

CAMPAGNE D'INFLUENCE

MISSION : NRA

Préparé par : Groupe [Numéro] | ERIS Academy



AVIS DE CONFIDENTIALITÉ

Ce document contient des informations propriétaires et sensibles.
Toute divulgation, copie ou distribution est strictement interdite.

SIMULATION PÉDAGOGIQUE - USAGE INTERNE UNIQUEMENT



La branche politique de la NRA, l'Institute for Legislative Action (ILA), agit dans une situation marquée par une très forte sensibilité nationale sur les armes à feu, après une fusillade mortelle en juillet 2025 à Midtown Manhattan. Cet événement a déclenché une large couverture médiatique et ravivé les débats, en particulier sous pression des élus démocrates et civiques cherchant à renforcer la réglementation fédérale sur les armes. Cette dynamique met la NRA dans une position de défense pour préserver l'actuel cadre réglementaire, face à une volonté politique d'accroître les restrictions.

**FORCES**

FORTE CAPACITÉ DE
LOBBYING PARTOUT DANS LE
PAYS

S**W****POSSIBILITÉS**

CAPACITÉ À ACTIVER SES RÉSEAUX
LOCAUX ET NATIONAUX POUR
SOUTENIR LES ÉLUS MODÉRÉS

O**T****FAIBLESSES**

IMAGE PUBLIQUE DÉGRADÉE
APRÈS UNE NOUVELLE
FUSSILLADE À NYC

MENACES

Quels sont les bloqueurs auxquels
vous êtes confronté ? Quels sont les
facteurs indépendants de votre
volonté ?



- **Empêcher toute nouvelle législation fédérale restrictive sur les armes à feu, notamment toute initiative suite à la fusillade de Midtown Manhattan.**
- **Influencer spécifiquement les élus modérés ou indécis pour qu'ils ne soutiennent pas les propositions restrictives en cours.**
- **Aucun sénateur modéré ne doit publiquement soutenir les mesures examinées, afin de bloquer toute progression du projet de loi au Sénat.**



**Les citoyens
américains votant
pour les élus fédéraux
modérés ou indécis
(Sénat, et Chambre)**

Focus sur les familles (jeunes parents,
suffisamment argentés pour acheter des
armes, républicains modérés voire
indécis)



MESSAGES-CLÉS



“Les lois hâtives ne protègent pas, elles punissent les citoyens responsables et leurs familles.”



“ Les armes ne sont pas une question de politique, c’est l’expression suprême de la liberté”



“ N’aie pas peur de ton histoire, porte les armes avec fierté!”



ACTIONS DE CAMPAGNE N°1

Glocky, mascotte propre à la
campagne, pour cibler les jeunes
parents et leurs enfants

“Le bisounours de la NRA...”



ACTIONS DE CAMPAGNE N°2



Surfer sur tendances
TikTok et X qui peuvent
cibler les jeunes mamans
pour valoriser les armes
en tant qu'objet lifestyle

Ex : "What's in my bag..."
+ Utilisation
d'influenceurs lifestyle

ACTIONS DE CAMPAGNE N°3

**Manipulation de
l'opinion publique
américaine modérée à
base de tweets orientés
(zone grise)**



« AVOIR UNE ARME, C'EST L'EXPRESSION SUPRÊME DE LA LIBERTÉ DES FOYERS »

CAMILLE GOLI, PRÉSIDENTE DU BUREAU DE LA PROTECTION DE L'ENFANCE