

**ÉLECTIONS
PRÉSIDENTIELLE
ET LÉGISLATIVES
2027**



**NE PAS FAIRE
DE POLITIQUE,
C'EST SUBIR CELLE
DES AUTRES**



**GABRIEL
ATTAL**



**XAVIER
BERTRAND**



**KARIM
BOUAMRANE**



**PHILIPPE
BRUN**



**BERNARD
CAZENEUVE**



**NICOLAS
DUPONT-AIGNAN**



**MARINE
LE PEN**



**DAVID
LISNARD**



**JEAN-LUC
MÉLENCHON**



**EDOUARD
PHILIPPE**



**BRUNO
RETAILLEAU**



**FRANÇOIS
RUFFIN**



**MARINE
TONDELIER**



**DOMINIQUE
DE VILLEPIN**



**ÉRIC
ZEMMOUR**



NE PAS FAIRE DE POLITIQUE, C'EST FAIRE CELLE DE CEUX QUI VOUS IMPOSENT LA LEUR

La campagne des élections présidentielle et législatives de 2027 sera un tournant pour la France et son économie. Jamais la radicalité n'avait autant pénétré le débat public, les sphères parlementaires et une société où près de 80% des citoyens n'ont plus confiance en la politique.

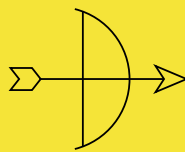
Dans cet "archipel français" marqué par l'angoisse écologique et la crainte du déclin, les entreprises et les dirigeants doivent prendre leur part de voix : pour contribuer à la fabrique de l'opinion comme pour défendre leur intérêts, au service de l'intérêt général.

Agir maintenant pour ne pas subir les politiques de demain, c'est ce que propose l'agence de communication et d'affaires publiques Artcher.

Pourquoi s'investir maintenant ?



Parce que les programmes des candidats sont en cours d'élaboration : il faut faire valoir aujourd'hui vos intérêts et vos attentes pour construire des politiques utiles.



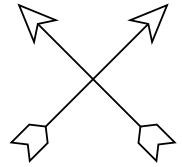
Parce que les médias et les réseaux sociaux exercent une très grande pression sur les candidats : vous devez être un prescripteur d'opinion aux yeux des citoyens (sans prendre la place du politique ni devenir une figure pop').



Parce que les solutions concrètes et intelligentes peinent à percer et que la radicalité domine : vous pouvez remettre de la rationalité et du réalisme dans la campagne électorale.



ANTICIPER



En période électorale, la première exigence des dirigeants, des conseils d'administration, des adhérents d'organisations professionnelles et des investisseurs est d'être informés et de suivre les conséquences de la politique sur leurs enjeux.

Comment ?

- + **En fournissant une analyse des tendances de fond** des sujets et idées qui nourrissent les médias et les élus.
- + **En évaluant les risques politiques-économiques** pour les entreprises, les secteurs, les projets locaux

Selon vos cibles, vos sujets, vos projets et dans le périmètre d'influence le plus pertinent pour vous, Artcher vous proposera :

- 1 UN DÉCRYPTAGE DES PROGRAMMES ET IDENTIFICATION DES POINTS CHAUDS**
- 2 DES SCÉNARIOS DES RISQUES POLITIQUES ET ÉCONOMIQUES**
- 3 DES RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES POUR VOTRE POSITIONNEMENT EN AFFAIRES PUBLIQUES ET EN RELATIONS PRESSE**
- 4 UNE VEILLE EN TEMPS RÉEL**
- 5 UN DÉCRYPTAGE DES RÉSULTATS ET DE LEURS CONSÉQUENCES.**

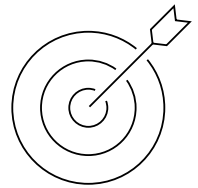


- Dans cette stratégie d'influence, Artcher vous proposera :

- 1 UN PLAIDOYER CLAIR ET DES MESSAGES.**
- 2 KIT LÉGISLATIF "CLÉ EN MAIN" : CIBLES RÉGLEMENTAIRES, PROPOSITIONS D'ACTIONS LÉGISLATIVES POUR LES "100 PREMIERS JOURS" (PPL, PJL, AMENDEMENTS).**
- 3 UN PLAN DE CAMPAGNE D'INFLUENCE EN RELATIONS PRESSE : TRIBUNES, COMMUNIQUÉS, RENCONTRES MÉDIAS.**
- 4 UN ACCOMPAGNEMENT POUR LA RÉALISATION GRAPHIQUE DES DOCUMENTS INSTITUTIONNELS.**



RENCONTRER



Chaque écurie politique est une clé importante : vainqueur, opposition, faiseurs de rois et de coalitions. Il faut aussi préparer le terrain de l'influence directe pour l'après législatives.

Comment ?

- + **En nouant des contacts solides avec les équipes de campagnes**, têtes pensantes des courants et futurs élus ou membres du gouvernement et des cabinets.
- + **En déclenchant des occasions de rencontre par les sujets qui intéressent les politiques** (et potentiellement, attirent la presse). **En déclenchant des occasions de rencontre par les sujets qui intéressent les politiques** (et potentiellement, attirent la presse).

Par un plan tactique et un accompagnement sur-mesure, Artcher vous proposera :

- 1 UNE CARTOGRAPHIE PRÉCISE** DES ÉQUIPES DE CAMPAGNES, ÉCURIES POLITIQUES ET PERSONNALITÉS CLÉS.
- 2 UN PLAN DE RENCONTRES POLITIQUES DE HAUT NIVEAU :** UN ACCOMPAGNEMENT ET UN SUIVI SUR LE TERRAIN.
- 3 L'ORGANISATION ET L'ANIMATION D'ÉVÈNEMENTS DE CAMPAGNE À FORT IMPACT D'INFLUENCE** EN PRESSE COMME EN AFFAIRES PUBLIQUES.

NOTRE ÉQUIPE



**Timothée
GAGET**
CEO



**Pierre-Philippe
FRIEH**
Directeur Associé
Relations Presse
et Affaires Publiques



**Nicolas
BOUDOT**
Senior Advisor
Communication
Affaires publiques



**Aymeric
MANTOUX**
Senior Advisor
Relations Presse
Luxe, Lifestyle, Beauté



**Fleur
d'HALLOY**
Consultante Senior
Relations presse



**Foulques
d'ARGOEUVES**
Consultant Senior
Relations presse
et Affaires Publiques



**Samuel
BOUHENIC**
Consultant
Relations Presse
et Affaires Publiques



**Alexia
HAYE**
Senior Advisor
RP Consumer
*CEO de Grenadine RP
(partenariat privilégié)*



**Achille
DUPONT**
Consultant
Relations Presse
et Affaires Publiques



**Chloé
FECHINO**
Senior Advisor
Réseaux Sociaux



**Caroline
de SEDE**
DAF & NewBiz



**Nathalie
DEBRAY**
Senior Advisor
Stratégie de Marque
(partenariat privilégié)



ARTCHER

COMMUNICATION &
AFFAIRES PUBLIQUES

46, rue de Provence - 75009 Paris
+33(0)6 65 34 15 29
contact@artcher.fr
www.artcher.fr