

Manuel des sections

Parti socialiste suisse

Sommaire

1	Pourquoi un manuel des sections?	4
2	Le PS	5
	2.1 Le PS Suisse	5
	2.2 Les partis cantonaux	5
	2.3 Association régionale / Fédération de district	6
3	La section	8
	3.1 Un rôle essentiel	8
	3.2 Tâches des sections	8
	3.3 But	8
4	Objectifs stratégiques et planification annuelle	10
	4.1 Buts fondamentaux / charte	10
	4.2 Planification annuelle	11
5	Organisation et structure	15
	5.1 Tâches des sections selon les statuts	15
	5.2 Comité	16
	5.3 Assemblée des membres	19
	5.4 Groupes de travail	21
	5.5 Equipes de campagnes	22
6	Membres	23
	6.1 Recrutement des membres	23
	6.2 Information du PS cantonal ou Suisse pour les personnes intéressées 29	
	6.3 Discussions avec les sympathisant-e-s / les personnes intéressées 29	
	6.4 Accompagnement des nouveaux membres	30
	6.5 Mobilisation des membres non encore actifs	31
	6.6 Préparer les futurs membres du Comité et les candidat-e-s	31
	6.7 Check-liste pour la gestion des adresses et des membres	33
7	Formation politique	34
	7.1 Son but et ses objectifs	34
	7.2 Contenus possibles de la formation politique	34
	7.3 Intervenant-e-s possibles pour la formation politique	34
8	Finances	35
	8.1 Check-liste pour le/la caissier-ère	35
	8.2 Exemple d'échelonnement des cotisations annuelles des membres	37
	8.3 Autres sources de financement pour les sections	37
	8.4 Récolte de fonds	37
	8.5 Financement des partis par la commune	38

9	Campagnes électorales	40
9.1	Constitution d'une équipe de campagne	42
9.2	Profil d'exigences/Mise au concours/Recherche de candidat-e-s	42
9.3	Elaborer un concept de campagne.....	43
9.4	Clarifier les bases organisationnelles.....	45
9.5	Nomination des candidat-e-s.....	45
9.6	Planifier et produire le matériel de campagne	45
9.7	Mettre en oeuvre la campagne	46
9.8	Mobilisation finale	46
9.9	Une fois l'échéance passée, la prochaine échéance se rapproche ...	46
10	Communication	48
10.1	Travail médias	48
10.2	Interview	50
10.3	Courrier des lecteurs	50
10.4	Annonces	52
10.5	Tracts et flyers	53
10.6	Feuille d'information communale du PS	55
10.7	Newsletter par mail	56
10.8	Affiches ou «vélos rouges».....	57
10.9	Actions de distribution	57
10.10	Stands	59
10.11	Récolte de signatures	64
10.12	Discussions publiques	67
10.13	Présence sur Internet	68
10.14	Blog	69
10.15	Prendre soin des groupes cible	70
11	Les statuts des sections	73
11.1	Extrait des statuts du PS Suisse, article 6.....	73
11.2	Modèle de statuts pour les sections	74
12	Adresses de contact	77
12.1	Sections cantonales.....	78
12.2	Lien Extranet.....	80
12.3	Lien portail des sections (gestion des membres ADMO).....	80
12.4	Lien Charte graphique (CI/CD).....	80
12.5	Lien portail des membres	80

1 Pourquoi un manuel des sections?

Ce manuel a pour but de faciliter le travail des sections et de vous aider de manière aussi pragmatique que possible avec **des conseils, des check-listes, des idées et des exemples**.

Ce manuel se base sur les expériences concrètes des sections et rassemble leurs nombreuses suggestions et propositions. Il n'est ni exhaustif, ni définitif. Vos commentaires restent donc très précieux.

Les expériences faites par les sections aident les autres sections à éviter de commettre les mêmes erreurs et leur permettent à l'inverse de reprendre les formules qui marchent.

Une plateforme interne est également à la disposition des sections pour échanger des idées (<http://www.pssuisse.ch/extranet>).

Nous en sommes bien conscients: le travail dans les sections est bénévole et accompli par les membres pendant leur temps libre. Sans vous et sans votre engagement, le travail du PS ne reposerait sur aucune base solide. C'est pourquoi nous tenons à exprimer toute notre reconnaissance **aux président-e-s, membres de Comités, à toutes les femmes et à tous les hommes motivé-e-s qui – au sein de notre parti - sont prêt-e-s à donner de leur temps et de leur énergie pour réaliser notre vision d'un avenir digne d'être vécu et d'un environnement préservé pour les générations à venir.**

2 Le PS

Le PS Suisse est une association. Les membres du PS Suisse sont membres des sections, des fédérations de districts et des partis cantonaux. Le PS est actif à tous les échelons de la vie politique suisse, que ce soit au niveau communal (section ou parti local), cantonal (parti cantonal) et fédéral (PS Suisse).

2.1 Le PS Suisse

Le PS Suisse dispose d'un secrétariat professionnel avec un personnel fixe. Les tâches principales du PS Suisse sont les suivantes:

- Soutien des instances dirigeantes du parti et du PS Femmes
- Soutien du travail du Groupe parlementaire
- Travail politique spécialisé
- Communication et relations avec la presse
- Préparation et coordination des campagnes politiques (votations, initiatives, référendums, élections fédérales)
- Formation politique interne
- Coordination des relations internationales avec les partenaires socialistes à l'étranger
- Collaboration avec d'autres instances et organisations, ainsi qu'avec d'autres partis
- Finances et administration du parti

2.2 Les partis cantonaux

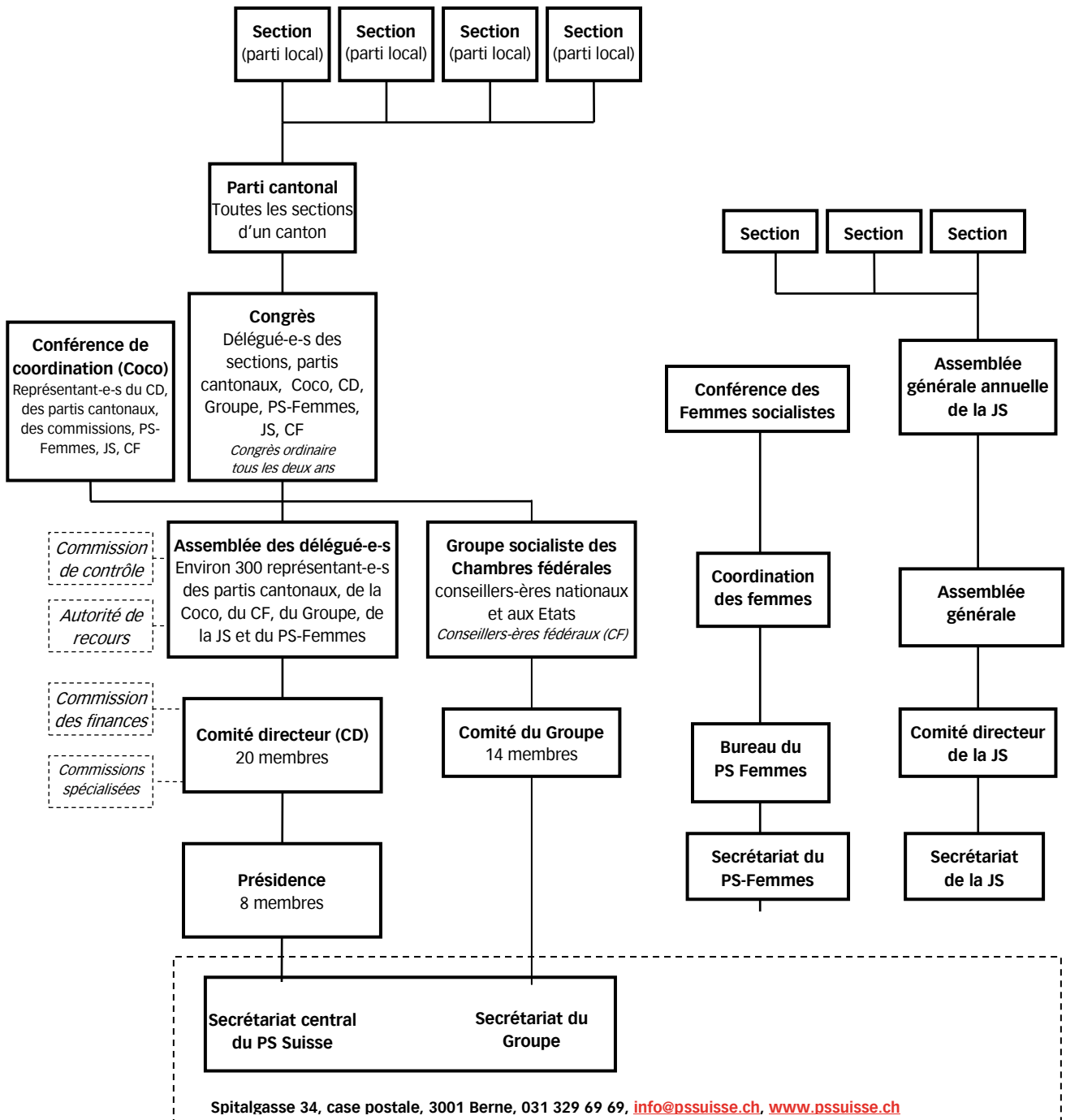
Le PS Suisse compte 26 partis cantonaux, responsables des nominations des candidat-e-s et des campagnes cantonales. Les partis cantonaux émettent des recommandations pour les votations cantonales et fédérales, mènent campagne et mettent le matériel nécessaire à disposition des sections et des personnes intéressées.

En outre, le parti cantonal dispose d'un secrétariat. Dans la mesure du possible, celui-ci soutient aussi le travail des Fédérations de district et des sections. Le parti cantonal entretient des liens étroits avec les parlementaires cantonaux.

Les partis cantonaux mettent en œuvre, au niveau cantonal, les campagnes du PS Suisse pour des votations, des récoltes de signatures et pour les élections fédérales. Les partis cantonaux englobent les associations régionales et Fédérations de district ainsi que les sections. Chaque membre d'une section est donc automatiquement membre d'un parti cantonal.

2.3 Association régionale / Fédération de district

Les sections des communes d'une région ou d'un district peuvent se réunir au sein d'une association régionale ou d'une Fédération de district (le terme varie selon les cantons). Dans les villes, un échelon supplémentaire vient s'ajouter à cet édifice avec les sections de quartier. Les associations régionales/Fédérations de districts sont compétentes pour nommer les candidat-e-s pour le Parlement cantonal et pour d'autres mandats au niveau du district (par exemple Conseil de district). Les associations régionales / Fédérations de districts portent la responsabilité principale des campagnes correspondantes, avec l'aide des partis cantonaux. En outre, elles effectuent le travail de coordination et de communication pour et entre les différentes sections (par exemple manifestations communes, échanges d'informations).



3 La section

3.1 Un rôle essentiel

La section fait le lien entre les idées socialistes et la population. **C'est grâce au travail de la section que la politique parvient vraiment jusqu'aux gens** et se personnalise. Sans l'engagement des sections, pas de Parti socialiste !

Les sections sont aussi des cercles où se rencontrent des personnes d'âges et d'horizons sociaux et culturels différents pour discuter politique, améliorer leur environnement quotidien, essayer de changer les choses, mener des campagnes et des actions ou encore se rassembler dans un cadre festif.

3.2 Tâches des sections

Les trois tâches principales des sections sont les suivantes:

- 1) **Influencer la politique communale dans le sens des idées socialistes**
- 2) **Recruter des membres, les accompagner et préparer la relève**
- 3) **Mener les campagnes en vue des élections et votations cantonales ou nationales**

En adhérant au PS, on devient automatiquement membre d'une section – en général celle de sa commune ou de son quartier. La section est la plus petite unité d'organisation du PS Suisse. Les sections sont des associations indépendantes avec leurs propres statuts et règlements.

Chaque section dispose d'une large autonomie, en particulier pour ses activités dans sa commune ou son quartier. La plupart des sections convoquent des assemblées de manière régulière, discutent de thèmes politiques d'actualité et contribuent ainsi à la formation de l'opinion.

A la base, la section est **responsable des activités politiques au niveau communal** (élections communales, assemblées communales, votations sur des sujets communaux), **du recrutement de nouveaux membres et de la promotion de la relève** ainsi que de la mise en œuvre de **campagnes** cantonales ou nationales.

3.3 But

Le but d'une section est défini dans ses statuts. Il correspond normalement à celui du PS Suisse : « Le Parti socialiste suisse s'engage, sur la base de son programme, en faveur des objectifs du socialisme démocratique ». Concrètement, cela signifie que la section s'engage pour la justice sociale, des conditions de vie dignes, une responsabilité écologique et un comportement solidaire avec les personnes défavorisées et les minorités.

Ces objectifs peuvent être atteints par l'engagement dans la commune politique, par le travail de formation politique et d'information, par la présentation de candidat-e-s pour des

mandats politiques, par l'appui fourni aux mandataires en place, par des activités politiques à tous les niveaux (commune, district, canton, Confédération) ou encore par une collaboration ponctuelle avec des organisations poursuivant des buts similaires.

4 Objectifs stratégiques et planification annuelle

4.1 Buts fondamentaux / charte

C'est un principe fort utile que de rédiger une charte fondamentale qui servira de cadre au travail politique. Des objectifs stratégiques peuvent être tirés de cette charte afin de structurer le travail de la section. Si elle est bien rédigée, la charte peut aussi être remise aux sympathisant-e-s et aux nouveaux membres. Comme elle ne traite pas de thèmes spécifiques mais contient des principes généraux, la charte a une durée de validité plus longue. L'exemple suivant constitue une proposition qui peut être adaptée aux besoins de chaque section. L'élaboration d'une charte au sein du Comité offre une bonne occasion d'échanger sur les buts fondamentaux et de définir une ligne commune.

Exemple de charte :

- Faire de la politique, c'est passer à l'action : nous voulons contribuer activement à influencer notre environnement, notre commune, notre quartier. Quand les choses vont mal, nous voulons les changer par diverses actions, par des pétitions, etc. Nos représentant-e-s dans les autorités et les Parlements exercent une influence directe et compétente sur les décisions politiques qui y sont prises et cherchent à réunir des majorités autour de leurs idées.
- Faire de la politique, c'est communiquer : nous communiquons toujours nos revendications et nos succès aux personnes intéressées. Nous voulons convaincre les gens que nos solutions et notre politique sont les meilleures.
- Nos membres constituent la base de notre parti. Nous devons leur montrer à quel point leur participation est utile et essentielle. Nous les sollicitons, en fonction de leurs compétences et de leurs connaissances, pour participer à l'organisation d'activités diverses, ce qui permet de les intégrer dans la vie de la section. Ils reçoivent une formation qui leur est utile non seulement dans le cadre du parti mais aussi dans celui de leur profession et pour leur développement personnel.
- Nous nous employons sans relâche à convaincre de nouvelles personnes à participer à la vie du parti, en nous adressant à elles directement et personnellement et en les invitant à nous rejoindre. Avoir de nombreux membres actifs représente une véritable vitrine pour le parti, ce sont eux notre meilleur argument et ce sont eux qui génèrent à leur tour de nouvelles adhésions.
- Nous voulons mieux connaître notre commune, notre quartier, notre ville et être au courant de ce qui s'y passe. Dans ce but, nous entretenons des contacts avec des personnes, associations et organisations qui s'engagent également pour notre société.

Parti socialiste, section de ..., charte adoptée par les membres lors de l'assemblée du ...

4.2 Planification annuelle

Pour atteindre les buts fondamentaux décrits ci-dessus, des objectifs stratégiques et des objectifs annuels doivent être définis. Il arrive souvent que l'on doive faire face à des ressources insuffisantes, des objectifs irréalistes ou un déficit au niveau de la planification avec, pour conséquence, qu'une ou quelques personnes (toujours les mêmes ! ...) doivent assumer tout le travail.

Les exemples de planification suivants peuvent vous aider à simplifier le travail des personnes impliquées. Un exemple concerne une planification à moyen terme (planification sur 4 ans), l'autre une planification à court terme (planification annuelle).

4.2.1 Planification sur 4 ans

Lorsque la section correspond à une commune politique, une planification sur 4 ans offre de gros avantages. Hormis les élections cantonales et fédérales, le travail de la section s'articule en effet essentiellement autour des élections communales qui représentent le point culminant d'un cycle de 4 ans.

La planification générale comporte notamment la mise en place – en temps utile - d'une commission électorale, la préparation et la mise en valeur des candidatures ainsi que la planification des activités annuelles récurrentes, de même que des manifestations culturelles, des rencontres festives et la participation à des événements communaux.

Quand	Point fort annuel	But/public cible (PC)	Mesures (exemples fournis par différentes sections)
201X	Elections fédérales	Intensifier la présence dans la commune PC: toutes les citoyennes et tous les citoyens	<ul style="list-style-type: none"> • Manifestation avec un-e candidat-e et des personnalités du PS (peut aller d'un souper spaghetti à un podium de discussion) • Lettres de lecteurs-trices ou articles dans le journal local • Stand mensuel durant les 12 semaines précédant les élections, etc.
201X	Augmenter le nombre de membres	Mettre en valeur les candidat-e-s pour les élections communales et les commissions Planifier la campagne électorale / motiver les membres, en chercher de nouveaux PC: définir le public cible pour chaque activité	<ul style="list-style-type: none"> • Contacter les personnes nouvellement arrivées dans la commune / organiser un apéro (exposé d'un-e camarade sur la commune, sur les offres, etc.) • Approcher les jeunes (les jeunes membres de la section organisent une manifestation spéciale à destination de la jeunesse) • Mobiliser les membres, créer un sentiment d'appartenance par des manifestations conviviales

201X	Elections communales	<p>Mener campagne et évaluer son impact</p> <p>Maintenir les sièges/progresser</p> <p>PC: mobiliser les membres/en gagner de nouveaux</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Prendre des initiatives et faire connaître son action, p. ex. en élaborant une charte • Parler des thèmes prioritaires du PS dans la commune • Lancer une pétition • Prévoir une visite de quartier avec le ou la candidat-e à l'exécutif communal
201X	Elections cantonales	<p>Mettre en valeur les candidat-e-s aux élections cantonales</p> <p>Mener campagne dans la commune</p> <p>PC: toutes les citoyennes et tous les citoyens</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre à profit les expériences des élections communales en matière d'organisation et d'actions • Suivre un fil rouge • Faire vivre les traditions (p. ex. distribuer des cacahuètes ou des mandarines à la Saint-Nicolas, des roses à la fête des mères, etc.)

4.2.2 Planification annuelle

Une planification annuelle permet de faciliter le travail, de mieux définir les priorités et de répartir très tôt les responsabilités. **La planification annuelle ne prend pas seulement en compte les échéances de la section, mais aussi celles de la commune et d'autres organisations importantes.** Selon les cas, la section devrait en effet participer aux manifestations de ces organisations, soit activement soit en y envoyant une délégation. Cela permet d'entrer en contact avec la population et d'entretenir des relations utiles.

En élaborant la planification annuelle, on essaiera de trouver un équilibre optimal entre les activités intellectuelles, les manifestations conviviales et les travaux manuels.

Activités intellectuelles : conférences/débats sur des points forts et des thèmes politiques, présentés, analysés et discutés par des personnalités du parti ou des experts.

Activités conviviales : manifestations culturelles, fêtes, excursions, 1^{er} mai, soirées grillades, etc.

Activités manuelles : actions, visites, journée de réparation de vélos, nettoyage des forêts, participation au marché, fête communale, etc.

Mois	Activité	Responsabilité	Remarques
Décembre	Planification de l'année à venir	Comité	Cela peut se faire aussi dans un cadre différent, sous forme de retraite. Car la planification annuelle requiert non seulement du talent d'organisation, mais aussi de la créativité. On peut se faire conseiller par des personnes externes, comme des membres ou des sympathisant-e-s, ou encore des personnes expérimentées d'autres sections, du parti cantonal ou du PS Suisse.
Janvier	Séance de Comité	Président-e	
Février	Assemblée annuelle	Comité	L'assemblée annuelle est une bonne occasion d'inviter les nouveaux membres. Elle devrait également comporter un volet convivial.
Mars	Séance du Comité	Président-e	
Mai	Assemblée des membres Participer ensemble au 1 ^{er} mai	Groupe de travail	
Juin	Préparation de l'Assemblée communale Excursion à vélo	Comité	
Août	Séance du Comité Grillades avec des personnalités	Président-e Groupe de travail	
Septembre	Manifestation publique sur un thème politique	Groupe de travail	
Octobre	Séance du Comité	Président-e	
Novembre	Assemblée des membres Préparation de l'ass. communale	Président-e/Groupe de travail/Comité	
Décembre	Evaluation/Planification Souper de fin d'année	Comité/Groupe de travail	

Que ce soit pour la planification sur 4 ans ou la planification annuelle, les « tuyaux » suivants peuvent vous aider à mieux tenir la planification et répartir le travail entre plusieurs personnes :

- **L'objectif est-il réaliste** ? Il doit être ambitieux, mais pas inatteignable.
- Les objectifs sont-ils **formulés de manière concrète et rédigés par écrit** ? Sont-ils mesurables et vérifiables ?
- Les **responsabilités** sont-elles clairement attribuées ?
- Les **échéances** sont-elles claires ? Est-ce que des **objectifs partiels ont été formulés et planifiés** ? Des bilans intermédiaires sont-ils prévus pour vérifier qu'on est toujours sur la bonne voie ?
- Quelqu'un est-il chargé de contrôler si les objectifs partiels sont atteints dans les temps ?
- Un objectif particulier n'entre-t-il pas en contradiction avec d'autres, n'y a-t-il pas de conflit ?

5 Organisation et structure

5.1 Tâches des sections selon les statuts

Les tâches des sections sont définies dans les statuts, normalement dans un article qui leur est spécifiquement consacré. Il est recommandé de s'appuyer sur les indications fournies par le parti cantonal.

Tâches définies dans les statuts:	Mesures envisageables:
a) Suivi de la politique communale: réalisation des objectifs du parti cantonal et du PS Suisse au niveau communal	Désigner une personne responsable du suivi de la politique communale, cantonale et fédérale
b) Engagement, par des moyens juridiques et politiques, en faveur d'une utilisation modérée du sol ainsi que pour la création et le maintien de quartiers agréables à vivre (protection des sites), maintien des logements et protection des espaces vitaux pour les êtres humains et pour les animaux.	Reprendre cette formulation dans les statuts. Elle légitime la section à faire opposition à des projets.
c) Communication	Feuille d'information tous-ménages, articles dans le journal local, lettres de lecteurs Voir le chapitre Communication
d) Nomination de candidat-e-s pour les élections communales, organisation des campagnes de votation et d'élection au niveau communal	Planification précoce des ressources humaines nécessaires Tenir une liste des personnes intéressées Voir le chapitre Campagnes électorales
e) Nomination, à l'intention de l'organe décisionnel compétent, des candidat-e-s pour les élections au niveau du district, du canton ou de la Confédération	Voir le chapitre Campagnes électorales
f) Nomination, à l'intention de l'organe décisionnel compétent, des candidat-e-s pour des fonctions dans le parti	Voir le chapitre Campagnes électorales
g) Recrutement et intégration des nouveaux membres	Voir le chapitre Membres
h) Tenir à jour la liste des membres, annoncer les mutations au parti cantonal	Désigner une personne responsable de la gestion du fichier d'adresses; annoncer régulièrement les changements au parti cantonal
i) Prélever les cotisations destinées au parti cantonal et au PS Suisse, selon facturation établie par le parti cantonal	Voir le chapitre Finances

j) Soutien au parti cantonal et à l'association régionale lors d'élections ou votations fédérales, cantonales ou régionales	Organisation de manifestations interpartis Distribution du journal de votation, de tracts Organisation d'actions diverses
k) Formation politique des membres socialistes des autorités et des membres du parti	Offre de cours du parti cantonal Offres de „Movendo“, l'institut de formation des syndicats: www.movendo.ch
l) Prises de position sur des questions de politique cantonale ou fédérale à l'intention du parti cantonal ou du PS Suisse	Mise en place de groupes de travail Organisation de manifestations pour les membres avec des expert-e-s externes

5.2 Comité

Le Comité est l'organe exécutif et l'organe le plus important de la section. Il est responsable de son bon fonctionnement. Ses nombreuses tâches devraient être réparties entre un maximum de personnes. Plus les membres seront intégré-e-s dans le travail politique de la section, moins les membres du Comité seront surchargés.

Toute personne élue au Comité par l'assemblée et qui accepte son mandat s'engage à remplir le mieux possible les tâches qui lui sont confiées. L'exercice d'une telle fonction demande de l'engagement et du temps. Il ne sert à rien de persuader à tout prix quelqu'un de s'engager, si il ou elle ne veut pas ou ne peut pas vraiment assumer sa fonction.

Check-list pour les tâches du Comité

Fréquence	Tâches	√
Environ chaque mois	Le Comité se réunit régulièrement.	
Environ tous les 2 à 4 mois	Le Comité prépare les assemblées des membres et les autres manifestations.	
En année électorale	Le Comité planifie les campagnes ou désigne une commission électorale.	
Régulièrement	Il entretient des contacts étroits avec „ses“ élu-e-s, garantissant ainsi l'échange d'informations entre la section, les organes et les élu-e-s de la région/district et du canton.	
Régulièrement	Il entretient des contacts avec l'environnement social, politique et culturel	
Régulièrement	Il informe les membres sur les activités du PS dans la commune.	

Régulièrement	Il est responsable du recrutement de nouveaux membres.	
Régulièrement	Il est responsable de la préparation de la relève politique.	
Régulièrement	Il informe les membres sur la politique menée par le PS au niveau cantonal et fédéral.	
1- 2 fois par année	Il encourage la formation politique des membres en mettant sur pied des offres de formation et d'information.	
Chaque année	Il établit la planification de l'année suivante.	
Selon les besoins	Il est en contact avec d'autres sections, avec lesquelles il collabore.	

Pour pouvoir mener à bien ce programme, il est particulièrement important que les membres du Comité sachent clairement quelles sont leurs tâches, qu'ils s'organisent et s'entraident. Il est vivement recommandé de définir des fonctions et de les répartir entre les membres du Comité.

Proposition d'organisation du comité

Fonction	Activité
<p>Président-e/coprésidence (fonction à repouvoir impérativement)</p> <p>Conseil: il est souvent plus facile de trouver des personnes qui s'engagent pour une coprésidence. Il est alors essentiel de répartir les tâches, et cela de manière très claire.</p>	<p>Représente le parti à l'interne et à l'externe, renseigne les médias</p> <p>Convoque les séances du Comité, les prépare et dresse l'ordre du jour</p> <p>Dirige les séances du Comité et les assemblées du parti</p> <p>Prépare les thèmes des Assemblées et les dossiers politiques communaux</p> <p>Est en contact avec les associations/organisations présentes dans la commune</p> <p>Est proche de la population de la localité, à l'écoute de ses préoccupations, qu'il transmet au Comité</p> <p>S'occupe du développement du personnel du parti.</p>

Fonction	Activité
<p>Gestion des membres et des adresses (fonction à repouvoir impérativement)</p> <p>Conseil: ce mandat est extrêmement important et demande du temps. Dans l'idéal, il sera assumé par plusieurs personnes.</p>	<p>Se charge du recrutement des membres, qui doit être un projet constant de la section, avec des objectifs annuels mesurables.</p> <p>Planifie les mesures concrètes de recrutement et les met en œuvre avec le concours d'autres membres de la section.</p> <p>Tient à jour la liste des membres et annonce les changements au parti cantonal.</p> <p>Sait quand un membre a son anniversaire ou s'il est gravement malade et prend contact avec lui.</p> <p>Connaît les membres et leurs compétences, sait les utiliser (développement du personnel).</p> <p>Organise la formation continue des membres, les informe sur les différentes possibilités de perfectionnement.</p>
<p>Caissier-ère (fonction à repouvoir impérativement)</p>	<p>Tient la comptabilité.</p> <p>Perçoit les cotisations et verse sa quote-part au parti cantonal.</p> <p>Paie les factures.</p> <p>Présente le budget.</p> <p>Veille à l'équilibre financier.</p> <p>Recherche de nouvelles sources de financement : dons, contributions communales.</p>
<p>Communication/campagnes (fonction à repouvoir impérativement)</p> <p>Conseil: Pour l'organisation des élections, une commission électorale doit être créée. Il est important qu'elle ne se compose pas seulement des candidat-e-s.</p>	<p>Porte-parole.</p> <p>Rédige des communiqués de presse, des comptes-rendus dans le journal après les assemblées, les nominations etc.</p> <p>Organise le matériel de propagande pour les élections et votations.</p> <p>Dirige la commission électorale et est responsable de l'élaboration d'un concept de campagne.</p> <p>Organise la participation de la section à des manifestations communales.</p> <p>Organise des actions, s'il n'existe pas de groupe spécifique pour le faire.</p>

Fonction	Activité
Secrétariat	<p>Appuie la présidence.</p> <p>Traite le courrier.</p> <p>Rédige l'invitation aux assemblées, avec l'ordre du jour décidé par le Comité.</p> <p>Ecrit les procès-verbaux ou assure leur rédaction.</p> <p>Gère les archives, qui doivent contenir les documents les plus importants.</p>
Actions et événements festifs	<p>Organise des stands.</p> <p>Organise des récoltes de signatures.</p> <p>Organise des fêtes et autres événements pour le parti.</p> <p>Fête du 1^{er} mai, fêtes en forêt, Saint-Nicolas, excursions, etc.</p> <p>Préparation et conception d'actions surprises.</p> <p>Gestion du matériel de campagne (tracts, drapeaux).</p>
Site Internet, rédaction d'un bulletin/d'une newsletter, etc.	<p>Ces mandats pourront être assumés en fonction des ressources disponibles. Une page Internet à jour et un bulletin/lettre d'information sont très importants pour la mobilisation interne et externe. On peut également envisager de collaborer avec d'autres sections dans ce domaine.</p> <p>Le PS Suisse offre des éléments de sites Internet clés en main.</p>
Commission scolaire/commission d'école	<p>Contact avec les membres de la commission scolaire/de la commission d'école.</p> <p>Chercher des candidat-e-s, s'occuper d'eux.</p>

5.3 Assemblée des membres

Les manifestations les plus importantes pour la section sont les assemblées des membres, qui doivent se tenir régulièrement. Ces assemblées sont essentielles aussi bien pour le travail politique (projets au niveau de la commune – pétitions, initiatives, préparation des votations et des assemblées communales) que pour les échanges entre les membres et les personnes intéressées à le devenir. Ces assemblées devraient être conçues de manière aussi attrayante que possible.

Check-list : à quoi la section doit-elle faire attention dans l'organisation des assemblées ?

Quoi	Idées, propositions	Responsable	√
Choix du thème de l'assemblée	Il faut absolument tenir compte des besoins, problèmes, préoccupations (émotions) actuels des citoyennes et des citoyens de la commune. Des solutions possibles doivent être discutées et élaborées lors de l'assemblée.		
Solliciter des intervenant-e-s extérieurs	Solliciter assez tôt des intervenant-e-s extérieur-e-s et les informer du sujet précis de l'assemblée. Choisir un thème principal, des intervenant-e-s compétent-e-s, prévoir dans tous les cas des questions. La présidence de l'assemblée aura intérêt à préparer quelques questions critiques pour animer la discussion. Un débat contradictoire ne sera attrayant que si l'on peut inviter des personnalités connues. Tuyau: les membres socialistes du Conseil national ou du Conseil des Etats ainsi que les parlementaires cantonaux ou les président-e-s de partis cantonaux se mettent volontiers à votre disposition pour des discours. Demander leurs adresses aux secrétariats cantonaux.		
Invitations /information dans les médias locaux	Pour les manifestations particulièrement attrayantes (discussions avec parlementaires fédéraux, visites), ne pas oublier d'inviter aussi les sympathisant-e-s et autres personnes intéressées, voire la population du village (par une communication dans les médias locaux)		
Contacts sociaux/nouveaux membres	Saluer les nouveaux membres et les inviter personnellement à prendre un verre à la fin de l'assemblée. Favoriser les échanges en offrant un apéro avant ou après l'assemblée ou la manifestation, ou pendant la pause.		
Affaires statutaires/questions internes	Traiter rapidement les affaires statutaires. Envoyer les documents à l'avance aux membres, afin que la présidence de la séance puisse rondement mener l'affaire et se limiter à répondre aux questions. Des discussions prolongées sur les statuts, les protocoles, les questions internes ou les difficultés personnelles risquent en effet de faire fuir les nouveaux membres et sympathisant-e-s. Il faut donc les éviter dans toute la mesure du possible.		

Discussions en groupe	Discuter un sujet en petits groupes (des solutions pour un problème politique de la commune), rassembler les résultats et tirer les conclusions. Cela allège la réunion et permet à tous de participer activement.		
Expériences/visites	Vivre quelque chose ensemble favorise le sentiment d'appartenance. La section peut visiter des infrastructures communales, p. ex. l'approvisionnement en eau, ou une entreprise, ou bien peut longer la frontière communale avec l'historien du village, etc.		
Après l'assemblée	Si l'assemblée a pris des décisions intéressantes (p. ex. un nouveau projet politique, une discussion avec des personnalités connues), on peut envoyer un bref compte-rendu pour publication aux médias locaux.		
Tuyau: pourquoi ne pas prévoir une manifestation commune avec une section d'un village voisin?	Cela permet de profiter de synergies, notamment lorsqu'il s'agit de traiter des thèmes nationaux ou d'organiser des manifestations de plus grande ampleur. Autre avantage : le nombre de participant-e-s sera plus élevé.		

5.4 Groupes de travail

Les groupes de travail ne planchent pas forcément sur des thématiques qui préoccupent directement la section, mais peuvent aussi traiter par exemple d'affaires nationales ou internationales. L'expérience montre toutefois que les groupes de travail d'une section ont plutôt tendance à se consacrer à des urgences locales : trafic dans les quartiers, manque de places de jeu ou de crèches, thématiques scolaires, etc.

L'objectif des groupes de travail est d'élaborer des directives ou des propositions à mettre en œuvre politiquement au plan communal ou cantonal. **L'idéal est de constituer des groupes de travail pour un projet spécifique qui touche fortement les gens dans la commune.** Cela permet à des membres, des sympathisant-e-s ou à d'autres personnes intéressées de s'engager pour un temps déterminé.

Les groupes de travail devraient aussi être ouverts aux non-membres. Cela permet à la population communale de participer directement à l'élaboration de propositions. Ce « regard extérieur » peut déboucher sur des idées intéressantes et permet un soutien plus large à l'échelle locale. Demander aux gens de participer à des groupes de travail est aussi une bonne réclame pour la section. Si, en plus, certaines personnes ayant participé aux travaux d'un tel groupe adhèrent par la suite au parti, c'est d'autant mieux.

5.5 Equipes de campagnes

On met sur pied des équipes chargées des campagnes politiques avant les élections ou les votations. Une certaine expérience en la matière constitue un avantage incontestable. Les candidat-e-s doivent également faire partie de ces équipes.

Les équipes de campagnes sont chargées de l'organisation des campagnes électorales, du soutien aux candidat-e-s et du travail auprès des médias et de la communication (voir le chapitre campagnes).

6 Membres

6.1 Recrutement des membres

Le recrutement de nouveaux membres est particulièrement important pour le PS, car contrairement à d'autres partis politiques, nous ne disposons pratiquement que des cotisations des membres et des sympathisant-e-s et nous ne pouvons pas compter sur le sponsoring des milieux économiques pour alimenter nos ressources financières.

Avoir beaucoup de membres et de sympathisant-e-s nous permet surtout d'augmenter notre influence et nos chances d'atteindre nos objectifs politiques. **C'est pourquoi le recrutement de nouveaux membres est une tâche essentielle.** Cette tâche doit être assumée principalement par les sections, par le biais de contacts personnels. Chaque membre devrait, si possible, être capable d'en recruter de nouveaux.

Il faut absolument désigner un-e responsable du recrutement des membres au sein du Comité. Cette personne sera chargée de planifier et de mettre en œuvre, chaque année, des mesures concrètes de recrutement.

Très important: les gens ne se décideront à devenir membres que si nous les interpellons personnellement pour les convaincre des avantages d'une adhésion. Il faut réagir aussi vite que possible lorsque des personnes manifestent un intérêt pour le parti.

En effet, rien ne fera meilleure impression qu'une lettre ou un coup de téléphone le lendemain d'une rencontre avec une personne intéressée. Car un parti qui ne se manifeste pas pendant des semaines ne donne pas l'image d'une formation intéressée à trouver de nouveaux membres !

S'agissant de la planification du recrutement de nouveaux membres, **il faut se focaliser chaque année sur un petit nombre de groupes cibles.** Les personnes de 35 à 45 ans qui se sont installées pour une longue période dans la commune et qui disposent de plus de temps car leurs enfants ont grandi représentent notamment un potentiel intéressant.

On peut par exemple définir, chaque année, deux groupes-cible (familles, cyclistes, personnes fréquentant la piscine, nouvellement arrivées ou intéressées à la culture), qu'on contactera et qu'on informera régulièrement sur les manifestations qui peuvent les intéresser. Le moyen le plus efficace reste toutefois les discussions personnelles avec les personnes que nous savons intéressées à la politique du PS, ou qui ont des sympathies pour le parti (voir la check-list pour les discussions). La personne responsable du recrutement des nouveaux membres devrait donc motiver un maximum de membres du Comité et du parti à mener de telles conversations dans leur entourage. Souvent, les personnes concernées demandent à réfléchir; il ne faut alors jamais oublier de leur poser la question un peu plus tard.

Mesures possibles pour recruter de nouveaux membres au niveau de la section

Mesure	Description
Fixer chaque année un objectif pour le recrutement de membres	Pour pouvoir mesurer le succès de nos actions, il faut d'abord fixer un objectif précis. Par exemple, se donner pour but qu'un habitant sur cent de la commune devienne membre du PS. Autrement dit, on visera 30 membres pour une commune de 3000 habitants. Si le nombre actuel des membres est de 15, on peut se fixer pour but de trouver 5 nouveaux membres chaque année pendant trois ans. On procède donc par petits pas, réalistes et atteignables.
Écrire aux personnes nouvellement arrivées	<p>Écrire une brève lettre de bienvenue aux nouveaux-elles habitant-e-s de la commune ou du quartier. Décrire en quelques mots la politique communale ou du quartier, montrer combien le PS y participe activement et l'importance de ses contributions. La lettre indiquera l'adresse du membre du Comité chargé du recrutement des membres. Dans l'idéal, le/la destinataire est directement invité-e à une première manifestation.</p> <p>En annexe à la lettre, on enverra une carte postale réponse permettant aux personnes intéressées de demander de la documentation, un contact téléphonique, etc.</p> <p>(Voir le modèle de lettre et de carte postale réponse à la fin de ce chapitre)</p>
Sympathisant-e-s	<p>Ecrire également une lettre aux sympathisant-e-s qui s'annoncent auprès du PS Suisse ou du PS cantonal. Leur adresse sera fournie à la section, qui prendra immédiatement contact avec eux-elles. Les sympathisant-e-s recevront tout de suite le journal du parti « socialistes.ch ». Pendant un an au moins, ils-elles recevront les invitations aux réunions de la section. Il faut les rappeler après un an pour leur demander s'ils-elles veulent rester sympathisant-e-s ou s'ils-elles pourraient s'imaginer devenir membres.</p> <p>(voir la check-list pour les discussions avec les sympathisant-e-s à la fin de ce chapitre)</p>
Liste de personnes intéressées	Lors d'une séance du Comité ou d'une assemblée de la section, toutes les personnes présentes sont invitées à écrire en cinq minutes le nom de cinq connaissances, collègues, etc., qui pourraient être intéressées par le PS. Elles s'engagent ensuite à prendre contact avec ces personnes dans les deux mois qui viennent et à leur demander si elles souhaitent d'autres informations sur le PS. Les adresses seront ensuite communiquées au responsable du recrutement, qui leur enverra de la documentation et veillera à ce qu'un contact personnel ait lieu dans les six mois suivants.
Jeunes électeurs-trices	Il faut prendre contact de manière ciblée avec les jeunes citoyen-ne-s pour

Mesure	Description
	<p>savoir s'ils sont intéressé-e-s à devenir membres ou sympathisant-e-s du PS ou s'ils souhaitent s'affilier à la Jeunesse socialiste (JS).</p> <p>Il faut entretenir des liens avec la section la plus proche de la JS, locale ou cantonale, pour pouvoir se renseigner sur les adhésions de jeunes gens habitant le territoire couvert par la section locale. On peut les ajouter à la liste des sympathisant-e-s. Cela présente également un avantage pour la JS, car la section pourra s'engager dans une campagne de votation pour soutenir un candidat JS habitant son territoire.</p>
Personnes immigrées	<p>Entretenir de bons contacts avec les organisations d'immigré-e-s et positionner le PS comme un partenaire fiable.</p> <p>Relever les nouvelles naturalisations dans la commune (normalement, elles sont publiées) et informer ces personnes de l'existence d'une section locale du PS.</p>
Internet	<p>Mentionner l'adresse électronique de la section et du parti cantonal sur toute la correspondance, les imprimés.</p> <p>Prévoir la possibilité de s'annoncer ou de commander du matériel sur la page d'accueil du site.</p> <p>Être présent sur le site Internet de la commune.</p>
Comportement personnel	<p>Faire connaître son appartenance au PS.</p> <p>Participer aux réunions d'autres organisations.</p> <p>Prendre la parole dans les assemblées communales et marquer sa présence.</p> <p>Amener la discussion sur des sujets politiques et sur le PS lors de conversations avec ses amis et relations.</p> <p>Mener des discussions personnelles sur le PS et réagir en cas d'intérêt de l'interlocuteur-trice.</p> <p>Montrer le « bon exemple » en incarnant la politique du PS et les valeurs qu'il défend.</p>
Imprimés/annonces	<p>Joindre un bulletin-réponse à tous les imprimés et produits (inscription comme membre, comme sympathisant-e-s, commande de documents, etc.).</p> <p>Produire des tracts ad hoc (avec bulletin-réponse) pour les actions et les manifestations.</p> <p>Prévoir sur les tracts un paragraphe pour le recrutement de membres.</p> <p>Mettre à disposition des prospectus au contrôle des habitants.</p>

Mesure	Description
	<p>Mettre régulièrement des petites annonces (pas seulement en période électorale) dans la presse locale/feuilles d'avis, etc.</p> <p>Toujours utiliser la même identité graphique /CI. On trouve sur le site du PS Suisse – www.pssuisse.ch -> télécharger -> corporate identity – des modèles pour les imprimés, des logos, des caractères d'imprimerie, etc.</p> <p>Les membres du Comité ont toujours sous la main des informations sur le PS.</p>
Réunions du PS	<p>Toujours informer la presse locale, la presse gratuite, etc. des activités de la section.</p> <p>Organiser des réunions ouvertes au public (avec apéritif, repas, etc.).</p> <p>Remettre régulièrement à jour le recrutement et la statistique des membres, informer sur l'évolution du nombre de membres.</p> <p>Organiser régulièrement une présence du PS dans un établissement public.</p> <p>Prendre des photos des activités de la section et les publier.</p>
Médias	<p>Entretenir de bonnes relations avec les médias.</p> <p>Contact réguliers (communiqués de presse, invitation aux événements, etc.).</p> <p>Envoyer des comptes-rendus sur les assemblées de section aux médias locaux.</p> <p>Présenter les membres exerçant des mandats politiques.</p> <p>Assurer une présence dans le journal local.</p>
Aborder les personnes intéressées et les membres	<p>Préparer un portrait de la section et un dossier d'information.</p> <p>Actions régulières et coordonnées par téléphone, lettre ou porte à porte.</p> <p>Chercher des adresses dans les annuaires téléphoniques, leur écrire.</p> <p>Les membres annoncent les nouveaux membres potentiels qui sont ensuite contactés de manière ciblée.</p> <p>Élaborer un argumentaire pour convaincre des avantages de l'adhésion au PS (p. ex. « Cinq bonnes raisons d'adhérer au PS »).</p> <p>Éditer son propre journal/une feuille d'information.</p> <p>Envoyer des vœux aux membres qui fêtent leur anniversaire ou leurs cinq ou dix ans d'appartenance au parti, etc.</p> <p>Une fois l'an, organiser une rencontre destinée aux nouveaux membres et sympathisant-e-s, les contacter directement par lettre et personnellement.</p>

Lettre type aux nouveaux arrivant-e-s dans la commune

Mme Josiane Müller
Rue de la Poste 22
3333 Villars-les-Collines

Bienvenue à Villars-les-Collines !

Chère Madame,

Vous habitez depuis peu notre commune. Nous espérons que vous vous êtes déjà un peu habitué à votre nouvel environnement. Beaucoup de choses changent suite à un déménagement : le trajet pour aller travailler, le cercle de connaissances, les possibilités d'achats. Nous espérons que vous vous sentirez bien chez nous.

Vous êtes aussi une nouvelle citoyenne de notre commune, et c'est à ce titre que nous vous souhaitons tout particulièrement la bienvenue. Comme vous le savez, notre démocratie vit de la participation et de l'implication des citoyennes et des citoyens. Vous avez certainement déjà entendu parler du PS : nous nous engageons pour une Suisse plus sociale, plus ouverte et plus écologique. Ici, à Villars-les-Collines, nous travaillons d'arrache-pied afin que notre commune devienne encore plus vivante et plus agréable à vivre.

La vie dans notre commune est notamment influencée par la politique et les partis politiques. Le PS de Villars-les-Collines débat des problèmes de la commune, prend position et mène des actions sur les thèmes actuels.

Mais nous ne sommes pas fermés à d'autres points de vue ou opinions. Toutes les personnes qui partagent nos valeurs fondamentales sont invitées à nous rejoindre. Elles ne doivent pas forcément partager nos opinions sur tous les sujets, au contraire : la démocratie et le progrès évoluent aussi grâce à la confrontation des idées.

Avons-nous éveillé votre curiosité, souhaitez-vous en savoir un peu plus ? N'hésitez pas à prendre contact avec nous, sans engagement aucun de votre part. Jeanne Dupont, membre de notre comité, (tél. 079 999 99 99, le soir de 18 à 20 heures) se tient à votre disposition. Nous vous invitons aussi volontiers à assister à une de nos prochaines réunions pour faire mieux connaissance. Vous trouverez en annexe une carte-réponse. Nous nous réjouissons d'avoir de vos nouvelles.

Avec nos plus cordiales salutations.

Parti socialiste de Villars-les-Collines

Jules Desplands, président

Jeanne Dupont, membre du Comité

Autres adresses de contact:

Marie Dubois, conseillère communale, affaires sociales, tél. 079 888 88 88
Jean Tousvents, membre de la commission scolaire, tél. 079 777 77 77

Carte postale réponse

Joindre ce bulletin à tous les imprimés, tracts électoraux, etc.

Recto : Adresse de la personne de contact de la section, afin de faciliter le renvoi du bulletin

Verso :

Merci de remplir ce bulletin et de l'envoyer à l'adresse suivante :



Parti socialiste de Villars-les-Collines
Case postale ..., 3333 Villars-les-Collines

Vous pouvez aussi nous envoyer un mail à l'adresse ...@ps...ch

- Je souhaite adhérer au PS et m'engager activement. Merci de me contacter.
- Je souhaite adhérer au PS, mais ne peux pas m'engager activement actuellement.
- Je souhaite devenir sympathisant-e.
- Je suis intéressé-e à recevoir davantage d'informations sur le PS.
- Le PS ne m'intéresse pas.

Ce que je voulais vous dire depuis longtemps :

.....
.....

Mon adresse :

Nom, prénom:

Rue

NPA/lieu

Tél.....

Courriel.....

Profession

Né-e le

Date

Signature.....

6.2 Information du PS cantonal ou Suisse pour les personnes intéressées

Les personnes intéressées par le parti qui s'annoncent auprès du PS Suisse ou du parti cantonal recevront une lettre de bienvenue accompagnée de documents. **Il est important que la section se mette ensuite immédiatement en contact avec elles** et les invite à ses réunions. Ces personnes seront tout de suite intégrées dans le système de gestion d'adresses et recevront le journal du parti « socialistes.ch ». Dès qu'elles sont annoncées auprès des sections, il faut leur envoyer les invitations aux assemblées de la section.

6.3 Discussions avec les sympathisant-e-s / les personnes intéressées

Seules les personnes qui ont été personnellement interpellées deviendront peut-être membres un jour. Recruter des membres, cela veut dire interpellier les gens et les convaincre d'adhérer au parti.

Nous en faisons tous l'expérience: chaque jour ou presque, nous recevons des informations et offres commerciales, caritatives, culturelles. Nous jetons presque tout. Pas étonnant donc que nos offres politiques, nos tracts, nos lettres ne rencontrent pas toujours l'attention souhaitée. **On peut encore moins attendre des gens qu'ils deviennent eux-mêmes actifs et s'annoncent chez nous.** Quand cela t'est-il arrivé à toi pour la dernière fois ? Justement...

Bref: nous devons aborder les gens, nous devons leur parler et les convaincre. Voici quelques conseils utiles pour ce genre de discussions, qu'elles aient lieu sous forme de rencontres ou de contacts téléphoniques. Il faut d'abord agender la conversation, c'est-à-dire demander par téléphone s'il y a un intérêt et quel serait le moment idéal.

Check-list pour les discussions avec les sympathisant-e-s / les personnes intéressées

Nom du sympathisant / de la sympathisante

Date/heure de la discussion.....

- L'appelant-e se présente et indique sa fonction au sein du PS
- L'appelant-e présente la section de locale, son histoire, ses membres
- Indiquer qui représente le PS au législatif municipal, qui est membre du Comité
- Répondre aux questions, indiquer qui pourrait répondre si on ne connaît pas soi-même la réponse
- Présenter les projets actuels et les campagnes du PS local
- Quelles sont les possibilités d'activités dans la section? (selon envies et possibilités)
- La démocratie communale vit de l'engagement des personnes intéressées !

- Vous manifestez de la sympathie pour le PS. Pouvez-vous vous imaginer participer activement à la vie du parti ?
- Quels sont vos souhaits, vos attentes?
- Présenter le bulletin d'informations de la section et son le site Internet ...
- Souhaitez-vous d'autres documents, p. ex. du parti cantonal ou du PS Suisse ?
- Pouvons-nous vous envoyer un bulletin d'adhésion, ou éventuellement une invitation pour les nouveaux membres?
- Souhaitez-vous rester ou non sur la liste des sympathisant-e-s?
- Convenir de la suite des opérations, fixer des délais.
- Mentionner les JS (pour les jeunes jusqu'à 25 ans) et les Femmes socialistes.
- Indiquer quelles sont les prochaines manifestations, rencontres de sympathisant-e-s, assemblées...
- Merci beaucoup pour cette discussion!

6.4 Accompagnement des nouveaux membres

Il ne suffit pas d'accueillir les nouveaux membres, il faut aussi absolument les accompagner. Beaucoup de personnes ne connaissent pas le fonctionnement d'un parti, ne savent pas ce qui les attend. Pour permettre une introduction optimale, il est recommandé de désigner un parrain ou une marraine. L'accompagnement peut durer plus ou moins longtemps, mais l'expérience montre qu'une durée de six à douze mois est la plus adéquate, selon la fréquence des activités de la section. Ce n'est probablement qu'après ce laps de temps que la personne se sentira intégrée dans la section. L'accompagnement devrait être particulièrement actif durant les deux premiers mois.

Il faut spécialement saluer les sympathisant-e-s et les nouveaux membres lors des assemblées, et organiser des réunions spéciales où il sera possible de faire connaissance avec des membres ou des représentant-e-s du Comité, p. ex. à l'occasion d'un apéro précédant ou suivant une assemblée.

Check-list pour le parrain/la marraine

Quand	Quoi	✓
Au moment de l'adhésion	Souhaiter la bienvenue par téléphone et inviter personnellement le nouveau membre à la prochaine assemblée, lui fournir des informations brèves sur la vie politique de la commune. Toujours contacter les gens s'ils ont des questions.	
Lors de la 1^{ère} assemblée du parti	Souhaiter la bienvenue au nouveau membre, le prier de se présenter brièvement, lui remettre un petit cadeau (p. ex. une rose), l'inviter à prendre un verre avec les autres après l'assemblée, répondre à ses questions s'il en a.	

Manifestation pour les nouveaux membres	Il est possible d'inviter une fois par année tous les nouveaux membres et d'autres personnes intéressées pour partager par exemple un repas avec le Comité et les membres socialistes de l'exécutif communal (l'idéal étant qu'il y ait plus de nouveaux membres que de membres actuels). Choisir des thèmes qui intéressent les nouveaux membres (pourquoi la personne s'est-elle intéressée à adhérer au PS ?).	
Rencontres conviviales	S'adresser une nouvelle fois personnellement au nouveau membre pour l'inviter, jusqu'à ce qu'une relation s'instaure.	
Assister au travail du Comité, etc.	Si le nouveau membre est intéressé, il peut assister aux réunions du Comité, aux séances du législatif communal, par l'entremise du parrain ou de la marraine.	

6.5 Mobilisation des membres non encore actifs

Le but essentiel d'une section est d'interpeller beaucoup plus de membres que ceux qui sont activement engagés dans la section. Pour cela, il faut commencer par bien connaître ses propres membres. **La question « Est-ce que je connais nos membres? » est une question décisive pour toutes les sections.** Une démarche téléphonique auprès des membres peut ainsi se révéler utile pour en apprendre un maximum sur leur emploi, leurs engagements dans les sociétés locales, leurs centres d'intérêt. Il sera ainsi plus facile par la suite d'aborder un membre pour lui proposer des actions concrètes.

Chaque personne ayant ses points forts et ses points faibles, il appartient à la section de mettre à profit les ressources disponibles. Pour assurer la relève, il est important que la section ne se contente pas de gérer les ressources des différents membres, mais s'emploie à accroître progressivement leurs compétences.

La section en tant qu'association constitue un excellent « terrain d'entraînement » pour les membres. Chacun peut s'y essayer à de nouvelles activités, et si cela ne réussit pas, c'est moins grave par exemple qu'un échec professionnel.

6.6 Préparer les futurs membres du Comité et les candidat-e-s

Préparer l'émergence de futurs candidat-e-s pour les fonctions politiques représente une tâche centrale des sections et en particulier des président-e-s. Ce sujet devrait figurer à l'ordre du jour du Comité au moins une fois par année. Le but est clair : il s'agit de se demander quels membres pourraient assumer quelles fonctions.

Pour de nombreux Comités de section, le fait de devoir toujours trouver des candidat-e-s aux élections constitue une pression permanente. **C'est la raison pour laquelle la « gestion des ressources humaines » doit être un processus durable et à long terme, qui ne doit pas se dérouler seulement tous les quatre ans à l'approche des élections.**

Développement des ressources humaines

Il est donc très utile de disposer d'un concept de développement « des ressources humaines » qui détermine ce que peut faire la section et ce que peuvent lui apporter ses membres :

Ce que peut offrir la section :

- Quels tâches/emplois/mandats la section doit-elle impérativement repourvoir ?
- Pourrait-il y avoir ces prochaines années une vacance que le PS pourrait revendiquer ?
- Telle personne pourrait-elle assumer des responsabilités a) dans la section, b) dans l'association régionale, c) dans le parti cantonal ?
- Y a-t-il des fonctions communales qui se prêtent particulièrement bien à une entrée en politique ?
- Peut-on demander à une personne de défendre une proposition du PS dans l'assemblée communale ?

Que peuvent apporter les membres ?

- Quelles compétences, savoir-faire et motivations nos membres nous amènent-ils ? (une section doit s'intéresser à tout ce que ses membres savent faire, ce qui va de la rédaction de prises de position à la confection d'un bon risotto) ;
- Quel est leur potentiel ? (perspectives de développement) ;
- Quelles qualifications pourraient-ils encore acquérir à leur propre profit ?
- Quels sont leurs intérêts ? (sujets de prédilection) ;
- Quels sont leurs objectifs (personnels) ?
- Que souhaitent-ils atteindre par leur engagement politique (à court et à long terme) ?
- Quelqu'un a-t-il fait part de son intérêt pour reprendre une fonction ?

Il s'agit ensuite d'élaborer ensemble un concept de développement et de le mettre en œuvre. Il est important de répertorier d'emblée les points de convergence et de planifier des « perspectives de développement individuel » avec les personnes concernées. Les compétences nouvelles et les savoirs nouveaux s'acquièrent de différentes manières. Voici les points les plus importants pour une section :

- « **into the job** » : par exemple accompagnement et introduction systématique des nouveaux membres par la personne chargée de s'occuper des membres et sympathisant-e-s.
- « **on the job** » : déléguer progressivement des responsabilités et des tâches. On peut augmenter peu à peu les tâches, mais il est aussi utile d'essayer plusieurs tâches différentes (rotations). On peut développer les compétences sociales par des discussions en équipe.

- « **near the job** » : p. ex. collaboration à des projets, nomination comme délégué-e dans des instances du parti, etc.
- « **off the job** » : participer à des cours. Par exemple, les personnes que l'on souhaite envoyer un jour dans les instances scolaires devraient disposer de connaissances de base du système de formation et des techniques de travail en commission. Le/la responsable du site Internet de la section pourra enrichir son savoir, ce qui pourra aussi lui être utile dans le cadre de son activité professionnelle. Les président-e-s de section pourront prendre des cours sur la conduite d'une réunion.

Les membres susceptibles d'assumer une fonction devraient être promus en conséquence. Ils pourraient ainsi d'abord **prendre des responsabilités au sein de la section, p. ex. au sein du Comité ou en dirigeant un groupe de travail ou un projet**. On pourra également les proposer pour le Comité du PS cantonal, ou bien ils collaboreront dans des groupes de travail spécialisés au niveau du canton. **Il faut les rendre attentifs aux possibilités de perfectionnement existantes.**

S'il est clair que certains membres pourraient prochainement reprendre des fonctions importantes, il est essentiel de prendre contact avec eux. C'est encore le moment de développer leur potentiel et de compenser d'éventuelles lacunes. Autre point important, ces personnes devront avoir l'occasion de s'exprimer publiquement auparavant, afin d'être mieux connues.

6.7 Check-list pour la gestion des adresses et des membres

Quoi	Comment	✓
Gestion des membres	Souhaiter la bienvenue aux nouveaux membres/sympathisant-e-s, leur faire parvenir des informations et les inviter aux assemblées.	
Annoncer les mutations	Annoncer rapidement les mutations des membres de la section et des sympathisant-e-s au parti cantonal, afin qu'ils puissent recevoir « socialistes.ch ».	

7 Formation politique

7.1 Son but et ses objectifs

Pour pouvoir bien informer les autres, il faut être soi-même bien informé. Et pour y parvenir, un travail constant en matière de formation est nécessaire à tous les échelons. Nos membres doivent connaître suffisamment bien les objectifs du Parti socialiste pour être capables de les communiquer en se sentant sûrs d'eux-mêmes et de leur argumentation face à des adversaires politiques.

Le ou la responsable de la formation de la section est tenu de se renseigner sur les offres de cours du parti cantonal et du parti suisse et de les faire connaître. Il ou elle se renseignera ou fera un sondage sur les besoins des membres en matière de formation. Les petites sections auront tout avantage à collaborer étroitement avec les responsables de la formation d'autres sections. Une offre complète de formation représente une « plus-value » très intéressante que le parti peut offrir à ses membres.

7.2 Contenus possibles de la formation politique

- Savoir s'exprimer en public (rhétorique)
- Informations ciblées sur des thèmes de votation
- Informations ciblées sur des points forts politiques (politique en matière de formation, de la santé, des finances, politique sociale, etc.)
- Histoire du PS, du mouvement ouvrier, histoire générale
- Notions de comptabilité
- Comment mener une action sur la voie publique (stand)
- Conduite de réunions
- Conduite et organisation d'une section

7.3 Intervenant-e-s possibles pour la formation politique

- Membres du PS spécialistes d'un domaine spécifique
- Spécialistes non-membres du parti

Le parti suisse et les partis cantonaux mettent des intervenant-e-s du parti à disposition, et tiennent une liste à jour, il suffit de s'annoncer.

8 Finances

Le caissier ou la caissière exercent une fonction importante pour la section. Il s'agit de maintenir l'équilibre des finances, de récolter les cotisations et d'organiser des activités permettant de financer la section.

La cotisation à la section comprend une contribution au PS Suisse et au PS cantonal (ainsi qu'éventuellement à la fédération de district), qui ont besoin de ces fonds pour leurs campagnes de votation et leurs campagnes électorales au niveau cantonal et national, c'est-à-dire pour pouvoir mener une politique socialiste efficace.

8.1 Check-list pour le/la caissier-ère

Tenir la comptabilité	Chaque section doit tenir une comptabilité, que ce soit un simple livre de caisse ou une double comptabilité informatique. La personne responsable s'assure que les finances soient équilibrées.
Liste des membres/paiement des cotisations au canton	La liste des membres doit toujours être à jour et harmonisée une fois par an avec celle du parti cantonal. C'est sur la base de cette liste que seront facturées les contributions de la section au parti cantonal et au parti suisse.
Cotisations des membres	Le/la caissier/ère envoie une facture aux membres au printemps pour qu'ils s'acquittent de leur cotisation (pour les sympathisant-e-s, la contribution est volontaire).
Récolte de fonds	Le/la caissier/ère déploie des activités pour obtenir des dons supplémentaires de la part des sympathisant-e-s et d'autres personnes intéressées. La meilleure solution est de demander des fonds à l'occasion d'un projet concret ou d'une votation.
Rappels/sommations	Une fois par an, le/la caissier-ère contrôle les entrées de cotisations. Il/elle envoie un rappel en cas de non paiement. Il est recommandé de ne pas se montrer trop insistant, car nous voulons en fin de compte garder nos membres autant que possible. Quant aux personnes qui connaissent des difficultés financières, elles peuvent être dispensées provisoirement du paiement des cotisations.
Contributions de péréquation/de solidarité	Ces contributions sont prélevées directement par le parti du district ou du canton sur la base des listes de membres actuelles des sections.
Contribution des élu-e-s	Le/la caissier/ère facture aux membres des autorités une cotisation représentant normalement 10-15% du revenu annuel net. Les membres d'une autorité sont tenus de s'acquitter de ces contributions. Nombre de sections comptabilisent ces recettes séparément et les mettent en réserve pour les prochaines échéances électorales.

<p>Contribution de la commune (financement des partis)</p>	<p>Dans les communes qui soutiennent financièrement les partis, le/la caissier/ère vérifie que ces contributions ont bel et bien été versées et les réclame au besoin.</p> <p>Si la commune ne connaît pas ce système, le/la caissier/ère et la présidence de la section entreprennent les démarches nécessaires afin que la commune se dote d'un système de financement des partis (voir le chapitre financement des partis par la commune).</p>
<p>Révision des comptes</p>	<p>Il faut convoquer les vérificateurs des comptes avant l'assemblée générale annuelle pour qu'ils puissent contrôler la tenue des comptes en opérant par sondages, afin que le/la caissier-ère puisse recevoir la décharge de l'exercice écoulé. Cela se fait dans un bref rapport présenté à l'assemblée, qui doit approuver les comptes.</p>
<p>Préparation de l'assemblée générale</p>	<p>L'assemblée générale annuelle approuve les comptes et le budget, préparés et présentés par le/la caissier-ère.</p>
<p>Planification financière/provisions</p>	<p>Il est recommandé d'établir une planification financière sur quatre ans. Durant cette période se tiendront des élections communales et cantonales. Or, comme les campagnes électorales sont les plus gros postes de dépenses des sections, il faut constituer des provisions pendant les années blanches pour éviter toute mauvaise surprise durant les années électorales.</p>

8.2 Exemple d'échelonnement des cotisations annuelles des membres

Nous recommandons aux sections de prélever des cotisations en fonction du revenu, avec différents niveaux de cotisation, pour couvrir les contributions dues au parti cantonal et au PS Suisse. La section peut assurer ses propres besoins financiers en demandant des cotisations plus élevées aux hauts revenus et en mettant à profit d'autres sources de financement.

Revenu imposable	Cotisation annuelle à la section
Aucun revenu	Au moins 80. –
Jusqu'à 20'000. – / an	Au moins 100. –
Jusqu'à 40'000. – / an	Au moins 150. –
Jusqu'à 60'000. – / an	Au moins 200. –
Jusqu'à 80'000. – / an	Au moins 250. –
Jusqu'à 100'000. – / an	Au moins 300. –
A partir de 100'000. – / an	3 pour mille du revenu imposable

8.3 Autres sources de financement pour les sections

Les autres sources de financement auxquelles peuvent recourir les sections sont les suivantes:

- Récoltes de fonds, p.ex. contributions de sympathisant-e-s
- Contributions de membres des conseils municipaux, de parlementaires municipaux, de membres de commissions, selon le montant des indemnités. Pour des mandats à temps partiels, on peut demander par exemple 10% des indemnités.
- Organiser des manifestations de soutien, des tombolas, etc.
- Contributions annuelles de la commune aux partis
- Annonces publicitaires dans le journal de la section

8.4 Récolte de fonds

La récolte de fonds, c'est-à-dire la publicité en vue d'obtenir des dons est un moyen supplémentaire permettant aux sections de générer des recettes. Cette forme de publicité

peut être adressée aux membres et sympathisant-e-s, mais aussi à des associations ou des organisations dont on peut supposer qu'elles pratiquent cette forme de dons. Il est important que la récolte de fonds se fasse dans un but bien déterminé, par exemple pour une campagne de votation communale, cantonale ou fédérale ou pour des élections.

Cette démarche ciblée permet de déterminer rapidement quels groupes ou quelles organisations pourraient être sollicités sur un thème particulier. La difficulté, c'est d'obtenir vraiment les bonnes adresses. Sur Internet, on trouvera généralement les adresses et les personnes de contact d'une foule d'organisations, même les plus petites. La lettre sollicitant un don sera en principe adressée au/à la président-e et on peut même prendre la précaution de lui téléphoner avant pour clarifier les choses, en indiquant quels sont les enjeux et pourquoi il est important de gagner telle ou telle votation ou élection.

Cette association acceptera peut-être de mettre à disposition les adresses de ses membres pour cet usage unique, ou de leur faire parvenir la lettre de récolte de fonds, ou encore de mettre le point à l'ordre du jour d'une séance du comité. S'agissant de lettres de récolte de fonds adressées aux membres du parti, il est essentiel de bien coordonner leur lancement avec les envois de masse du parti suisse et du parti cantonal, pour éviter que plusieurs appels de dons du Parti socialiste n'arrivent en même temps dans les boîtes aux lettres.

8.5 Financement des partis par la commune

Beaucoup de communes soutiennent les partis locaux par une contribution annuelle régulière, parfois plus élevée en année électorale. Ce soutien est une source de financement importante pour les sections.

L'autonomie communale permet aux communes de décider elles-mêmes de leur système de soutien aux partis par des fonds publics. Elles peuvent par exemple prévoir :

- un montant annuel
- un montant pour les envois de propagande électorale ou pour l'année électorale
- la mise à disposition gratuite de salles, de stands, de panneaux d'affichage
- un temps d'émission sur la télévision locale ou des contributions pour des spots TV

Comment obtenir un soutien financier?

Si votre commune ne connaît pas encore un tel système, il est recommandé de proposer de l'introduire aussi vite que possible. Comment la section devrait-elle alors procéder ?

1. Discussions avec les autres partis locaux

Inviter les président-e-s des autres partis locaux pour discuter et décider d'une proposition commune au Conseil communal pour le financement des partis, ou une intervention interpartis au législatif communal.

2. Formuler une proposition commune

La proposition sera signée et déposée par tous les président-e-s des partis communaux.

Il est important que cette proposition soit discutée et si possible soutenue par tous les partis.

3. Possibilités de mise en œuvre par la commune

Un modèle possible est la répartition d'un montant global en deux parties : d'une part, un montant forfaitaire par parti, et d'autre part un montant établi en fonction du nombre de suffrages de listes recueillis par le parti lors des dernières élections communales. Toutefois, il est plus simple de verser un montant fixe à chaque parti disposant d'au moins un siège au Conseil communal.

a) Inscription du financement des partis dans le règlement communal

Formulation possible: la commune attribue chaque année aux partis une contribution de soutien d'un montant fixe. Ce montant est approuvé avec le budget. Le Conseil communal règle sa répartition.

Exemple de règlement communal:

Art. X Financement des partis: la commune verse chaque année un montant fixe à chaque parti représenté au Conseil communal ou dans les commissions permanentes.

Désavantage de ce mode de faire: il faut changer le règlement communal, ce qui peut prendre beaucoup de temps.

b) Décision par l'organe compétent (Conseil communal, législatif communal)

Le Conseil communal demande au législatif de décider d'introduire un financement des partis sous forme d'une charge annuelle récurrente.

Avantage de ce mode de faire: le financement des partis est une décision de principe. Il est donc juste que le Conseil communal ne décide pas dans le cadre de ses compétences financières, mais que le législatif puisse se prononcer (dans le cas contraire, on pourrait avoir l'impression que les partis représentés à l'exécutif se font mutuellement des cadeaux).

4. Information du public

Eviter d'argumenter avec les coûts des élections et des votations, mais mettre au premier plan le travail accompli par les partis et par leurs membres en faveur de la commune (dans les commissions, etc.). L'argument central est toujours le rôle des partis dans la formation de l'opinion et de la volonté populaire ainsi que la nécessité de promouvoir et préparer les candidatures pour les instances communales. On peut aussi indiquer que, sans les partis, la démocratie communale ne pourrait pas vraiment fonctionner. En fin de compte, beaucoup d'autres associations (de musique, de sport, de culture) reçoivent elles aussi des soutiens dans de nombreuses communes.

9 Campagnes électorales

Check-list campagne électorale

Quand	Quoi	Responsable	√
Date de l'élection - 12 mois (voir 9.1)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Clarifier la date ➤ Quand faut-il annoncer les candidatures (déposer les listes)? ➤ Chercher des personnes intéressées à faire partie de l'équipe de campagne ➤ Mettre en place l'équipe de campagne, définir son mandat 	Comité assemblée des membres	
Date de l'élection - 10 mois (voir 9.2)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ L'équipe se procure une vue d'ensemble des autorités à élire (démissions, élu-e-s se représentant pour un nouveau mandat) ➤ Préparer le profil d'exigences/la mise au concours ➤ Informer les membres de la section sur les élections et leur demander d'annoncer à temps leur intérêt pour une candidature ➤ Rechercher activement des candidat-e-s, discuter avec les intéressé-e-s et expliquer le profil d'exigences ➤ Mener de premières discussions avec les nouveaux/elles candidat-e-s potentiel-le-s ➤ Préparer l'assemblée de nomination : qu'attend-on des postulant-e-s ? Comment doivent-ils se présenter ? Comment se déroule la procédure de nomination ? 	équipe de campagne équipe de campagne équipe de campagne équipe de campagne	
Date de l'élection - 8 mois (voir 9.3.)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Concept de campagne, définir le thème politique principal, élaborer des objectifs électoraux et les faire approuver par l'assemblée des membres ➤ Préparer le budget de campagne et le faire approuver ➤ Clarifier la question des apparentements 	équipe de campagne assemblée des membres	
Date de l'élection - 7 mois (voir 9.4)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Clarifier la question de l'envoi du matériel électoral par la commune: quand et où faut-il le livrer, tirage, format, poids? ➤ Dresser une liste des médias et de journalistes avec adresse, téléphone, mail ➤ Désigner un porte-parole de la section ou de l'équipe de campagne et communiquer son nom aux médias. Qui enverra les communiqués de presse par fax et mail ? ➤ Décider de la question du site Internet 		

<p>Date de l'élection</p> <p>- 6 mois</p> <p>(voir 9.5)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nomination des candidats-e-s pour le Conseil municipal/les commissions ➤ Communiquer à la presse la liste des candidat-e-s avec adresses et téléphones ➤ Organiser de bonnes photos des candidat-e-s (photographe professionnel-le), les mettre à disposition des médias ➤ Informer les candidat-e-s sur le concept de campagne, les contenus, objectifs, échéances, etc. Evaluer les besoins des candidat-e-s en matière de formation. 	<p>Assemblée de la section</p>	
<p>Date de l'élection</p> <p>- 4 mois</p> <p>(voir 9.6)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Définir le message de la campagne (1 message) ➤ Déterminer quel matériel doit être produit (tracts, etc.) ➤ Demander des offres à des graphistes, faire un choix entre les offres ➤ Mettre en œuvre le concept graphique, inspiré par les modèles fournis par le PS Suisse ➤ Produire les affiches, les tracts et les autres produits ➤ Clarifier si la commune met à disposition des panneaux d'affichage. Si oui, combien et à quel format ? ➤ Contacter la SGA et les journaux pour des affiches et des annonces 	<p>équipe de campagne</p>	
<p>Date de l'élection</p> <p>- 2 mois</p> <p>(voir 9.7)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Phase la plus intense de la campagne ➤ Annonces (les feuilles d'annonces officielles ou journaux communaux sont très lus !) ➤ Eventuellement affiches ➤ Actions diverses 	<p>candidat-e-s</p> <p>membres de la section</p>	
<p>Semaine précédant l'élection</p> <p>(voir 9.8)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mobilisation finale des membres par courriel, lettre ➤ Actions de dernière minute ➤ Rappeler à la population, par des actions ou des tracts, que les élections ont lieu le week-end suivant et que la participation de toutes et tous est importante 	<p>candidat-e-s</p> <p>membres de la section</p>	
<p>Après l'élection (voir 9.9)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Evaluation de la campagne ! <p>Les objectifs ont-ils été atteints ? Avons-nous choisi le bon thème ?</p> <p>Quelles actions ont-elles bien réussi, quelles autres pas?</p> <p>Quelles réactions avons-nous reçu de la population?</p>	<p>équipe de campagne</p>	

9.1 Constitution d'une équipe de campagne

Le Comité se tient au courant des prochaines échéances électorales et des délais pour le dépôt des candidatures.

Le premier pas vers une bonne campagne électorale est la constitution d'une équipe de campagne. On désignera les membres de cette équipe lors d'une assemblée du parti (environ 12 mois avant l'échéance électorale). La dimension idéale de ce groupe est de 3 à 5 personnes (sans compter les candidat-e-s), qui doivent avoir assez de temps pour la campagne. Concevoir une campagne électorale, c'est un véritable projet. Le responsable du projet est le/la président-e de l'équipe de campagne, le mandataire étant la section ou éventuellement le Comité. Les tâches doivent être clairement définies au sein de l'équipe de campagne. Il s'agit pour l'essentiel des tâches décrites ci-dessous.

9.2 Profil d'exigences/Mise au concours/Recherche de candidat-e-s

L'équipe de campagne établit des profils adéquats pour l'ensemble des fonctions à repourvoir. Pour les membres socialistes des instances politiques, ce profil devrait comprendre les éléments suivants :

- Personnalité (compétences sociales) ; ouverture aux préoccupations et aux réalités des gens, faculté de faire face aux conflits, capacité de communication : aisance dans les discussions personnelles, lors de discours, avec les médias, curiosité pour apprendre et réaliser de nouvelles choses, charisme, intégrité;
- Connaissances spécifiques et culture générale (compétences spéciales) : bonne culture générale et intérêt pour les thèmes sociaux et politiques, connaissances des idées fondamentales et des concepts socialistes ;
- Capacité d'agir : faculté de concrétiser des connaissances spécifiques et des principes théoriques pour rechercher des solutions ; être capable de mener des négociations et des réunions, élocution aisée et bonne expression écrite ;
- Être disponible à côté de ses obligations familiales et professionnelles, être persévérant et résister à la pression ;
- Être connu dans le parti et dans l'opinion publique, avoir une bonne image, un profil adéquat ;
- Être capable de communiquer ;
- Expériences de mandats, expérience professionnelle et dans le parti, évaluation de l'exercice de ces mandats.

L'équipe de campagne prend d'abord contact avec les détenteurs actuels de mandats pour leur demander s'ils veulent se représenter ou non. Puis elle envoie une circulaire à tous les membres de la section pour leur indiquer les postes vacants et pour lesquels ils/elles pourront annoncer leur intérêt jusqu'à une certaine date. Cette manière de procéder est

importante pour que personne ne se sente court-circuité dans la section et n'ait le sentiment que les postes se négocient en sous-main.

La difficulté réside plutôt dans le fait que, le plus souvent, personne ne s'annonce. Il appartient alors à l'équipe de campagne de se mettre en quête de candidat-e-s approprié-e-s, de les contacter, discuter avec eux/elles, les motiver. Ce faisant, il serait faux de passer sous silence la charge de travail et le temps qu'il faudra consacrer à cette fonction. En revanche, il n'est pas interdit de montrer les bons côtés de l'exercice d'une charge publique, comme la possibilité de réaliser des projets, le développement personnel et professionnel qui peut en résulter, la familiarité que l'on acquiert avec les mécanismes politiques et l'acquisition de nouvelles connaissances, etc.

9.3 Elaborer un concept de campagne

La prochaine phase consiste en l'élaboration d'un concept de campagne par l'équipe de campagne.

Ce concept devra comprendre les éléments suivants:

- Analyse de la situation initiale
- Organisation de la campagne (qui se charge de quoi)
- Objectifs électoraux (aussi concrets et mesurables que possible!)
- Programme politique, points forts, propositions
- Mesures prévues pour atteindre les objectifs
- Planification des échéances et des grandes étapes de la campagne
- Budget

Le concept de campagne sera approuvé par le comité ou l'assemblée de la section. Les objectifs et les points forts politiques, en particulier, devraient être discutés et décidés par l'assemblée. En outre, nous recommandons de publier le chapitre correspondant du concept de campagne au moins dans le bulletin d'information de la section, au mieux dans les médias locaux.

La campagne électorale – sur quel thème ?

Dans les communes, on se demande toujours sur quel thème le PS devrait miser pour sa campagne. Voici quelques conseils pour trouver un thème approprié. Il est très important de se concentrer sur un nombre limité de thèmes. Le thème principal doit être concret, actuel et intéressant un maximum de gens dans la commune.

En effet, la population votera pour le parti à qui elle fait le plus confiance pour résoudre les problèmes dans le sens qu'elle souhaite. Il s'agit donc de présenter aux électrices et aux électeurs des solutions à leurs problèmes les plus urgents.

Sur quel thème mener campagne dans une commune?

Quoi	Comment
Concentration sur 1 thème	<p>1 Projet dans la commune</p> <p>Proche des préoccupations des habitant-e-s de la commune.</p> <p>POUR QUOI s'engage le PS ? Nous avons des solutions au problème.</p>
Nouveauté	<p>Quels sont les thèmes les plus actuels?</p> <p>Pouvons-nous faire une proposition sur ces thèmes?</p> <p>Cette proposition est-elle concrète? Peut-elle être mise en œuvre dans la commune?</p>
Personnes touchées	<p>Est-ce que ce thème préoccupe une majorité de gens?</p> <p>Est-ce que beaucoup de personnes se sentent touchées?</p> <p>Est-ce un sujet émotionnel? Qui suscite les passions ?</p>
Originalité	<p>Est-ce que ce thème nous permet de nous distinguer des autres partis ?</p> <p>Y a-t-il des adversaires? Si oui, cela crée de la tension et des débats.</p>

A quoi faut-il absolument réfléchir pour planifier la campagne?

Quoi	Comment	✓
Groupes cibles	<p>Qui voulons-nous interpeller dans le village?</p> <p>Qui sont nos électrices et électeurs potentiels-les?</p> <p>Comment et où pouvons-nous les atteindre?</p>	
Instruments	<p>De quel matériel avons-nous besoin pour toucher notre groupe cible?</p> <p>Comment attirer l'attention?</p> <p>Finances ? Récolte de fonds?</p>	
Timing	<p>Quelles actions réaliser à quel moment ?</p> <p>Important: comment faire en sorte que les électrices et les électeurs aient plusieurs contacts avec le PS? C'est décisif, car beaucoup d'entre eux/elles ne se souviendront des buts du parti que s'ils en ont plusieurs fois entendu parler.</p>	

Il faut également clarifier la question des apparentements de listes durant cette période.

9.4 Clarifier les bases organisationnelles

Vérifier comment se passe l'envoi du matériel par la commune: quand et où faut-il livrer le matériel, tirage, format, poids ?

Etablir une liste d'adresses, de numéros de téléphone, de fax, de courriels pour les médias et des journalistes.

Désigner un porte-parole de la section ou de l'équipe de campagne et transmettre son nom aux médias. Déterminer qui enverra les communiqués de presse par fax et par courriel.

Préciser ce qui se fait sur Internet.

9.5 Nomination des candidat-e-s

Pour obtenir un succès électoral, il est essentiel de présenter une liste complète avec un maximum de personnes connues dans la commune. C'est l'assemblée de la section qui, en général, nomme les candidat-e-s. Suivant les cas, l'équipe de campagne peut procéder à une présélection et présenter un choix de candidat-e-s à l'assemblée, sur la base d'un catalogue de critères objectifs et après analyse approfondie des chances de chacun-e. S'il n'est pas possible de procéder ainsi, mieux vaut renoncer à une présélection.

Des audits devraient avoir lieu dans le cadre de l'assemblée afin de permettre aux candidat-e-s de se présenter et d'expliquer leur motivation. Les arguments de l'équipe de campagne devraient aussi être pris en compte dans la décision de l'assemblée. Cette façon de procéder est à recommander même si une seule personne se présente, car il s'agit alors de décider si on veut vraiment nommer cette personne ou si on préfère ne pas présenter de candidature.

Il est évident qu'il faut informer les médias des nominations effectuées. L'idéal est d'avoir de bonnes photos des candidat-e-s en réserve pour pouvoir les remettre aux médias à ce moment-là.

Après la nomination, les candidat-e-s doivent être soutenu-e-s par l'équipe de campagne aussi bien pour ce qui concerne leurs connaissances des dossiers que leurs apparitions publiques. Ils bénéficieront au besoin d'une formation appropriée.

9.6 Planifier et produire le matériel de campagne

Une fois le concept approuvé, l'équipe de campagne prépare la campagne dans tous les détails. Avant de donner un mandat pour concevoir le matériel de propagande, l'équipe devrait savoir exactement quelle image le matériel devrait transmettre. Une image de combativité ou de réserve ? Moderne ou classique ? A qui s'adresse le message ? Comment le formuler pour qu'il soit bien perçu ? C'est seulement lorsque ces questions auront été résolues que commencera la mise en forme et la rédaction des messages. La formation des candidat-e-s devrait se dérouler en parallèle durant cette phase.

Les annonces auront le plus d'effet si elles sont placées dans les médias locaux où elles seront effectivement vues par le public visé. Souvent, les gens gardent ces journaux longtemps.

9.7 Mettre en œuvre la campagne

Il reste deux mois avant l'élection. Tout devrait maintenant être prêt. Placer des annonces, distribuer des tracts, organiser des manifestations. Ne pas oublier de toujours inviter les médias lorsque des actions sont organisées, de publier une brève annonce dans le journal local et d'envoyer un compte-rendu après la manifestation. Mobiliser les indécis pour les inciter à aller voter. Observer les adversaires, réagir si nécessaire. Analyser l'évolution de l'environnement politique et réagir au besoin si de nouveaux thèmes apparaissent.

Il faut aussi se demander dans cette phase s'il pourrait y avoir un deuxième tour. Si oui, prendre les dispositions nécessaires et faire les premiers préparatifs afin que la campagne puisse continuer sans interruption dès le soir du premier tour. Pour le deuxième tour, il est essentiel de mobiliser encore une fois de manière optimale les électrices et les électeurs.

9.8 Mobilisation finale

Une semaine avant l'élection, il faut absolument mettre sur pied une mobilisation finale pour la dernière phase, très intense, de la campagne. Contrairement à ce qui se passe lors des votations, beaucoup de personnes se décident en effet à participer à une élection peu de temps avant l'échéance. Envoyer des courriels à tous les membres de la section et aux sympathisant-e-s pour insister encore une fois sur l'importance d'aller voter. Encourager les pendulaires à aller voter en organisant une action de distribution de matériel à la gare.

9.9 Une fois l'échéance passée, la prochaine échéance se rapproche

Si quelqu'un n'a pas été élu-e, on ne manquera pas de l'accompagner personnellement après la fin de la campagne. Cela vaut d'ailleurs aussi pour les nouveaux élu-e-s, qui ont besoin d'appui tout de suite.

Une fois les élections passées, on procédera à l'analyse de la campagne. Qu'est-ce qui a bien marché, y a-t-il eu des erreurs, quelles ont été les forces et faiblesses ? Tout cela doit être consigné par écrit. L'évaluation des résultats des élections doit également se faire par écrit. Si un certain type de matériel ou de manifestation a eu un grand succès, on le notera dans la perspective des prochaines campagnes. A l'inverse, on fera en sorte de ne pas répéter les actions qui se sont révélés des flops. Bref, il s'agit d'analyser la campagne et de conserver les documents et évaluations effectuées pour pouvoir en tirer des enseignements constructifs pour les prochaines campagnes.

Afin de disposer de candidatures de qualité pour les prochaines élections, il est important de promouvoir et d'encourager sans relâche les candidat-e-s potentiel-le-s durant les périodes hors-élections.

On peut par exemple leur donner l'occasion de tenir un discours sur un thème particulier ou de mener les débats lors d'une assemblée de section (ce ne doit pas toujours être le/la président-e qui dirige l'assemblée). Il est alors important de donner un commentaire honnête et critique sur la prestation du/de la candidat-e potentiel-le.

10 Communication

De même que le parti dans son ensemble, une section particulière se doit elle aussi de « vendre » ses positions politiques, ses objectifs, ses convictions et ses personnalités. Les indications qui suivent doivent permettre de mieux choisir les instruments de publicité et d'information appropriés, ainsi que planifier et réaliser au mieux les relations publiques.

Il est essentiel que les sections puissent échanger leurs idées et leurs expériences à ce sujet. Le secrétariat du parti cantonal et celui du parti suisse jouent ce rôle d'interface pour l'échange d'informations : n'hésitez pas à leur annoncer les actions prévues et les expériences vécues, pour que d'autres sections puissent en profiter aussi. Le forum des sections qui se trouve depuis peu sur l'Extranet du PS Suisse est la plateforme idéale pour déposer vos idées et vos expériences, tout en vous permettant de bénéficier des tuyaux et des trucs des autres sections (voir l'adresse au chap. 12).

La manière dont le parti se présente vis-à-vis de l'extérieur est très importante pour succès et son image. Dans une société aussi mobile que la nôtre, le public cible perçoit les socialistes comme une seule entité, peu importe que telle publicité émane du parti suisse, d'un parti cantonal ou d'une section. L'effet de la publicité sera accru si le parti apparaît toujours avec le même graphisme. Les partis cantonaux mettent à disposition des modèles pour le matériel publicitaire, les sites Internet, etc. Le parti suisse vous propose aussi disposition des modèles, qu'il vous fera volontiers parvenir sur demande. (Lien : voir chap. 12).

10.1 Travail auprès des médias

Le travail auprès des médias devient de plus en plus important. Cela ne vaut pas seulement pour le parti cantonal, mais aussi pour les sections. Dans la plupart des communes, il est possible de publier des comptes-rendus sur les activités de la section locale dans la feuille officielle, afin de bien marquer la présence du parti.

Check-list pour le travail auprès des médias

Quoi	Comment	✓
Forme	Quelle forme de travail auprès des médias est-elle appropriée pour un événement ou une manifestation particulière ?	
Thème d'intérêt général	Est-ce que le thème choisi est d'intérêt général ou est-ce plutôt un thème pratique, avec un caractère de service ?	
Originalité News	Qu'y a-t-il d'original ou de nouveau dans mon communiqué? Que faut-il mettre en exergue?	
Pour les conférences de presse : lieu	Ne pas choisir toujours le même lieu, mais sélectionner un lieu en fonction du thème (= endroit „photogénique“). Rendre l'arrière-plan attractif.	

Titre	Quel titre peut-il susciter l'intérêt? Le titre doit être court, et contenir la proposition essentielle.	
« Chapeau »/introduction	« Chapeau » court (2-3 phrases). Le « chapeau » (amorce) doit répondre aux questions suivantes: qui, quoi, quand, où, voire : comment et pourquoi?	
Texte	Le communiqué ne doit pas dépasser 1 page A4. Placer si possible 1 ou 2 sous-titres. L'information doit être claire, factuelle et formulée de manière concise. Pas trop de mots étrangers. Un peu d'humour sera en revanche sympathique.	
Image	Lors d'actions, toujours veiller à pouvoir envoyer en même temps une photo intéressante (résolution d'au moins 300 dpi).	
Indiquer une personne de contact	Indiquer une adresse de contact est essentiel pour le travail auprès des médias. Les médias pourront y recourir pour des renseignements supplémentaires, des citations.	
Adresses médias	Est-ce que je connais des journalistes auxquels je pourrais m'adresser personnellement ? Quel est le public cible de mon communiqué (tout le monde ou seulement une profession déterminée) ? Dans quel rayon (groupe cible géographique) mon communiqué doit-il être diffusé ? Il faut aussi envoyer le communiqué aux membres, afin qu'ils prennent connaissance de nos actions et puissent transférer l'information à d'autres intéressé-e-s.	
Moment	Les médias locaux bouclent parfois très tôt. On doit connaître ces délais de rédaction. Pour les quotidiens aussi, il faut envoyer les communiqués dans l'idéal le matin, mais en aucun cas plusieurs jours après l'événement.	
Préannonces aussi à la radio ou à la télévision locale	Il serait faux de sous-estimer l'effet de l'annonce d'actions du PS à la radio, car cela permet d'atteindre beaucoup de gens. La rédaction doit être informée quelques jours avant. Nous pouvons lui proposer de faire un bref compte-rendu avec des interviews de personnes concernées, de passant-e-s, etc.	

Voici quatre manières possibles de préparer médiatiquement un thème/une manifestation :

1. Annonce de la manifestation (texte bref, publié souvent sans frais)
2. Communiqué de presse (max. 1 page)

3. Conférence de presse (seulement pour des événements d'une certaine importance – candidature pour la mairie p. ex., ou s'il y a quelque chose de nouveau, d'étonnant – comme le lancement d'une récolte de signatures). Pré-annonce une semaine auparavant, préparer le dossier de presse, mettre à disposition des boissons.
4. Discussion avec la presse (invitation à des journalistes, contacts personnels)

10.2 Interview

Check-list pour les interviews

Quoi	Comment	✓
Préparation	Préparer brièvement l'interview avec le/la journaliste: - dans quelle rubrique/contexte l'interview sera-t-elle publiée/diffusée ? - Qu'est-ce qui intéresse spécialement le/la journaliste ?	
Mon message	Quel est le message principal que je veux faire passer? Le placer si possible plusieurs fois dans le courant de la discussion.	
Pendant l'interview	- Parler simplement et clairement. - Dire d'abord ce qui est le plus intéressant. - Etre soi-même!	
1. Point de vue	D'abord énoncer clairement son point de vue: le PS veut que...	
2. Arguments	Mentionner brièvement les trois principaux arguments dans ce sens.	
3. Conclusion	A la fin, répéter son point de vue et souligner l'urgence d'agir.	
Relecture	Lors d'interviews avec les journaux, on peut demander de relire ses propres citations, non pas dans l'idée de les remanier complètement, mais pour exiger la correction d'éventuelles erreurs, ce qui doit être possible.	

10.3 Courrier des lecteurs

La page du courrier des lecteurs-trices est lue avec assiduité. Les lettres de lecteurs-trices permettent donc de répandre des opinions facilement et sans frais. Chaque membre du parti peut apporter sa contribution. Les lettres de lecteurs-trices peuvent aussi influencer l'opinion : en effet, si de nombreuses lettres paraissent sur le même sujet, cela donnera l'impression que ce sujet préoccupe beaucoup de monde. De plus, si les lettres affichent souvent la même opinion, on aura tendance à penser que cette opinion est largement répandue.

Il y a de bonnes chances qu'une lettre de lecteur-trice soit publiée, surtout dans les journaux locaux. Les journaux aiment bien avoir un abondant courrier des lecteurs-trices. Normalement, la lettre se référera à un sujet actuel traité dans la partie rédactionnelle du journal.

Il est conseillé de constituer une équipe de courrier des lecteurs-trices. Ces personnes se tiendront à disposition pour réagir en leur nom, suivant les thèmes d'actualité, en envoyant une lettre de lecteur-trice. Les secrétariats cantonaux et le PS Suisse tiennent à votre disposition des modules de lettres pour la plupart des votations ou des élections.

Conseils pour les lettres de lecteurs-trices

Quoi	Comment	✓
Des lettres brèves	Les plus courtes sont les meilleures : une demi-page suffit, sinon la lettre risque d'être raccourcie ou de ne pas être publiée du tout.	
Un langage simple	Utiliser un langage simple et compréhensible: le mieux est d'écrire avec les mots du langage quotidien. Une idée par phrase, pas de remplissages inutiles.	
Faire allusion à l'article auquel on réagit	Si un article a été publié sur le thème en question, y faire allusion (Concerne :...). Compléter la position de l'article par la solution du PS.	
Un argument central	Se limiter à un argument central : ne pas mentionner tous les problèmes liés à la question abordée, mais se concentrer sur un seul aspect. Préciser déjà dans la première phrase de quoi il s'agit et présenter la revendication du PS.	
Personnaliser	S'exprimer sur un mode personnel, en choisissant le „je“. Pour les lecteurs, il est plus intéressant de lire un récit personnel.	
Conclusion	A la fin, afficher encore une fois clairement la couleur: redire pourquoi notre position est la meilleure et mérite d'être soutenue.	
Médias locaux	Ecrire surtout aux médias locaux: c'est là que les chances de publication sont les meilleures.	
Donner son adresse complète	Ne pas oublier d'indiquer son adresse complète et éventuellement un numéro de téléphone, sans quoi la lettre sera écartée par la rédaction.	
Pas d'envois électroniques de masse	On peut envoyer les lettres de lecteurs par mail ou par poste. Cependant, il ne faut pas envoyer de mails groupés, mais faire parvenir séparément la lettre aux différents médias.	
Modèles	Pour la plupart des votations, le PS Suisse et les partis cantonaux proposent des modèles de lettres de lecteurs/trices avec les principaux arguments.	

10.4 Annonces

Suivant la situation dans la presse locale et régionale, les annonces feront de l'effet, et même beaucoup d'effet si elles sont bien placées. En revanche, une petite annonce mal placée peut passer complètement inaperçue. La publication d'annonces étant une opération coûteuse, il vaut la peine, dans tous les cas, de faire très attention à l'emplacement, la dimension et l'apparence de l'annonce.

Les annonces coûtent cher. L'expérience montre qu'une annonce qui ne paraît qu'une seule fois offre un mauvais rapport coût/efficacité. Pour obtenir un réel effet, il faudra avoir suffisamment d'argent à disposition pour pouvoir publier une série d'annonces ou alors une annonce de grande dimension.

Les lettres de lecteurs marchent finalement mieux que les annonces (voir le chapitre précédent), de même que les articles rédactionnels. C'est pourquoi les sections qui ne disposent que d'un budget restreint auront avantage à mettre l'accent sur la qualité de leurs relations avec les journalistes et sur une bonne équipe de rédaction de courriers de lecteurs-trices. Si une section se décide tout de même à publier des annonces, celles-ci doivent absolument être conçues par un-e professionnel-le.

Conseils pour les annonces

Quoi	Comment
Emplacement	Il est recommandé de placer les annonces autant que possible dans la partie rédactionnelle. C'est un peu plus cher, mais les annonces attireront davantage l'attention.
Répétition	L'idéal est de pouvoir publier plusieurs fois une annonce.
Présentation	Le message doit être réduit au strict minimum. On verra mieux une annonce avec beaucoup de blanc ou des surfaces unies, tandis qu'un excès de texte est rébarbatif. Des modèles d'annonces sont à disposition auprès des secrétariats pour les campagnes cantonales ou communales.
« Accrocher » le regard	Une annonce doit tout de suite « accrocher » le regard. Le message doit passer tout de suite dans le titre ou le slogan. L'effet de l'annonce dépend de la puissance de l'accroche – image ou titre.
Provoquer	Si l'annonce est provocante, elle sera reprise par les médias sans qu'on doive en faire plus. Il suffit de publier un communiqué de presse qui annonce le début de la campagne d'annonces, en y joignant l'annonce elle-même.

Choix des journaux	Dans les régions qui comptent plusieurs journaux, il vaut la peine de bien réfléchir où (quotidiens, journaux régionaux, journaux locaux) l'on veut placer une annonce. Il faut être bien au clair sur le public cible. L'avantage des feuilles d'annonces locales est qu'elles sont très lues et conservées pendant un certain temps.
Modèles	Les secrétariats des partis cantonaux proposent souvent des modèles pour des campagnes et des annonces.

10.5 Tracts

Le tract convient bien pour une réaction immédiate, car sa confection est rapide et se fait au besoin sans grands efforts techniques ou graphiques. C'est un instrument bon marché aux utilisations multiples (distribution tous-ménages, sur un stand, dépôt ou affichage dans les lieux publics, etc.). Pour autant que sa distribution soit bien organisée, le tract permet d'atteindre facilement et à bon prix un cercle relativement élevé de personnes. Son efficacité sera maximale s'il est distribué dans toutes les boîtes aux lettres. Il est permis de distribuer de la propagande politique dans toutes les boîtes, même dans celles munies d'un autocollant « publicité, non merci ! ».

La place relativement limitée dont on dispose sur un tract peut en revanche présenter un inconvénient. S'il faut placer plusieurs éléments (titre, texte, image, expéditeur, etc.), la surface à disposition se réduit comme une peau de chagrin. Mais ce n'est pas seulement un désavantage, car mieux vaut des titres et des textes courts et frappants que des explications sans fin.

Conseils pour les tracts

Titre	<ul style="list-style-type: none"> • La meilleure entrée en matière est un titre court, même provocant, qui attire l'œil et incite à lire le reste. Commencer avec une question. • Utiliser des caractères gras et des majuscules.
Texte	<ul style="list-style-type: none"> • Un tract doit pouvoir être parcouru en quelques secondes, qui doivent suffire à saisir l'essentiel. Le texte sera donc aussi bref que possible. • Utiliser des caractères bien lisibles, pas trop petits (raccourcir plutôt le texte). • Garder une image d'ensemble harmonieuse et unifiée, c'est-à-dire éviter les mises en exergue trop nombreuses et prendre au maximum 2 types et 2 tailles de caractères.

Mise en page/couleur	<ul style="list-style-type: none"> • Le PS Suisse et les partis cantonaux proposent des modèles de mise en forme. • Utiliser les couleurs du PS Suisse (rouge, noir, blanc), éviter les autres couleurs. • Faire attention à bien séparer visuellement les éléments du texte (titre, texte, image, expéditeur, etc.). Il doit rester des espaces vides sur la feuille.
Logo/expéditeur	<ul style="list-style-type: none"> • Une présentation unifiée est essentielle. C'est pourquoi il faut utiliser les caractères et les symboles des modèles officiels du parti. • Le logo du PS ne devrait pas être trop petit : on doit pouvoir le reconnaître au premier regard. • Ajouter systématiquement la ligne suivante : Adhérer au PS – adresse de la section, si possible avec une adresse électronique et un numéro de téléphone.
Photos/images	<ul style="list-style-type: none"> • Une grande image vaut mieux que plusieurs petites images différentes. Faire attention à la qualité de l'image.
Production	<ul style="list-style-type: none"> • Vérifier quel processus d'impression est le meilleur marché pour le nombre d'exemplaires dont on a besoin.
Distribution	<ul style="list-style-type: none"> • Le tract doit-il être distribué à tous les ménages ? Pouvons-nous organiser nous-mêmes la distribution ou devons-nous recourir au service Promopost de la Poste ?

Quelques idées intéressantes pour les tracts:

Le plan de la commune

La section socialiste prépare un plan de la commune sur lequel les améliorations dues au PS sont marquées d'un bref texte et d'une image. On peut également désigner de la même manière les idées qui pourraient encore être réalisées. Clarifier la question des droits d'auteur pour la carte.

Action de contrôle des défauts

Le tract sera conçu comme un questionnaire pour sonder la satisfaction des gens par rapport à différentes offres/infrastructures de la commune (trafic, impôts, taxes, école, éclairage public). On peut mettre des notes et proposer des améliorations. Formuler à la fin une question ouverte : à part ça, qu'est-ce qui vous énerve encore ? La section peut en profiter pour suggérer quelques idées. Les questionnaires seront renvoyés à la section. Comme le sondage est interactif, on peut demander des renseignements ou prendre contact avec les

personnes intéressées à l'action du PS, pour autant qu'elles aient donné leur nom et leur adresse. Il est recommandé d'étendre une telle action à tous les ménages de la commune, pour que personne ne se sente exclu.

Concours de planification

Est-ce que la commune envisage de réaménager une place de jeu ou un parc, ou bien est-ce que le PS réclame un tel réaménagement? Un concours de planification permettra aux personnes intéressées de dessiner leur idée sur un plan, de la décrire brièvement et de l'envoyer à la section. Tous les ménages du quartier peuvent être invités à participer à un tel concours.

10.6 Feuille d'information communale du PS

Lorsqu'une section distribue assez régulièrement (tous les 3 à 4 mois, cela peut suffire) une feuille d'information tous-ménages dans la commune, elle se donne et elle donne à ses représentant-e-s une bonne chance de se profiler dans le contexte politique local et de marquer une présence continue dans l'opinion. La population pourra ainsi se rendre compte que les socialistes sont bien présents avec leurs idées et leurs opinions durant toute l'année, et pas seulement en période électorale.

Cependant, ce sont surtout les sections de plus grande dimension, disposant de représentant-e-s au Grand Conseil et au Conseil d'État, qui auront les capacités de mettre sur pied leur propre feuille d'information pour présenter leurs idées à un public plus large. Les petites sections auront avantage à se réunir pour publier une feuille commune.

Bien sûr, on peut aussi envisager un journal du PS local paraissant une seule fois juste avant les élections. Mais ce journal tombera en même temps que les publications des autres partis, et l'effet sera naturellement moindre.

La distribution régulière d'une feuille d'information qui entend couvrir l'ensemble d'un territoire donné est une opération lourde et coûteuse. La rédaction et la production d'une feuille d'information périodique représente un gros travail, qui nécessite si possible une équipe rédactionnelle expérimentée (3 à 5 personnes) se consacrant entièrement à cette tâche particulière et assurant des parutions régulières. Cet engagement personnel intensif et les moyens financiers nécessaires ne se justifient que si la feuille d'information atteint vraiment ses destinataires.

C'est pourquoi il faut impérativement répondre aux questions suivantes avant de prendre la décision de faire paraître une feuille d'information :

- Qui voulons-nous toucher et à quelle fréquence ?
- Quel type de contenu voulons-nous ? – Les prises de positions du PS sur des thématiques locales d'actualité ? Aborder des sujets que personne d'autre ne traite (tout en étant bien conscients que ce peut être une démarche impopulaire) ? Quel sera le titre de la publication ?

- Une fois le concept graphique et le contenu décidés, il ne faut plus s'en écarter sans nécessité impérative. L'objectif doit être d'« habituer » les gens à ce produit. C'est pourquoi il convient de conserver un certain style aussi bien rédactionnel que graphique.
- Qui sera responsable de la continuité de la publication (l'équipe rédactionnelle) ? Est-ce que nous assurons nous-mêmes la production (produit prêt à l'impression) ou devons-nous recourir à un-e graphiste ? Où pouvons nous faire imprimer la feuille et à quelles conditions ?
- Quel en sera le coût global ? (demander des offres avec plusieurs variantes chiffrées pour différents formats et nombres de pages) ?
- Comment assurer le financement de cette publication sur le long terme ? Par des annonces ?

Durant cette phase de planification, il est judicieux de se renseigner auprès d'autres sections du parti pour profiter de leurs expériences. Les secrétariats cantonaux peuvent vous fournir les contacts nécessaires. A noter que de nombreuses sections parviennent à couvrir au moins la moitié des coûts du journal par des annonces placées par des entreprises de la commune.

10.7 Newsletter par courriel

Diffuser régulièrement des newsletters par courriel revient moins cher que produire une feuille d'information sur papier. Les newsletters électroniques seront envoyées à tous les membres et sympathisant-e-s, et les autres personnes intéressées pourront s'y abonner sur le site de la section.

Une newsletter électronique permet d'informer brièvement sur les thèmes d'actualité dans la commune. On peut aussi faire parvenir les communiqués de presse directement aux membres par ce canal, afin qu'ils sachent que le PS est bien actif dans la commune et sur quels dossiers.

Sur la plupart des serveurs, on peut installer ce qu'on appelle des mailing-lists. Il est très important alors de s'assurer que seules les personnes autorisées pourront envoyer des courriels par ce moyen. Ce procédé est préférable à un envoi électronique de masse à toutes les adresses dont on dispose, car il y a alors un gros risque que le mail soit retenu par des filtres anti-spams chez la plupart des destinataires. Si on choisit quand même cette solution, il faut absolument utiliser la copie cachée (BCC, Blind Carbon Copy), pour que les adresses ne soient pas visibles pour tous ceux qui reçoivent le mail (protection des données).

10.8 Affiches ou «vélos rouges»

On peut réaliser une campagne d'affichage de quatre façons :

- 1) Affichage officiel avec la SGA ou une autre société d'affichage
- 2) La commune met à disposition des partis, pendant les campagnes de votation ou électorales, des surfaces d'affichage sur des supports spéciaux qui lui appartiennent.
- 3) Le PS sélectionne une série d'endroits où il peut disposer ses affiches, suivant les sujets, durant les campagnes (panneaux d'affichage, bâtiments, jardins appartenant à des membres, commerces tenus par des sympathisant-e-s, arrêts de bus, bureau ou local d'association, magasin, kiosque, poste, gare, place de jeux, panneaux d'affichage dans les crèches, garderies, jardins d'enfants, écoles, bibliothèques, ludothèques, salles paroissiales, gymnases, universités, hautes écoles, infrastructures sportives, etc.).
- 4) La section locale du PS peut aussi peindre en rouge quelques vieux vélos et les parquer bien en évidence près de la gare ou sur la place du village, avec au milieu du cadre un panneau contenant des informations actuelles.

Idées d'affiches sortant de l'ordinaire :

Série d'affiches: 3 panneaux d'affichages DIN A0 au moins sont placés tous les 50 mètres. Sur chaque panneau, une phrase (pas de mot d'ordre, pas de slogan). Mises bout à bout, les phrases développent une idée. La phrase du premier panneau devrait être formulée de manière à ce que tout le monde ne puisse qu'être d'accord (p. ex. : XXX est vraiment une belle ville...). Sur le deuxième panneau, on peut lire une phrase qui enchaîne sur la première phrase mais n'est compréhensible que si on a lu la première (p. ex. : ... mais il y a bien trop peu de logements à XXX). Quant à la troisième phrase, elle propose des solutions et révèle l'auteur de l'action (Nous nous battons pour des logements abordables pour tous ! Le PS).

Bâches: un objectif ou un problème est représenté sous forme de dialogue entre des personnages, sur une bâche (on en trouve dans tous les centres de bricolage, format 3x4m / 4x6m). Les personnages, dessinés p. ex. sous forme de bonshommes avec de grands yeux ronds, peuvent mesurer jusqu'à 4 mètres de haut et sont collés avec les « bulles » correspondantes sur les bâches. Celles-ci peuvent ensuite être tendues avec des ficelles entre des arbres ou des lampadaires (annoncer l'action aux autorités).

Affiches changeantes: d'abord, une affiche rouge avec un mot, une image, etc. Une semaine plus tard, des informations supplémentaires. Sur la troisième affiche : Votez PS !

10.9 Actions de distribution

Il faut réfléchir aux points suivants pour planifier une action de distribution:

Message (quoi), groupe de dialogue (qui), explication (pourquoi c'est important), média/support (quels sont les supports appropriés), méthode (comment), effet (communiquer pour quel effet).

Nous voulons que nos actions aient de l'effet et soient remarquées ! C'est pourquoi il faut se poser les quatre questions suivantes avant toute action et essayer de remplir aussi bien que possible les critères réunis dans la formule AIDA :

Contrôle de la formule AIDA

Quoi	Comment	✓
Attention/attention	L'action doit frapper visuellement pour retenir l'attention. Est-ce que notre action/stand/tract remplit ce critère? Est-ce qu'on nous remarque ? Y a-t-il assez de couleurs ? D'assez grands drapeaux/affiches/caractères ? Est-ce que ça bouge ?	
Interest/intérêt	Invitation à communiquer: est-ce que mon action/stand/tract rencontrera l'intérêt du public ? Est-ce que j'interpelle les gens directement ? Est-ce que je leur offre quelque chose ?	
Desire/attrait	Est-ce que mon action/stand/ tract donne envie de changer quelque chose?	
Action/action	Est-il clair, pour la personne interpellée, qu'elle doit faire quelque chose (voter OUI, faire un don, distribuer des tracts, devenir membre, etc.) ?	

On peut mener des actions de distribution avec peu de monde (dès 2 à 3 personnes) et pour une durée limitée. Ainsi, il est possible d'atteindre un groupe cible déterminé avec relativement peu de moyens, ce qui permet de répéter l'action pour obtenir un effet plus important.

Exemples d'actions de distribution:

- En semaine, pendant deux heures tôt le matin, devant les crèches, jardins d'enfants, garderies, év. écoles (les parents accompagnent leurs enfants, les éducateurs/trices et les enseignant-e-s arrivent au travail). Répéter l'action, car tous les enfants ne sont pas là tous les jours.
- En semaine, pendant deux heures le matin devant les grands magasins (Coop, Migros, etc.), on atteint les gens faisant les courses avec leurs enfants. Répéter l'action.
- Dans les gares, aux heures d'affluence (pendulaires).
- En semaine, faire une tournée des places de jeux en fin d'après-midi. Répéter l'action.
- Le week-end, au zoo, parc animalier, piscine, sur les places de jeux des restaurants, etc.
- Lors de manifestations sportives auxquelles les enfants participent.
- Lors de manifestations locales particulières pour les enfants et leurs parents (cirque, fêtes, marchés, événements régionaux, etc.)

- Actions de distribution dans les boîtes aux lettres dans les quartiers.
- Déposer des tracts et des autocollants dans les commerces (si autorisé), etc.

Check-list pour les actions de distribution

Quoi	Comment	Responsable	✓
Prévoir le lieu	Endroits très fréquentés: marchés, rues commerçantes, gare, places de jeux (il n'est pas nécessaire d'avoir une autorisation pour une action de distribution sur la place publique).		
Planifier la date et l'heure	Planifier l'action aux heures de grande affluence : le matin tôt à la gare (pendulaires) ou le samedi après-midi devant les centres commerciaux.		
Associer des personnalités	Si une personnalité connue (conseiller-ère national-e ou député-e cantonal-e) est présente, l'action aura plus de succès auprès de la population.		
Organiser les participant-e-s, faire un plan horaire	Organiser les participant-e-s à l'action et les inscrire sur le plan horaire. Il faut de 2 à 10 personnes pendant 1 à 2 heures selon la taille de la gare/l'événement.		
Commander le matériel	Commander suffisamment de tracts, les remettre aux participant-e-s. Un petit cadeau (chocolat) aide à placer les tracts.		
Décoration	Peut-être t-shirt, drapeau, casquette avec le logo du PS.		

Informations juridiques:

Sur le domaine public, les actions politiques qui ne nécessitent pas d'installation fixe (stand) sont protégées par la liberté d'expression et donc normalement autorisées – sauf si la commune a édicté une loi spéciale qui s'écarte de ce principe. Un conseil pour les actions près des gares et des centres commerciaux : se placer tout près de l'entrée, mais sans être envahissant : il ne faut pas trop perturber le flux des pendulaires. S'il y a des réclamations, réagir poliment et offrir p. ex. un croissant à l'employé-e qui se plaint. S'il n'est plus possible de rester près de l'entrée, demander à l'employé-e où se trouve la limite entre l'espace privé de la gare et l'espace public. Le plus souvent, cette limite est située quelques mètres plus loin. L'action peut se poursuivre à cet endroit. Normalement, il n'est pas nécessaire d'avoir une autorisation pour les actions politiques de distribution sur le domaine public.

10.10 Stands

Il ne faudrait pas seulement organiser des stands peu avant les élections, mais régulièrement, afin que la population sache que le PS est bien présent dans la commune et

s'engage durant toute l'année. Comme elles ne se déroulent pas au plus fort de la campagne et ne sont pas concurrencées par les vagues de la propagande politique des autres partis, ces actions seront bien mieux remarquées.

Les actions de rue ou autour des stands présentent le grand avantage que le PS peut défendre et diffuser ses positions et ses arguments en ayant un contact personnel avec les gens. Le logo un peu anonyme des annonces, affiches et autres brochures s'anime : idées et opinions sont incarnées par des personnes dialoguant directement avec les citoyen-ne-s. C'est là notre force !

Cette forme de communication permet notamment de :

- S'adresser directement aux destinataires de nos messages.
- « Sentir » le contexte et le climat dans l'opinion publique.
- Pouvoir réagir immédiatement aux destinataires de nos messages et à leur entourage, voir comment nos idées et nos arguments sont reçus. S'adresser de manière spécifique aux différentes catégories de personnes : on ne parle pas de la même façon aux familles ou aux personnes âgées. Préparer un bon mot pour chaque groupe.
- Simplement écouter et montrer que nous prenons au sérieux les soucis et les besoins de la population.
- Rendre visible notre engagement personnel. Les contacts directs permettent de diffuser les idées beaucoup mieux que les annonces/affiches.
- Un point important dans le contact personnel: se concentrer sur un seul message. Les gens ne retiendront qu'un seul message pendant le court laps de temps de la rencontre.

Les stands permettent généralement d'atteindre beaucoup de personnes. Des ballons et des autocollants attirent les enfants comme des aimants, ce qui amènera aussi les parents près du stand. Plus chères, les roses constituent également une attention fort appréciée. Des stands réguliers au centre des villages/villes confèrent une grande présence et visibilité à une proposition (mettre des ballons partout).

Les stands demandent plus de ressources que les actions de distribution. Il faut d'abord avoir une bonne idée originale, souvent aussi une autorisation, puis un stand, des bouteilles de gaz (pour les ballons), plusieurs militant-e-s qui se mettent à disposition pendant un certain temps. L'action devra être particulièrement bien planifiée et organisée.

Exemple d'actions à des stands :

- Le samedi, au centre des villes ou dans les zones commerciales (pères et mères font les courses avec les enfants). Répéter l'action, si possible chaque week-end pendant les campagnes, par tous les temps.
- En semaine, le matin devant les grands magasins (Coop, Migros etc.), lorsque les mères font les courses avec leurs enfants. Répéter l'action, par tous les temps.

- Le week-end, choisir des buts d'excursion prisés par les familles (zoo, parc animalier, piscine, place de jeux de restaurants, etc.). Répéter l'action si elle a du succès.
- Manifestations sportives avec participation des enfants
- Manifestations locales spéciales pour les enfants et les parents (cirque, fêtes, etc.)
- Ev. compléter avec une attraction spéciale (concours, autre). C'est un bon truc pour la préannonce et les comptes-rendus dans les journaux.

Check-list pour les stands

Quoi	Comment
Fixer assez tôt la date	Définir le plus tôt possible la date de l'action dans le cadre d'une séance du Comité ou d'une assemblée de section, l'inscrire dans la planification annuelle.
Réserver l'emplacement à temps	Toutes les places publiques ne sont pas susceptibles d'accueillir des stands politiques. Demander la liste des emplacements à l'administration communale (généralement la police locale).
Emplacement/temps	Veiller à choisir un emplacement aussi bien fréquenté que possible. Limiter la tenue du stand aux heures de grande affluence, mais alors garantir la présence de plusieurs personnes au stand.
Commander le stand	Commander assez tôt le stand à la commune ou à un particulier à l'endroit voulu.
Commander de l'hélium Commander des roses	Si on veut distribuer des ballons, ce qui marche très bien surtout le samedi, quand les familles sont de sortie, il faut commander assez tôt de l'hélium. Vous trouverez des ballons et des ficelles auprès des partis cantonaux ou du PS Suisse. Pour ce qui est des roses, privilégier celles issues du commerce équitable.
Des personnalités au stand	Si une personnalité connue est présente au stand (conseiller-ère national-e ou député-e cantonal-e), l'intérêt du public sera accru.
Organiser les participant-e-s Plan horaire	La présence de 2 à 3 personnes sur le stand constitue un minimum, l'idéal étant de ne pas devoir y passer plus de 2 ou 3 heures d'affilée (notamment quand il fait froid ou par mauvais temps). Un plan horaire précis avec les numéros de portable des participant-e-s permet d'éviter des malentendus.
Préannonce dans les médias	1 ou 2 semaines avant l'action, publier une brève information dans les médias locaux, avec la date, l'heure et le thème de l'action ainsi que la présence éventuelle de personnalités connues.
Emplacement	L'endroit ne devrait être ni trop bruyant ni trop ouvert (milieu d'une place). Ce ne devrait pas non plus être un lieu que l'on traverse très rapidement. Le stand devrait se trouver au milieu du flux des passants, mais sans le bloquer.
Décoration du stand	Le stand doit être reconnaissable de loin comme étant un stand du PS (couleur, affiches, panneaux, etc.). Le thème de l'action devrait aussi être identifiable à distance. Les partis cantonaux proposent des grandes affiches

	ou des drapeaux. Ainsi, même les gens qui contournent le stand verront que le PS est actif.
Matériel d'information	A l'occasion de votations ou d'élections, le parti cantonal a normalement suffisamment de matériel à disposition, que l'on peut commander. On peut aussi distribuer à chaque fois du matériel d'information générale sur le PS. Ne pas oublier les formulaires d'adhésion. Commander le matériel au moins deux semaines avant l'action, pour être sûr qu'il arrive à temps.
Gadgets	Un tract bien fait et bien lisible sera d'autant mieux accepté qu'il est accompagné d'un gadget ou d'une petite attention (chocolat avec logo PS, stylos, roses, ballons pour interpeller les parents accompagnés de jeunes enfants). Attention toutefois à ce que les gens ne croulent pas sous le matériel. Le parti cantonal et surtout le PS Suisse disposent de matériel qui peut être commandé.
Boissons/snacks	Autre idée : offrir un petit quelque chose à boire ou à manger : du café/thé ou des marrons chauds feront s'arrêter les gens en hiver – et permettront d'entamer une discussion. Il est important de bien planifier l'opération et de veiller à ce que l'organisation ne devienne pas trop compliquée. Le plus simple est encore de distribuer des pommes ou des barres de céréales.
Discussions	Ne pas hésiter à entrer en discussion avec les passant-e-s. L'objectif n'est pas seulement de distribuer autant de tracts que possible, mais aussi de dialoguer avec les gens. Les discussions qui s'ensuivent éveillent la curiosité des autres passant-e-s. C'est le grand plus qu'offrent les stands. La personne interpellée doit se sentir sur un pied d'égalité avec son interlocuteur-trice. C'est pourquoi des t-shirts distinctifs ou de gros badges sont plutôt à déconseiller.
Faire des photos	Toujours faire une photo de l'action et des participant-e-s, pour la presse locale et pour le journal des membres.
Compte-rendu dans la presse	La presse locale doit recevoir après coup un bref communiqué sur le succès de l'action (avec photo). Ne pas oublier de répéter la principale revendication du PS.

Idées pour des actions :

Essayage de chaises

Reprendre et représenter de manière originale les besoins, attentes, soucis de la population de la commune. De nouvelles chaises doivent être achetées pour la salle communale : le PS peut organiser un grand essayage de chaises un samedi sur la place du village.

Action de contrôle des défauts

Le contrôle des défauts peut aussi être effectué à un stand, de préférence plusieurs fois de suite, car les gens vont probablement se donner le mot.

Voies cyclables

On peut inviter la population à faire un tour à vélo pour repérer toutes les améliorations possibles des voies cyclables. Ces propositions ensuite seront examinées et notées lors d'un autre tour à vélo avec un municipal socialiste.

Journal au sol (alternative au stand)

Poser une feuille de 4 m² sur le sol, avec une question et des réponses à choix. C'est particulièrement efficace pour s'adresser aux indécis/es. Cela les encourage à s'exprimer sur un thème particulier (garderie, cantine, etc.).

Procédé: écrire une question au feutre sur toute la largeur du haut de la feuille, en interpellant les gens (p. ex. qu'attendez-vous de notre politique ? qu'aimeriez-vous changer d'urgence dans la commune ?) Inscrire dessous, sur la moitié gauche, différentes réponses possibles (ralentissement du trafic, garderie, baisse d'impôts, place de jeux, agrandissement des salles de gymnastique, autres). Laisser de la place à droite pour que les passant-e-s puissent faire des coches.

Vivre dans la rue

S'il s'agit de montrer que le logement ne doit pas devenir un luxe, on peut transmettre cette revendication de manière frappante en construisant un petit salon au milieu de la place du marché. Sur le sol, des surfaces en couleurs donnent des informations sur le titre de l'action, le problème et l'organisateur.

Passage piétons à thème

Sur le trottoir, dans la zone piétons ou ailleurs, déposer cinq bandes de moquette ou de feuille de plastique/toile cirée (environ 4 m de long ou plus). Sur la première et la dernière bande, on peut voir le slogan de l'action et le logo de l'organisateur. Les bandes du milieu sont les supports des messages. Les bandes sont disposées comme pour un passage à piétons, de sorte que personne ne peut ignorer le message.

Bande informative

Un texte de 50 m de long au maximum, inscrit sur des rouleaux de tapisserie, est installé au bord de la route ou au milieu de la zone piétonne. A chaque pas, on découvre quelques mots supplémentaires. Cela permet p. ex. d'attirer l'attention sur un problème.

Action avec des points

Une dizaine de cercles découpés dans du papier, des feuilles autocollantes ou du bois sont disposées et fixées sur le sol de manière que tous les passant-e-s puissent les lire. Dans chaque cercle, on peut diffuser des informations sur certains thèmes, rendre attentif à des revendications ou encore poser des questions directement aux passant-e-s, voire les inviter à un rendez-vous. On peut dresser une petite table à proximité avec du matériel d'information sur un sujet particulier, ou bien inviter les passant-e-s à venir discuter.

Dés

Un ou plusieurs gros dés (p. ex. 2x2x2 m) de carton sont emballés dans du papier ou des bâches et pourvus d'inscriptions. On peut réaliser cette action pour présenter un résultat ou un objectif (dans le sens de « les dés ne sont pas encore jetés »). On peut aussi présenter des chiffres de cette façon (p. ex. une colonne de statistiques). Comme il est souvent difficile de se représenter les chiffres, cette forme de visualisation permet d'attirer l'attention des gens.

Participation aux fêtes du village/du quartier

Le PS doit également être présent à toutes les grandes fêtes de village/marchés, etc. Pour intéresser un maximum de gens, veiller à ce que les participant-e-s puissent déployer une activité créatrice (p. ex. match de foot, rallye à vélo, concours). A des coins info spécialement prévus à cet effet, sprayer ses idées et ses opinions. Faire attention à ce que l'invitation ait l'air personnelle et anonyme.

Organiser des courses de poussettes (p. ex. aussi pour récolter des fonds).

Embellir la place de jeux (autorisation).

Faire des dessins sur le sol avec des enfants.

Château gonflable

Peindre une poussette en couleurs et la placer à différents endroits comme support publicitaire.

10.11 Récoltes de signatures

On peut organiser des récoltes de signatures pour des initiatives ou des référendums sur le plan national ou cantonal. Les sections reçoivent généralement les documents et les formulaires à cet effet de la part du parti cantonal.

En outre, des signatures peuvent aussi être récoltées pour des objets communaux, ce qui souligne que le PS se préoccupe des problèmes locaux les plus urgents et présente des solutions concrètes, p. ex. pour améliorer une place de jeu, sécuriser les itinéraires cyclables jusqu'à l'école ou construire des pistes cyclables.

Quel est l'objectif ?

Un objectif clairement défini au préalable renforce la motivation. Il est important que toutes les personnes participant à l'action connaissent le nombre global de signatures que l'on désire obtenir, et qu'elles se fixent chacune en plus un objectif personnel. Il faut veiller à ce que ces objectifs soient réalistes, sous peine de plomber les bonnes volontés. Les personnes expérimentées peuvent donner des conseils pour fixer un objectif réaliste. Si on atteint son but, c'est un motif de satisfaction et cela donne envie de réitérer l'opération.

En règle générale, le rythme moyen est de l'ordre de 10 à 25 signatures à l'heure. Il est préférable de se fixer un nombre de signatures à atteindre (p. ex. 50) plutôt que de se baser sur la durée de la récolte (3 heures).

Récolter des signatures à des endroits très passants

Il est recommandé de récolter des signatures là où passent de nombreuses personnes de la même commune. Ainsi, les chances de récolte seront meilleures devant un local de vote ou devant la Migros du quartier que dans la gare principale d'une grande ville. Autres possibilités pour récolter des signatures :

- Lors de manifestations: réunions familiales, manifestations d'associations, assemblées générales, etc.
- Envois aux membres (utiliser absolument une carte-réponse préaffranchie)
- Tôt le matin devant les gares (pendulaires qui partent)
- Petites actions devant la Coop ou la Migros du quartier
- Actions plus importantes le samedi sur les places
- En faisant, par petits groupes, la tournée des bistrotts et des bars les vendredis et samedis soir
- Système boule de neige : envoyer des formulaires de signature à ses amis, connaissances, à sa famille, dans son entreprise, son association (important : veiller au retour des formulaires)
- Par poste : joindre un formulaire à tous ses envois
- Déposer des formulaires au bureau (le chef doit être d'accord)
- En faisant du porte à porte. Très efficace si l'on arrive à motiver des jeunes à récolter de cette manière
- En épinglant des formulaires dans les maisons, les colocations, les quartiers (sur les frigos ou aux tableaux d'affichage).

Check-list pour la récolte de signatures

Quoi	Comment	Responsable	✓
Autorisation/emplacement	Ne pas oublier de demander assez tôt l'autorisation si l'on veut tenir un stand. L'emplacement doit être très fréquenté.		
Préparation thématique	Etudier le FAQ (questions-réponses) et les argumentaires concernant l'initiative.		
Matériel	Ne pas oublier: <ul style="list-style-type: none"> • Les formulaires de signature (peuvent être photocopiés) • Le matériel de campagne (brochure d'information, gadgets du PS) • Assez de stylos et de supports rigides (ne pas utiliser de crayons !) • Décoration du stand: affiche de l'initiative, drapeau du PS, 		

	<p>tract pour les membres (pour les intéressé-e-s)</p> <ul style="list-style-type: none"> • fourres en plastique (surtout s'il pleut) 		
1 commune = 1 feuille	<p>Pour chaque commune politique, il faut utiliser une feuille différente. Ecrire en haut de la feuille le nom de la commune dans laquelle les signataires ont le droit de vote (sont enregistrés au registre des habitant-e-s). Ne pas économiser les formulaires !</p>		
Validité de la signature	<p>Une signature est valable quand:</p> <ul style="list-style-type: none"> - la personne a le droit de vote dans la commune indiquée sur le formulaire - les indications suivantes sont écrites au stylo, sans ratures : - Nom, prénom (la personne doit les inscrire à la main) - date de naissance exacte - domicile - signature (la personne doit signer elle-même à la main) 		
Objectif de la récolte	<ul style="list-style-type: none"> - Chacun-e a le droit de récolter des signatures - Tout le monde peut signer, pour autant qu'il/elle ait le droit de vote - Fixer un objectif de récolte pour la journée - Se fixer un objectif personnel 		
Interpeller les gens	<ul style="list-style-type: none"> - Aller vers les gens, ne pas se cacher derrière le stand - Interpeller les gens de manière concise et précise: « Bonjour, est-ce que vous ne trouvez pas - vous aussi - que les armes d'ordonnance devraient rester à l'arsenal ? » - L'initiative est une excellente occasion de changer les choses, de participer à la démocratie. C'est beaucoup plus que simplement demander une signature. - Ecouter les gens, ce qu'ils trouvent important par rapport au problème en question. - Accepter les autres opinions, mais ne pas se perdre dans des discussions sans fin. 		
Donner des cartes de signature	<p>Les personnes qui ne veulent pas signer tout de suite devraient absolument recevoir une carte préaffranchie.</p>		
Après la récolte	<ul style="list-style-type: none"> - Contrôler si l'objectif chiffré est atteint - Ranger le matériel et emporter les déchets - Retourner tous les formulaires (même ceux avec une seule signature) à l'organisation qui se charge de la validation (son adresse est imprimée sur le formulaire) - Donner un feedback au PS Suisse pour faire partager au reste du parti ses expériences concernant les méthodes de récolte les plus efficaces. 		

10.12 Discussions publiques

En principe, les discussions publiques sont une bonne manière d’informer les personnes intéressées sur les prises de position, les réponses et les arguments du PS sur les thèmes politiques du moment et de mesurer leur impact sur le public.

Toutefois, ce genre de réunion n’attire souvent pas la foule. Nous sommes normalement en concurrence avec d’autres occupations intéressantes comme le cinéma, un concert, un match. Il y des exceptions quand les sujets traités sont passionnels, quand on peut s’assurer la présence d’un orateur ou d’une oratrice connu-e ou que l’on peut s’attendre à une confrontation spectaculaire entre deux opinions opposées.

La plupart du temps, on peut conseiller de prévoir un débat contradictoire. Le parti peut y gagner en profil ; mais à l’inverse, cela peut aussi se retourner contre nous si l’adversaire domine. Petit conseil : il est important qu’une forte représentation des membres de la section se déplace pour l’occasion afin de soutenir l’orateur de notre camp (en prenant la parole). Il est évidemment permis de ne pas forcément choisir les meilleurs orateurs ou oratrices de l’autre bord.

On gagne en écho et en publicité dans ce genre de réunions si on arrive à faire venir des journalistes qui évoqueront la manifestation. En général, ça ne marche que si les conditions de la réussite mentionnées plus haut sont remplies. Mais dans tous les cas, il faut faire une publicité active et précoce dans les médias pour annoncer la discussion publique.

Check-list pour une table ronde

Quoi	Comment
Date	Tenir compte de la concurrence possible des émissions de télévision, événements sportifs importants, périodes de vacances, sorties du vendredi, etc.
Collaboration	Décider si on veut collaborer avec des sections voisines ou d’autres organisations afin de pouvoir inviter davantage de monde.
Intervenant-e-s	Plus ils sont connus, plus il faut les contacter tôt. Négocier éventuellement un défraiement.
Thème	Il faut en discuter avant, et se mettre d’accord avec les intervenant-e-s et l’animateur-trice sur le déroulement exact de la soirée et sur leurs vœux pour les supports techniques. Décider si les intervenant-e-s se rencontrent brièvement avant le début de la table ronde.
Réserver la salle	Choisir une salle aux dimensions flexibles (parois coulissantes), ou alors plutôt petite (mieux vaut devoir serrer les gens que de « perdre » 30 participant-e-s dans une salle de 200 places).
Invitations	Ni trop tôt, ni trop tard, c’est-à-dire 3 semaines avant la table ronde. Outre les membres, on peut inviter directement des groupements qui s’intéressent particulièrement au sujet.
Publicité	L’événement doit être annoncé assez vite au public par un tract ou des annonces. Quelques jours avant, présenter la soirée dans la presse locale ou de quartier, dans un article rédactionnel (rédigé par un rédacteur ou une rédactrice connu-e ou par quelqu’un

	de la section). Si possible, mentionner la date dans l'agenda du journal. Parallèlement, il faudra inviter les journalistes. Souvent, les sites Internet des communes contiennent une page de programme des manifestations où les sociétés et groupements peuvent annoncer leurs manifestations.
Documentation	A chacune de ces réunions, il faut qu'il y ait suffisamment de documentation sur le sujet et de matériel du Parti socialiste. Selon la salle, ce matériel peut également servir à décorer les lieux (affiches du PS, affiches thématiques, etc.). Les affiches qui se retrouvent sur les photos prises par la presse locale pour accompagner les articles seront la meilleure des publicités.
Organisation sur place	Nommer les responsables suivants : <ul style="list-style-type: none"> • Logistique de la salle (disposition des chaises, assez de chaises, lumière suffisante, moyens techniques, micros au besoin, table pour les prospectus, décoration de la salle, boissons pour la table ronde, boissons et apéritif pour le public). • Organiser un honoraire ou un cadeau (bouteille, livre, fleurs...) pour les intervenant-e-s. • Saluer au début et conclure la réunion ; s'occuper des intervenant-e-s. • Marquer le début et la fin de la réunion (salutations, introduction, conclusions, remerciements, etc.). • Assurer une présence aux tables où se trouve du matériel d'information. • Réceptionner et saluer les journalistes et s'occuper d'eux. • Rédiger un article pour le journal local.
Après l'événement	<ul style="list-style-type: none"> • S'occuper des médias : les journalistes cherchent souvent à obtenir des réactions du public. Leur proposer d'interroger des membres ou sympathisant-e-s du parti. Veiller à ce que ces personnes s'expriment brièvement et de manière claire. • S'il n'y a pas de journaliste présent, il faut impérativement écrire soi-même un bref compte-rendu et l'envoyer au journal local, en l'accompagnant si possible d'une photo.

10.13 Présence sur Internet

Internet devient toujours plus important. La plupart des personnes à la recherche d'informations brèves iront voir sur Internet plutôt que de contacter activement une organisation. Autre raison de recommander un site Internet : c'est une solution bon marché. Le PS Suisse et les partis cantonaux sont présents sur Internet. Chaque section peut en faire de même et développer son propre site. Le site du parti cantonal proposera alors un lien sur le site de la section.

Modèles :

Le PS Suisse met à disposition des sections un site clés en main qui correspond à l'identité visuelle (CI, Corporate Identity) du PS Suisse. La structure proposée n'attend plus que du

contenu ! Les thèmes et rubriques peuvent aussi être modifiés selon les souhaits de la section. Pour mettre le site en ligne, il faut absolument disposer d'un-e programmeur-trice. Sur demande, le PS Suisse fournit volontiers des adresses de programmeurs-trices.

Actualiser le site : c'est l'alpha et l'oméga

Un site Internet doit être régulièrement actualisé. Rien n'est plus pénible que de lire sur un site : « last update 2005 ». Pour la gestion du site, il faut désigner une personne qui sait et qui aime faire ce travail. Il revient au Comité de livrer les informations à mettre en ligne. Avoir un site, c'est bien, mais il faut aussi que cela se sache. On mentionnera ainsi toujours l'adresse du site sur la correspondance ou les affiches. On peut aussi demander aux organisations proches de faire figurer l'adresse du site sur leur liste de liens.

Quelques conseils pour la gestion de vos pages Internet:

- La responsabilité de la gestion et de l'actualisation d'un site devrait être confiée à une personne, le/la Webmaster. Il faut lui transmettre systématiquement toutes les informations à publier.
- La page Internet doit en tout cas contenir les trois éléments suivants : une adresse de contact (où les courriels sont relevés régulièrement), un formulaire d'adhésion (ou un lien sur le formulaire du parti cantonal) et un agenda à jour des manifestations de la section.
- Ne pas réinventer la roue : pour le design et le contenu, on peut et on doit s'inspirer des sites d'autres sections, des partis cantonaux et du PS Suisse. Il est très important que l'identité socialiste des sites soit reconnaissable à tous les niveaux. Le plus simple est d'utiliser le module clés en main du PS Suisse, qui fournit déjà tout le design (voir le chapitre 12).

10.14 Blog

Le terme blog est un diminutif de «Weblog», contraction de Web et Log (journal de bord). Un-e ou plusieurs auteur-e-s (les «bloggeurs» et «bloggeuses») s'y expriment sur un ou plusieurs thèmes. Ces articles réguliers s'appellent contributions ou «Posts» (de «to post»: faire connaître).

Le site Internet se structure de manière chronologique et par thèmes. La contribution la plus récente se trouve toujours en haut de la page. Celui qui a lu une contribution peut publier un commentaire. La discussion se développe avec les commentaires des commentaires. Elle ne se déroule d'ailleurs pas forcément sur un seul blog. Souvent, d'autres bloggeuses et bloggeurs prennent position dans leur propre blog par rapport à une contribution publiée ailleurs. Le réseau ainsi créé s'appelle la «blogosphère».

Il existe aujourd'hui beaucoup de blogs sur des thèmes politiques. De nombreux quotidiens et hebdomadaires permettent aussi de déposer des commentaires analogues à des blogs sur leur site. Plutôt que d'ouvrir un propre blog mal fréquenté, mieux vaut publier ses

commentaires sur d'autres blogs pour y faire entendre les positions du PS, tout en insérant un lien sur sa prise de position sur le site de sa section.

Principaux moteurs de recherche de blogs: <http://www.slug.ch>, <http://www.technorati.com>

Une fois sur un blog: participe ! Rédige quelques commentaires à des contributions et regarde ce qui se passe. Il se peut même que tu sois invité-e par un-e blogueur-euse à publier une contribution en tant qu'invité-e sur son blog. Prends-toi au jeu !

Comment rédiger un blog?

Ecris comme tu parlerais à un stand. Oublie les articles d'opinions et les textes des brochures ! Oublie les discours ! Blogger, c'est autre chose. Tu veux entamer un dialogue avec moi, parler avec les gens. C'est pourquoi :

- Commence tout de suite par le plus important.
- Assume ta façon de t'exprimer. Ecris comme tu parles. Ne te préoccupe pas des conventions.
- Sois personnel: «Je trouve» au lieu de «on» ou «le PS». «Ma famille, par exemple» au lieu de «un exemple de Suède».
- Parle directement aux autres blogueurs. Et utilise des arguments qui touchent les gens: «Vous (économisez des primes), parce que ... ».
- Des listes, des images et des graphiques simples attirent l'attention.
- Ne rédige pas plus d'un tiers de page A4. Quatre courts paragraphes au maximum, une idée par paragraphe. Commence chaque paragraphe par un mot accrocheur ou un argument qui donne envie de lire la suite.
- Utilise 50% du temps pour trouver le titre. Il doit faire au maximum 30 signes et contenir un verbe actif, et aussi les mots clés de l'article, par exemple «AVS», «Couchepin», « profiteurs ». Sois attentif à ce que ces termes reviennent souvent dans ta contribution.
- Sur Internet, le ton des discussions est souvent assez rude. Il faut t'y habituer. Tu as pu faire l'expérience sur d'autres blogs que les discussions sont malgré tout – ou bien à cause du ton très direct ! – constructives. Plus le débat que tu as lancé est animé, mieux c'est !

10.15 Prendre soin des groupes cible

Ainsi que nous l'avons déjà mentionné plus haut, le PS est indépendant des entreprises et des lobbies économiques. Il ne doit rendre des comptes qu'aux citoyennes et aux citoyens et à l'environnement. Il en résulte qu'il existe un grand nombre de groupes cible qui se sentent représentés par le PS. Ces groupes cible devraient recevoir régulièrement des informations sur la politique du parti, que ce soit à grande échelle sur le plan fédéral ou à petite échelle sur le plan local. Ainsi, si nous nous sommes battus pour une meilleure régulation du trafic

local et pour introduire des zones à 30km/h, il faut envoyer une copie de notre communiqué de presse aux personnes et groupements concernés : les riverains, les personnes sensibles à la protection de l'environnement ou engagées dans la politique des transports, les associations intéressées comme l'ATE, le groupe vélo, l'association de quartier ou le mouvement des familles. On rassemblera ces adresses pour pouvoir les utiliser plus tard sur un sujet analogue ou avant les élections.

Il vaut la peine d'établir d'abord exactement quels sont les groupes cible dont il faudrait s'occuper dans l'environnement immédiat. Avant chaque événement ou réunion, on se posera la question de savoir quelles personnes ou groupements pourraient être plus particulièrement intéressés. Une réflexion sur la structure de la population s'impose (région rurale ou urbaine, rapport salarié-e-s/indépendant-e-s, jeunes/personnes âgées, etc.). Voici les groupes cible typiques du PS :

- les jeunes familles
- les citoyen-e-s
- les travailleurs-euses
- les locataires
- les personnes intéressées à la santé et à l'environnement
- les utilisateurs-trices des transports en commun et pratiquant la mobilité douce
- les personnes intéressées à l'égalité des sexes
- les personnes intéressées à la culture
- les personnes intéressées aux droits humains et aux questions relatives aux migrations
- les personnes immigrées
- les professions de l'enseignement, de la pédagogie sociale, de l'environnement, des soins, du travail social, etc.
- les moins de 45 ans (très intéressant-e-s car ils-elles seront actifs-ves plus longtemps. C'est dans ce secteur que nous avons actuellement des lacunes)
- les artistes

Avant de mettre en œuvre une opération de communication (du simple tract à une table ronde en passant par un stand sur la voie publique), il faut clarifier quels groupes sont particulièrement visés et sont susceptibles de s'y intéresser. Il vaut ensuite la peine de faire plus de réclame auprès de ces groupes.

Le parti suisse va prochainement élaborer un guide sur la gestion des groupes cible, qui viendra compléter le présent chapitre. Nous sommes très intéressés à prendre connaissance des expériences des sections et des partis cantonaux s'agissant de la gestion optimale des groupes cible.

La gestion des groupes cible, c'est-à-dire la mobilisation des électeurs-trices est l'élément décisif de la victoire ou de la défaite électorale. Si le PS est le parti qui dispose du plus vaste

réservoir d'électeurs-trices potentiel-le-s, c'est malheureusement aussi celui qui sait le moins bien exploiter ce potentiel. Toute amélioration obtenue sur ce plan-là se traduit donc immédiatement par une progression aux élections. Réussir la gestion des groupes cible constitue donc la condition fondamentale pour parvenir à mobiliser notre électorat.

11 Les statuts des sections

11.1 Extrait des statuts du PS Suisse, article 6

Article 6 Les sections

1. La section organise le travail politique local.
2. En règle générale, le champ d'activité d'une section et son organisation coïncident avec le territoire de la commune politique. Lorsqu'une commune compte plusieurs sections, celles-ci se groupent en parti socialiste de la commune, pour ce qui concerne la politique communale.
3. Les femmes peuvent créer des sections féminines.
4. Le Comité d'un parti cantonal décide de l'admission de nouvelles sections. Il vérifie en particulier la compatibilité des statuts de celles-ci avec les dispositions de l'article 6 des statuts du PS Suisse.
5. Les membres résidant à l'étranger peuvent fonder une section du PS Suisse, au plan national ou régional. C'est le Comité directeur du PS Suisse qui décide de son admission. Le PS Suisse crée une section internationale pour les membres résidant à l'étranger là où il n'existe pas de section au plan national ou régional. Il en assure l'organisation et l'administration.
6. Les sections encouragent la formation de sections de la Jeunesse socialiste.
7. Les statuts d'une section doivent disposer qu'elle ne peut se dissoudre ou quitter le parti si trois membres au moins s'y opposent. Les statuts d'une section ne peuvent être modifiés qu'à la majorité qualifiée des deux tiers. La fusion de sections est soumise à l'approbation à la majorité simple dans chacune des sections concernées.
8. Le Congrès du parti cantonal décide de l'exclusion d'une section, lorsque sa politique va à l'encontre des objectifs et des intérêts du parti et qu'elle n'est plus admissible à ce titre. La section concernée a le droit de recourir auprès de l'Assemblée des délégué-e-s du Parti socialiste suisse. Dans la mesure où les intérêts du parti suisse sont en cause, l'Assemblée des délégué-e-s peut exclure une section. Dans un tel cas, la section a droit de recours devant le Congrès du PS Suisse.
9. Les statuts d'une section doivent disposer que, lors de la dissolution, de la sortie ou de l'exclusion d'une section, la totalité de sa fortune ainsi que ses archives reviennent à son parti cantonal. Dans le cas d'une dissolution ou d'une sortie selon le chiffre 7, les membres de l'ancienne section restent membres du parti cantonal ; en cas de dissolution ou d'exclusion selon le chiffre 8, les membres seront, à leur demande, intégrés au parti cantonal par décision de son comité directeur.

11.2 Modèle de statuts pour les sections

Voici un exemple de statuts de section, réduits à l'essentiel :

	Art. 1
Forme juridique et siège	Conformément à l'art. 3 des statuts du PS Suisse et à l'art. 27 des statuts du PS du canton de Berne, les sections sont des associations au sens des art. 60 et suivants du Code civil, avec siège dans la commune concernée.
	Art. 2
Membres	La section est formée en règle générale par des membres du Parti socialiste domiciliés dans la commune. Les procédures concernant l'admission, la démission et l'exclusion des membres sont réglées dans les statuts du PS Suisse et dans ceux du parti cantonal.
	Art. 3
Compétences, tâches	Les tâches suivantes sont notamment du ressort de la section: Suivi de la politique communale; mise en œuvre des objectifs du parti cantonal et du PS Suisse au niveau communal Engagement, par des moyens juridiques et politiques, en faveur d'une utilisation rationnelle du sol, de la création et du maintien de quartiers agréables à vivre (protection des sites), maintien d'une offre suffisante de logements et protection des espaces de vie naturels des être humains et des animaux Communication Nomination des candidat-e-s pour les élections communales; organisation des campagnes pour les votations et les élections à l'échelle communale Nomination des candidat-e-s aux élections à l'échelle du district, du canton et de la Confédération, à l'intention de l'organe compétent Nomination des candidat-e-s pour des fonctions du parti, à l'intention de l'organe compétent Recrutement et intégration des nouveaux membres Tenue d'une liste des membres, annonce des mutations au parti cantonal Prélèvement des cotisations pour le parti cantonal et pour le PS Suisse, selon facturation par le parti cantonal Soutien au parti cantonal et à l'association régionale pour les élections

		et votations fédérales, cantonales et régionales
		Formation politique des membres socialistes des autorités et des membres du parti
		Prises de position sur des questions d'importance cantonale ou fédérale, à l'intention du parti cantonal ou du PS Suisse
		Art. 4
Organes		Les organes de la section sont les suivants: L'assemblée générale L'assemblée de section Le Comité Deux réviseurs-euses des comptes
		Art. 5
Assemblée générale		C'est l'organe supérieur de la section. Elle se réunit normalement une fois par an. Une assemblée générale extraordinaire peut être convoquée sur proposition du Comité ou si un cinquième des membres le demande. L'assemblée générale est notamment compétente pour : Approuver le budget annuel, les comptes annuels et le rapport des réviseurs Fixer les cotisations Approuver le rapport annuel du Comité Elire les membres du Comité Elire le président ou la présidente, le/la vice-président-e ou la coprésidence Exclure des membres qui ont agi en contradiction avec les objectifs et les intérêts du parti. Les membres exclus peuvent faire recours dans les 30 jours auprès de la direction du PS cantonal.
		Art. 6
Assemblée de section	de	L'assemblée de section se réunit régulièrement à l'invitation du Comité.
Tâches		Font partie des tâches de l'assemblée de section : Le règlement des affaires courantes, dans la mesure où elles ne sont pas de la compétence de l'assemblée générale ou du Comité L'élaboration des positions pour les votations et élections communales,

	<p>cantonales et fédérales</p> <p>L'admission de nouveaux membres</p> <p>L'organisation d'exposés et de cours de formation.</p> <p>Art. 7</p>
Comité	<p>C'est l'organe exécutif de la section. Il se constitue lui-même, à l'exception du/de la président-e.</p>
Tâches	<p>Le Comité veille à ce que les devoirs que le parti cantonal ou l'association régionale ont confié à la section soient remplis. Il prend toutes les mesures et décisions qui ne sont pas de la compétence de l'assemblée générale ou de l'assemblée de section.</p>
Biffer des membres de la liste	<p>Le Comité peut exclure des membres en biffant leur nom de la liste des membres, s'ils ne remplissent pas leurs obligations financières. La décision leur est communiquée par écrit. Ils peuvent faire recours dans les 30 jours auprès de la direction du PS cantonal.</p> <p>Art. 8</p>
Réviseurs	<p>Les réviseurs examinent les comptes de la section et font une proposition à l'assemblée générale.</p> <p>Art. 9</p>
Dissolution de la section	<p>La section ne peut pas se dissoudre ni sortir du parti si trois membres au moins s'y opposent.</p> <p>Art. 10</p>
Cotisations, responsabilité	<p>La section répond de ses obligations uniquement sur sa fortune. Toute responsabilité personnelle des membres est exclue, et ils ne peuvent pas être obligés d'effectuer des versements supplémentaires. Cotisations de la section : les cotisations décidées par l'assemblée générale et les changements éventuels font partie intégrante de ces statuts ; ils figurent à l'annexe 1.</p> <p>Art. 11</p>
Utilisation de la fortune	<p>En cas de dissolution de la section, de sortie ou d'exclusion du PS, la fortune de la section et ses archives reviennent au PS cantonal.</p> <p>Art. 12</p>
Règle complémentaire	<p>Si les sections se dotent de statuts propres, ceux-ci ne doivent pas contredire les statuts du PS Suisse ni ceux du PS cantonal, qui s'appliquent en principe également dans les cas où les statuts de la section ne prévoient pas de réglementation particulière.</p>

12 Adresses de contact

PS suisse

Spitalgasse 34
Case postale
3001 Berne

tél. 031 329 69 69
fax. 031 329 69 70

Internet: www.pssuisse.ch

email: info@pssuisse.ch

JS/JUSO

Spitalgasse 34
3011 Berne
Case postale 8208
3001 Berne

tél. 031 329 69 99
fax 031 329 69 70

Internet: www.juso.ch

email : info@juso.ch

Femmes socialistes suisses

Spitalgasse 34
Case postale
3001 Berne

tél. 031 / 329 69 91
fax 031 / 329 69 70

Internet: www.ps-femmes.ch

email: ps-femmes@pssuisse.ch

Movendo

Movendo
Monbijoustrasse 61
3000 Berne 23

tél. 031 370 00 70
fax 031 370 00 71

Internet: www.movendo.ch

email: info@movendo.ch

12.1 Sections cantonales

Name	Strasse/Nr.	Postfach	PLZ	Ort	Telefon	Email
PS Fribourgeois	route de la Fonderie 2	Case postale 196	1700	Fribourg	026 422 26 76	ps-fr@datacomm.ch
PS Genevois	avenue De-Luserna 20		1203	Genève	022 338 20 70	psg@socialiste.ch
PS Jurassien	rue du Nord 38	Case postale 2219	2800	Delémont	032 422 40 94	secretariat@psju.ch
PS Neuchâtelois	avenue de la Gare 3		2000	Neuchâtel	032 721 11 80	silva.mueller-devaud@psn.ch
PS Ticinese	piazza Governo 4		6500	Bellinzona	091 825 94 62	ps-mario@ticino.com
PS Valais romand	rue de Conthey 2	Case postale 2283	1950	Sion	027 322 21 51	psvr@bluewin.ch
PS Vaudois	place Chauderon 5		1003	Lausanne	021 312 97 57	secretariat@ps-vd.ch
SP Kanton Aargau	Bachstrasse 43	Postfach	5000	Aarau	062 834 94 75	sekretariat@sp-aargau.ch
SP Kanton Appenzell AR	Eggeli 434		9103	Schwellbrunn	071 353 83 81	schmuell@bluewin.ch
SP Kanton Basel-Land	Rheinstrasse 17	Postfach 86	4410	Liestal	061 921 91 71	info@sp-bl.ch
SP Kanton Basel-Stadt	Rebgasse 1	Postfach 501	4058	Basel	061 685 90 20	sekretariat@sp-bs.ch
SP Kanton Bern	Monbijoustrasse 61	Postfach 1096	3007	Bern	031 370 07 80	sekretariat@sp-be.ch
SP Kanton Glarus	Ziegelbrückestrasse 49		8867	Niederurnen	055 610 41 16	info@spglarus.ch

Name	Strasse/Nr.	Postfach	PLZ	Ort	Telefon	Email
SP Kanton Graubünden	Gürtelstrasse 24	Postfach 561	7000	Chur	081 284 91 00	sekretariat@sp-gr.ch
SP Kanton Luzern	Theaterstrasse 7		6003	Luzern	041 311 05 85	sp-luzern@bluewin.ch
SP Kanton Nidwalden		Postfach 923	6371	Stans	061/631.42.19	thomas.mathis@bluewin.ch
SP Kanton Schaffhausen	Platz 8	Postfach 3249	8200	Schaffhausen	052 625 72 39	kontakt@sp-sh.ch
SP Kanton Schwyz	Mühlefluo 12D	Postfach 543	6414	Oberarth	044 435 30 75	info@spschwyz.ch
SP Kanton Solothurn	Rossmarktplatz 1	Postfach 1555	4500	Solothurn	032 621 72 27	spsek@solnet.ch
SP Kanton St. Gallen	Hintere Poststrasse 18	Postfach	9000	St. Gallen	071 222 45 85	kantonalpartei@sp-sg.ch
SP Kanton Thurgau		Postfach 179	9545	Wängi	052 378 23 55	kontakt@spthurgau.ch
SP Kanton Uri		Postfach 934	6460	Altdorf UR 1	041 870 01 29	info@sp-uri.ch
SP Kanton Zug		Postfach 1326	6301	Zug	041 769 07 20	hubert.schuler@datazug.ch
SP Kanton Zürich	Hallwylstrasse 29		8004	Zürich	044 241 72 42	spkanton@spzuerich.ch
SP Oberwallis		Postfach 616	3900	Brig	027 924 59 83	info@sp-oberwallis.ch
SP Obwalden		Postfach 105	6060	Sarnen	041 618 74 14	info@sp-ow.ch

12.2 Lien Extranet

<http://www.sp-ps.ch/extranet>

12.3 Lien portail des sections (gestion des membres ADMO)

<https://www.pssuisse.ch/section>

12.4 Lien Charte graphique (CI/CD)

La charte graphique se trouve sur le site du PS Suisse à la rubrique médias -> téléchargement -> corporate identity.

<http://www.sp-ps.ch/index.php?id=453&L=1>

12.5 Lien portail des membres

Le portail des membres, qui contient toutes les informations essentielles et les formulaires intéressants, se trouve à l'adresse ci-dessous (à laquelle les sections devraient renvoyer de manière bien visible sur leur propre site). Vous pouvez télécharger la bannière correspondante sur extranet (domaine sections -> extranet).

<http://www.pssuisse.ch/adherer>