter le projet d'écochèque jusqu'à son inscription dans la loi. Plusieurs supports d'influence seront remis pour continuer d'acculturer l'ensemble des acteurs politiques à ce dispositif qui s'inscrit dans les objectifs français de réduction de gaz à effets de serre.

A l'échelle européenne, il s'agit de faire preuve de pédagogie concernant le dispositif d'écochèque, afin de favoriser son adoption dans chacun des pays-membres de l'UE, courant 2023.

Plusieurs canaux de diffusion ont été mobilisés : création de groupes de travail, mobilisation de la presse, et interpellation des experts au sein de la Commission européenne. Edenred doit mobiliser l'ensemble des parties prenantes européennes en les invitant à participer à des groupes de travail pour faire exister l'écochèque au sein du débat public européen. Edenred pourra ainsi s'appuyer sur cet écosystème pour faire valoir cet outil auprès des institutions européennes.

En s'alignant avec les temps forts de la présidence tournante et de la directive salaire minimum, la diffusion d'une note de cadrage invitant les acteurs identifiés à des groupes de travail, la publication d'une tribune cosignée par les ministres du Travail du trio européen France-République tchèque-Suède ainsi qu'un position paper contribueront à surfer sur la dynamique nationale. L'objectif est de faire infuser au plus haut niveau l'idée que l'écochèque est un outil de transformation de l'économie en faveur des objectifs climatiques déterminés par la Commission européenne en 2019.

Alexandra Meder, Corentin Le Nezet, Clara Paris, Gabriel Collardey, Baptiste Duverger, Timothée Lagarde

Groupe Sciences Po Bordeaux – Sujet Wikimedia France

2^{ème} prix étudiant

Sujet et problématique

Wikimedia France est une association à but non lucratif, qui a pour but de soutenir la diffusion libre de la connaissance, principalement via des projets hébergés par la Wikimedia Foundation (Wikipedia, le Wiktionnaire, Wikimedia Commons, Wikidata, etc.) siégeant aux États-Unis. Elle est reconnue par Wikimedia Foundation comme « chapitre national » pour la France.

Face à la diversification des usages et à la montée en puissance des acteurs numériques, la régulation des plateformes est devenue omniprésente dans l'agenda politique, tant français qu'europpéen. Plus précisément, la modération des contenus illicites en ligne a fait l'objet de nombreuses régulations ou tentatives de régulation sous le dernier quinquennat. Or, ces régulations ont été, jusqu'ici, construites selon un seul référentiel, celui des réseaux sociaux, bien qu'elles soient applicables à tout autre type de plateforme.

À l'heure où le Digital Services Act est en passe d'entrer en vigueur, comment appréhender les législations à venir ? Comment faire valoir une régulation plus fine, plus adaptée à la diversité des acteurs du numérique ? Enfin, comment valoriser le modèle de Wikipedia au sein de ce secteur, afin d'en obtenir une reconnaissance officielle entraînant une régulation adéquate ?

Analyse et stratégie

Les questions de la régulation du numérique, pour les plateformes qui en sont les cibles, sont complexes tant cette régulation est unanimement reconnue comme indispensable et urgente par l'ensemble des acteurs de la vie publique (pouvoirs publics, opinion publique, législateurs). Le défi à relever pour Wikimedia, consiste à faire valoir la spécificité de Wikipedia, de prouver le caractère trop contraignant des législations pour son modèle, tout en tâchant de ne pas nier sa responsabilité, en tant que plateforme en ligne, dans la modération des contenus illicites en ligne.

Nous avons alors identifié la nécessité, pour Wikimedia, de se présenter en tant qu'allié du législateur, prêt à collaborer dans la définition des législations du numérique tout en assurant la promotion d'un Web pluriel et d'une différenciation des plateformes en ligne. L'idée n'est pas d'échapper aux lois, mais d'être soumis à des lois adaptées à son modèle.

En parallèle, nous avons identifié une vraie montée du sujet des communs numériques dans l'agenda politique numérique. Les pouvoirs publics européens, sur incitation française, semblent vouloir porter ce nouveau modèle vers davantage de reconnaissance, en le présentant parfois comme une alternative concrète aux traditionnels GAFAM/BATX, perçus comme une menace pour la souveraineté numérique européenne. Wikipedia étant l'un des biens communs numériques les plus connus du monde, le cœur de la stratégie que nous proposons repose sur la montée en puissance de ce sujet.

Recommandations

Nos recommandations s'articulent autour de la valorisation d'une régulation plus fine à travers la reconnaissance du modèle des communs numériques dans la loi.

Pour cela, nous recommandons, à court terme, de :

- Saisir le dernier recours disponible pour agir sur le Digital Services Act à travers les actes délégués et l'évaluation de la Commission européenne au bout de trois ans.
- Se servir des initiatives lancées autour des communs numériques, en France et en Europe, pour entreprendre le début d'une stratégie de rassemblement des acteurs pertinents autour de la reconnaissance de ce modèle (phase de pédagogie).

A long terme, de :

- Provoquer des rencontres régulières avec les acteurs de l'écosystème des communs pour établir une coalition forte et agir d'une seule voix.
- Faire monter une proposition de loi française sur les communs numériques pour maintenir le sujet à l'agenda et inspirer les autres pays européens.
- Continuer à démocratiser la notion des communs auprès de l'opinion publique.

Aurélie Aknin, Sinclair Langlois, Edith Guignabaudet, Coline Flebo, Alice Hamet

Groupe Paris Dauphine – Sujet Boehringer Ingelheim

1^{er} prix étudiant

Sujet et problématique

One Health ou Une seule santé désigne une approche pluridisciplinaire et multisectorielle basée sur la prise de conscience des liens étroits existants entre la santé humaine, celle des animaux et l'état écologique global. Mis en avant depuis une vingtaine d'années, le concept est reconnu par la communauté scientifique comme un moyen particulièrement efficace de mieux prévenir l'émergence de nouvelles maladies et épidémies infectieuses transmises de l'animal à l'homme (appelées zoonoses) et particulièrement dévastatrices, à l'instar d'Ebola, du paludisme ou plus récemment de la Covid-19.

Si l'assise scientifique du concept n'est plus à démontrer, la prise en considération du principe au sein des politiques publiques en matière de santé est encore loin d'être acquise, la santé vétérinaire n'étant pas considérée au même niveau que la santé humaine.

Analyse et stratégie

C'est pourquoi nous proposons, à travers une stratégie claire et modulable, de faire passer le One Health d'un concept encore méconnu du grand public à une réalité institutionnelle et politique, appliquée et promue par les différents professionnels en santé. Notre objectif est que le One Health soit présent et entendu aux différents échelons de la décision publique, des élus aux administrations centrales, afin d'en faire un enjeu majeur et une urgence de santé publique.

Ceci représente par ailleurs un moyen pour Boehringer Ingelheim, acteur pionnier en santé animale, d'envisager le One Health comme un outil de différenciation afin de conserver une place de choix dans l'écosystème mondial des entreprises biopharmaceutiques. La stratégie que nous proposons se décline en trois axes, correspondant à la typologie des acteurs visés :

- Auprès des décideurs publics (gouvernement, ministères, administrations et parlementaires) et des parties prenantes (syndicats et scientifiques) : institutionnaliser le One Health au sein des politiques publiques en marquant une rupture dans la gouvernance de la santé, notamment à travers la Stratégie nationale de santé et la Loi de financement de la sécurité sociale.
- Auprès des professionnels en santé : provoquer un réflexe One Health dans les pratiques professionnelles en matière de santé, notamment à travers la formation initiale et continue.
- Auprès de la population en général : engager le grand public dans l'approche One Health afin de disposer d'un appui supplémentaire.

Recommandations

Chacune des étapes de notre stratégie est accompagnée d'un constat pour expliquer le contexte et les enjeux, de propositions en termes de calendrier et de cartographie, et d'une explication simple et concrète sur les actions à mettre en œuvre à court ou moyen terme. Par ailleurs, nous proposons plusieurs livrables directement utilisables pour accompagner le déploiement de la stratégie.

Parmi ces livrables se trouve notamment un « livret clé en main », adaptable en fonction des interlocuteurs, synthétisant les chiffres clés et arguments principaux en faveur de l'approche One Health. Ces arguments sont liés à l'économie des dépenses publiques, à la protection des personnes vulnérables et des éleveurs, à la préservation des écosystèmes et à la valorisation de la souveraineté stratégique française.

Nous proposons également une modification du site internet de Boehringer Ingelheim, en créant sur l'écran d'accueil un onglet « One Health » ainsi qu'une « Foire aux Questions », afin que l'utilisateur ait accès aux données clés sur les zoonoses et leur prévention.

Estelle Jury, Camille Pinget, Charlotte Vecchio