



## Consultation menée dans les partis cantonaux des sections de villes et les organes

### Futur PS

**« C'est une loi valable pour toutes les entités, qu'elles soient organiques ou inorganiques, physiques ou métaphysiques, humaines ou surhumaines : la forme suit toujours la fonction. »**

**Louis Sullivan, architecte spécialiste des immeubles de grande hauteur (IGH)**

#### 1. INTRODUCTION ET OBJECTIFS DU PROJET

Comme toutes les organisations, le PS Suisse est un parti qui évolue et se transforme. Il est soumis à des tendances globales, comme la diminution du nombre d'adhésions au parti, un changement de comportement en matière de communication et d'information et l'individualisme croissant des citoyennes et des citoyens – pour ne citer que quelques exemples. Les caractéristiques de cette évolution influencent à leur tour les besoins de nos semblables par rapport aux partis et, en même temps, la façon dont ceux-ci sont organisés.

Si nous voulons nous affirmer en tant que force politique, nous devons mettre à profit la période qui suit les élections pour réfléchir à notre organisation, aborder la question de nos tâches actuelles et futures et entreprendre les changements nécessaires. Cela, d'une part, parce que nos perspectives financières sont moroses. Alors que le nombre de nos membres et les dons sont en recul – l'année électorale 2015 constitue ici une exception qui va à contre-courant de cette tendance générale –, l'offre de prestations du PS Suisse n'a cessé d'augmenter au cours de ces 10 dernières années. Mais aussi, d'autre part, parce que chaque projet de changement offre la chance de continuer de croître et de gagner en force.

Dans un tel contexte, l'objectif général du projet consiste à rendre opérationnelles des formes et des structures adaptées à nos contenus, exigences et objectifs politiques, à examiner les entités déjà existantes et à en tester de nouvelles, de façon que nous puissions, à l'avenir aussi, marquer de notre empreinte l'évolution politique de notre pays et développer des visions politiques.

Pour l'essentiel, le projet «Futur PS» se compose des trois objectifs clés suivants:

- a) Le PS reste un parti de militants. De nombreux membres, actifs dans de nombreuses sections, jouent un rôle crucial dans l'action de notre parti. Ils façonnent l'histoire du PS en exerçant leur influence sur les circonstances et les particularités locales, cantonales et nationales.
- b) La capacité de mener des campagnes et la capacité de mobilisation du PS continuent d'être garanties. Elles doivent leur existence et leur vigueur à ce qui est traditionnellement l'un des points forts du PS: le dévouement dont font preuve ses membres.
- c) Le financement des projets et des campagnes du PS Suisse à moyen et à long terme est assuré.

Le présent document se compose d'informations introductives (chapitre 1 et 2), des mesures concrètes (chapitre 3) ainsi que des principales étapes du processus (chapitre 4). **Les partis cantonaux et municipaux ainsi que les différents organes du PS Suisse sont priés de prendre position au sujet des 10 requêtes énumérées au chapitre 3 d'ici au 30 avril 2016 et de répondre au questionnaire.** Ils sont en outre invités à soumettre d'autres propositions de réorganisation. Après dépouillement de la consultation, une version remaniée de mesures possibles sera présentée aux participants au Congrès des 3 et 4 décembre 2016 ou/et aux organes compétents.

## 2. SITUATION DE DÉPART

### 2. A ORGANISATION ET AFFILIATION

Le PS Suisse est un parti de militants – un type de parti qui est né en même temps que l'introduction du suffrage universel (masculin). Entre 1900 et 1920 est apparu en Suisse, ainsi que dans de nombreux autres pays d'Europe, un principe formel de parti d'un tout nouveau genre qui, malgré tous les bouleversements sociaux et changements en profondeur survenus depuis lors, a conservé presque inchangée sa configuration (forme) d'origine. Les partis de militants (de masse) sont nés du modèle d'organisation des partis ouvriers – encore exclus, à l'époque, de la participation au pouvoir politique. Le SPD – Parti Socialiste d'Allemagne – est le prototype même du parti de masse. La caractéristique d'un genre totalement nouveau et essentielle du parti de masse était la possibilité de s'affilier et, par là, de jouer un rôle en tant que membre. Les sections ont commencé à jouer un rôle central pour le recrutement des membres. À son tour, la coordination des membres et des sections a nécessité certains efforts d'organisation, ce qui a entraîné la mise en place d'appareils de parti.

La phase de création du parti de militants a inspiré la structure de base du PS Suisse: section – parti cantonal – PS Suisse. Même si beaucoup de choses ont changé depuis les années 1960, l'identité du PS Suisse repose aujourd'hui encore sur les éléments essentiels du parti de militants. De nombreux membres, actifs dans de nombreuses sections, déterminent l'évolution du parti, garantissent notre capacité de mener des campagnes et de mobiliser des gens par les cotisations des membres et par la force de leur engagement et assurent son ancrage dans la société. Les 30'124 membres actuels du PS Suisse sont répartis dans 26 partis cantonaux, de nombreux groupements locaux et de district ainsi que 819 sections: 586 partis locaux suisses alémaniques, 174 suisses romands et 59 italophones. Chaque section jouit d'une large autonomie, notamment en ce qui concerne ses activités dans la commune ou dans le quartier où elle est ancrée. Les sections sont le cœur même du parti. Là où elles fonctionnent bien, elles ont, le plus souvent, suffisamment de relève locale et d'influence sur la politique communale. Cela a des répercussions positives sur la visibilité du PS et, par voie de conséquence, rend le PS local attrayant aux yeux des membres potentiels.

Notre autodéfinition comme parti de militants est actuellement en contradiction croissante avec la diminution du nombre d'adhésions au parti. En Suisse aussi, les partis tendent à se développer dans le sens de partis d'élite et de partis tributaires de dons, dans lesquels un petit nombre de personnes – des « élus », des bailleurs de fonds – président aux destinées du parti, voire (plus ou moins indirectement) à celles de notre pays. Ce type de partis est diamétralement opposé à notre conception du parti de militants démocratique. Le recul du nombre de nos membres ne nous concerne donc pas uniquement du point de vue financier, mais aussi sous l'angle de la vision de la démocratie interne au parti et de la force de mobilisation.

**Objectif:** faire du recrutement de membres à l'échelle nationale, cantonale et locale une tâche clé, stabiliser (à un niveau élevé) le nombre des membres, étendre les droits de cogestion et les possibilités de participation.

## 2. B CAPACITÉ DE MENER DES CAMPAGNES ET CAPACITÉ DE MOBILISATION

Une différence frappante par rapport à la plupart des pays de l'Europe occidentale réside dans le fait qu'il n'y a en Suisse guère de législation sur les partis et que le financement des partis n'est – dans une large mesure – soumis à aucune réglementation. Cela a pour conséquence que des sommes considérables d'argent sont investies dans des campagnes politiques sans que les citoyennes électrices et citoyens électeurs connaissent la provenance de l'argent ou sachent quels intérêts celui-ci est censé servir.

Si l'on compare les campagnes électorales ou les campagnes de votation(s) passées, l'évidence saute aux yeux: le PS ne peut rivaliser avec les campagnes *paid media* (=> espace acheté pour une insertion publicitaire) classiques des partis bourgeois, ni aujourd'hui ni à l'avenir. Trop grandes sont les différences financières. La campagne de base s'est développée comme un élément de campagne prometteur et porteur d'avenir. Lors de la campagne électorale de 2015, elle a été déployée pour la première fois à l'échelle nationale. Elle puise ses ressources et son efficacité dans ce qui est traditionnellement l'un des points forts du PS: les membres volontaires. La campagne de base a atteint son point culminant dans une action téléphonique d'envergure, décentralisée, au cours des dernières semaines de la campagne électorale. Pendant cette action, 5000 membres du PS ont conversé avec plus de 100'000 électrices et électeurs potentiels tout en les encourageant à aller voter. Résultat: dans les régions abondamment visées par les appels téléphoniques, le PS a en règle générale obtenu de bons résultats. Par ailleurs, la campagne a renforcé les sections et la capacité générale de mobilisation du PS.

En d'autres termes: la campagne de base s'est élevée en peu de temps au rang d'instrument puissant représentant une véritable alternative aux campagnes *paid media* menées à grand renfort de millions par les partis bourgeois.

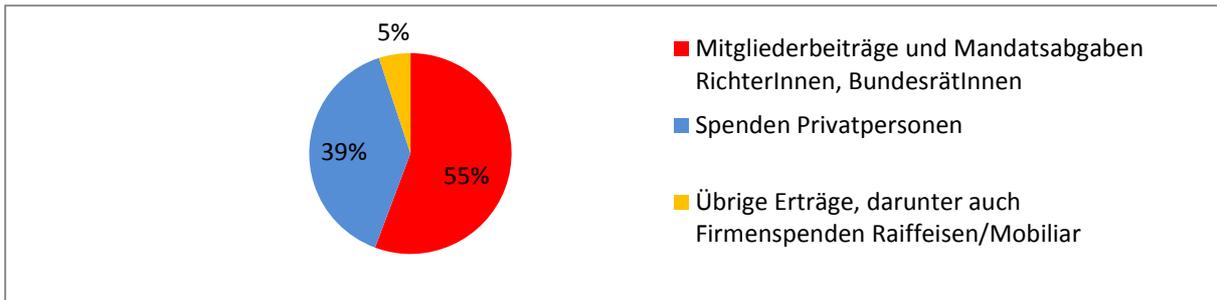
**Objectif:** renforcer notre capacité de mener des campagnes et notre capacité de mobilisation, intégrer des éléments de la campagne de base dans le portefeuille du PS Suisse sans que l'on doive renoncer à d'autres tâches clés.

## 2. C FINANCES

Le PS finance son action principalement par les cotisations des membres et de petits dons. Or, ces deux sources de recettes sont en recul: le nombre des membres et, par voie de conséquence, les cotisations enregistrent une diminution depuis les années 1990, les dons depuis environ 5 ans. Cette tendance est en contradiction avec les exigences accrues des sections, des partis cantonaux et des membres en ce qui concerne les prestations et les services professionnels fournis par le PS Suisse. Des exigences qui sont fondamentalement positives: un signe que les services fournis par le PS Suisse sont nécessaires, que ceux-ci apportent un certain soulagement et/ou créent de la plus-value.

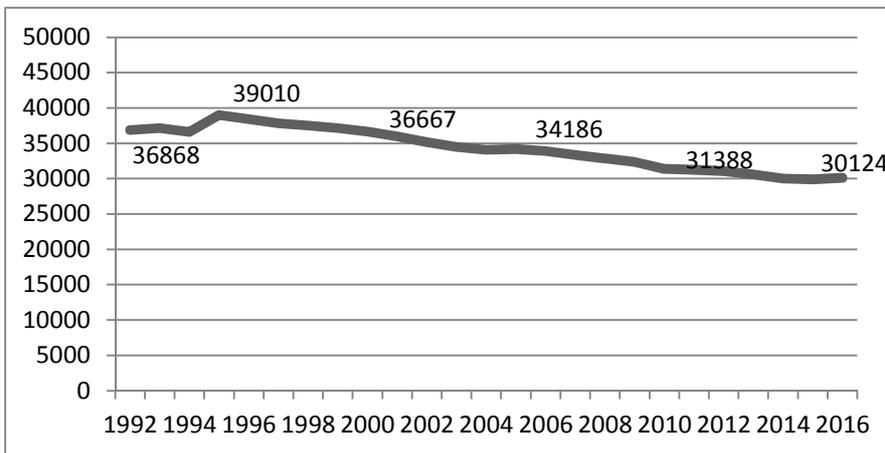
Actuellement, le budget du PS Suisse s'élève à environ 4 millions de francs pour une année non électorale. Les recettes se composent principalement des cotisations des membres de même que des recettes de dons. Les moyens financiers du parti proviennent à 90% de personnes privées. Les 10% restants se composent des produits de la vente ainsi que de dons de personnes morales (La Mobilière: 10'000 CHF; Raiffeisen: 50'000 CHF). Les comptes du groupe parlementaire sont gérés séparément du budget du PS Suisse et ne sont donc pas pris en considération ici.

**Graphique: la provenance des fonds du PS Suisse (moyenne sur une période de quatre ans).**

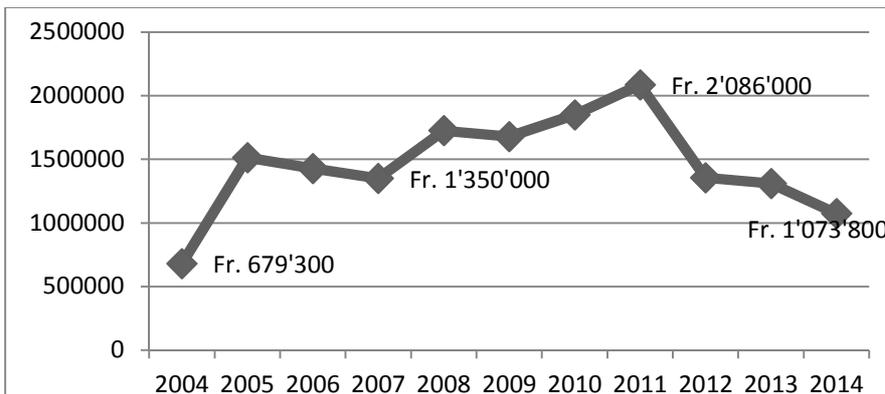


En raison de la morosité des perspectives financières, il n'a depuis 2012 plus été possible de faire des provisions à partir des comptes de l'exercice en cours. Le PS Suisse a bouclé l'exercice 2014 – pour la première fois depuis longtemps – sur un déficit. Cela a entraîné une diminution des fonds du parti, qui s'établissent à 567'500 francs. La campagne électorale de 2015 a certes encore pu être financée, mais le parti se trouvera ces prochaines années dans une situation financière précaire.

**Graphique: évolution du nombre de nos membres depuis 1992**

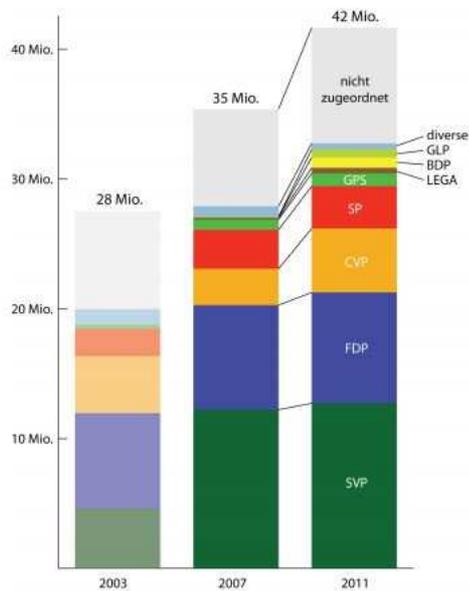


**Graphique: évolution des dons depuis 2004**



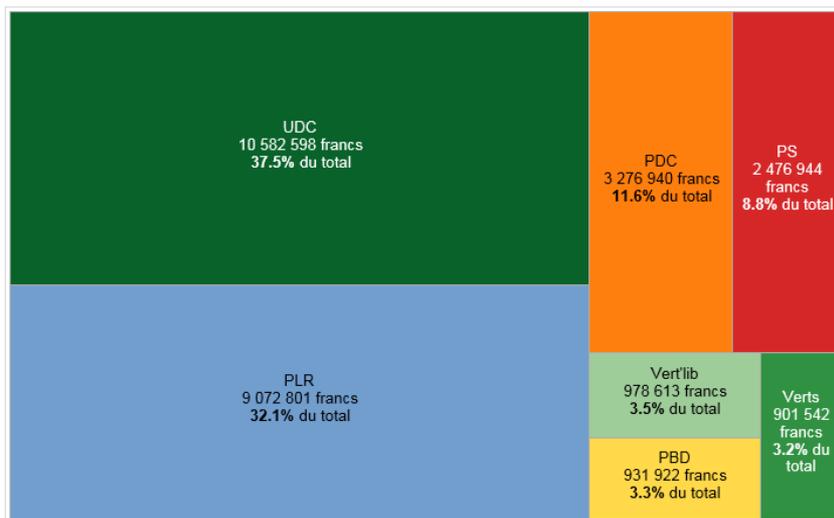
L'évolution des dépenses occasionnées par les votations nationales et les élections fédérales, qui exigent de plus en plus de moyens, va totalement à contre-courant de ces tendances. Tout aussi frappante est l'énorme différence entre les dépenses des partis bourgeois et celles des partis de gauche.

**Graphique: dépenses publicitaires lors des élections et votations de 2003, 2007 et 2011. Source: sotomo.**



**Dépenses publicitaires par parti (avril - octobre)**

Source: Media Focus



Afin de disposer d'une marge de manœuvre suffisante pour organiser des campagnes électorales et de votation(s), mais aussi pour lancer des référendums et des initiatives et accomplir le travail politique de tous les jours, le comité directeur s'est prononcé – sur le conseil de la commission des finances – en faveur de l'adoption de deux paquets financiers:

En 2016: économies, et/ou suppléments de recettes de l'ordre de 200'000 francs/an

À partir de 2017: économies, et/ou suppléments de recettes de l'ordre de 500'000 francs/an

Dès 2015, on a en outre fait reposer la collecte de fonds sur une nouvelle base contractuelle – qui garantit un revenu net et fait intervenir un système de bonus/malus – et pris diverses autres mesures (têtes connues, e-mails moins nombreux et donc plus ciblés, réunions de deux magazines des donateurs/donatrices sous le titre *solidaires*) pour stabiliser les recettes. Dans un premier temps, les mesures ont eu des effets positifs. Elles ont toutefois été adoptées pendant une année électorale (non représentative) – il faudra donc attendre les résultats de l'année suivante.

Dans le domaine du recrutement de membres, une personne active à 20% au Secrétariat central depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2016 est responsable du lancement et de la mise en œuvre de projets pour le recrutement et la fidélisation de(s) membres. L'objectif est de donner aux sections la possibilité d'attirer de nouveaux membres et de les impliquer dans le travail du parti.

**Objectif:** assainir nos finances à long terme, de façon que le financement des campagnes électorales ou de votation(s), des campagnes et des projets soit assuré.

### 3. MESURES

Sur la base des développements esquissés plus haut, la direction du PS Suisse demande aux partis cantonaux et aux organes de mener des discussions à propos de 10 mesures qui se concentrent sur les domaines organisation et affiliation (de A-1 à A-5), campagnes et mobilisation (B-6) ainsi que financement (de C-7 à C-10). Les partis cantonaux et les différents organes sont priés de prendre position au sujet des 10 mesures à titre individuel et de les évaluer en faisant appel à leur seul jugement. Après dépouillement de la consultation, une proposition remaniée de mesures possibles sera présentée aux participant-e-s au Congrès des 3 et 4 décembre 2016.

#### 3. A ORGANISATION ET AFFILIATION

##### A-1 Renforcer le recrutement de membres

Le PS Suisse a vu le jour sous la forme d'un parti de militants (de masse) et il est aujourd'hui encore organisé comme tel, ce qui profite grandement tant au membre qu'au parti. Les membres peuvent participer de façon significative aux décisions qui façonnent la trajectoire du parti. En contrepartie, le parti dans son entier tire profit de l'engagement de ses membres.

Afin que les membres puissent continuer de jouer un rôle central et que le PS Suisse se distingue, à l'avenir aussi, par le fait qu'il peut compter sur une base engagée, critique et capable de se mobiliser, la tendance à la baisse doit être stoppée – au cours de la dernière décennie, on enregistre une moyenne annuelle de 2500 arrivées pour 3000 départs. Ce sont les sections qui sont le plus fortement et le plus directement concernées par le recul du nombre de nos membres. Le problème de loin le plus souvent évoqué par les responsables des différentes sections est le manque de relève. Dans un tel contexte, l'augmentation du nombre de nos membres est aussi et avant tout une mesure destinée à renforcer les sections.

Malgré la diminution du nombre d'adhésions au parti et l'accentuation de l'individualisme ambiant, et même si la situation est la même dans presque tous les partis établis d'Europe, rappelons-nous que cette tendance n'est pas une loi inexorable de la nature: on peut la stopper. Ainsi, le bilan de fin d'année 2015 était, pour la première fois depuis plus de 10 ans, légèrement positif (+0,8%). Mais une chose est claire: on a besoin aujourd'hui d'un engagement beaucoup plus fort que par le passé. Le recrutement de membres doit se voir accorder une priorité élevée à tous les niveaux, au même titre que la bonne prise en charge des nouveaux membres, de façon que ceux-ci trouvent leur place dans le parti et s'engagent avec énergie (voir aussi A-3).

Comme déjà signalé, le PS Suisse a revalorisé le domaine du recrutement de membres: depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2016, une personne active à 20% au Secrétariat central est responsable de l'élaboration et de la publication de projets concrets pour le recrutement de membres. L'objectif est de donner aux sections les moyens de recruter de nouveaux membres et d'impliquer ceux-ci dans le travail du parti – comme c'était le cas jusqu'à présent, la responsabilité du recrutement de membres incombe aux sections.

**Requête A-1:** Les sections, les partis cantonaux et le PS Suisse font du recrutement de membres leur priorité absolue. Ils inscrivent le recrutement et la fidélisation de(s) membres dans le portefeuille et désignent une personne responsable des différents aspects de cette problématique. Le PS Suisse élabore des offres concrètes qu'il met à la disposition des sections via les partis cantonaux sous la forme de dossiers et avec le matériel (modèles/échantillons) s'y rapportant. Par des mesures éprouvées et bien rodées, comme le recrutement de membres dans la rue (dans les villes), le fait de chercher à séduire de façon ciblée de nouveaux venus ou des personnes fraîchement naturalisées, la prise de contact régulier avec les sympathisant-e-s, etc., les sections jouissent de bonnes conditions pour recruter des membres et sont accompagnées dans le cadre de projets concrets. Parallèlement à cela, le processus d'adhésion est contrôlé et simplifié là où cela est nécessaire et le processus de prise en charge des membres est amélioré.

## **A-2 Créer des formes d'affiliation en phase avec notre époque**

À l'heure actuelle, le PS ne (re)connaît qu'une seule forme d'affiliation: celle de «membre à part entière» (article 3 des statuts, al. 1-12). Celle-ci est fortement imprégnée de la structure fédéraliste de la Suisse et met l'accent sur la politique communale ou/et l'affiliation à une section. Le/la «sympathisant-e» est certes mentionné-e à l'article 5, al. 1 des statuts – (le PS Suisse tient un registre de tous les membres; il peut aussi inscrire des sympathisant-e-s dans le registre) –, les droits et les devoirs de celui-ci/celle-ci ne sont toutefois pas définis.

Face à la diminution du nombre des membres, il faut se poser la question de savoir si l'offre existante est suffisante. Cette offre nous permet-elle de couvrir les besoins des membres actuels et potentiels? Ou bien pourrions-nous, grâce à de nouveaux concepts, entrer en contact avec plus de personnes et rendre notre parti plus attrayant?

Selon un premier état des lieux, on distingue aujourd'hui les types de besoins mentionnés ci-après. Les personnes qui expriment ces besoins ont toutes en commun le fait qu'elles partagent nos valeurs et sont prêtes à soutenir le PS par l'intermédiaire d'une certaine contribution financière. Par ailleurs, il convient de signaler que ces types de besoins sont seulement une photographie instantanée et que les besoins peuvent aussi changer au fil du temps.

## État des lieux: différents types de besoins

<b>Membre actif</b>	Souhaiterait influencer et contribuer à façonner activement l'orientation du parti et est aussi prêt, pour exaucer ce vœu, à consacrer une partie de ses loisirs à la réalisation des objectifs que s'est fixés le parti.
<b>Membre passif</b>	Souhaiterait être informé des décisions essentielles du parti. À part cela, il aimerait toutefois, en principe, qu'on lui fasse grâce des invitations à devenir actif.
<b>Membre motivé par des intentions de carrière</b>	Espère trouver au sein du parti un terrain favorable à ses possibilités professionnelles, que ce soit par la perspective d'un poste politique ou juridique, l'élargissement du cercle de ses clients ou de ses relations, etc.
<b>Membre à la recherche de contacts sociaux</b>	Attend du PS un espace d'expériences à caractère social et la possibilité de faire connaissance avec des personnes partageant les mêmes intérêts (nouveaux venus, célibataires).
<b>Membre d'évaluation</b>	A été motivé par une raison spécifique ou est issu d'un mouvement social et cherche un cadre d'action politique adéquat pour poursuivre cet engagement. Ouvert à une collaboration active, pour autant que l'environnement et les offres de cogestion y soient propices.

Si l'on combine ces types de besoins avec le cadre d'orientation géographique dans lequel des membres potentiels évoluent – termes clés: mobilité renforcée, séparation du lieu de résidence (et) du lieu de travail –, il apparaît clairement que nous mettons à disposition une offre optimale seulement pour une partie de nos membres. À savoir pour les membres actifs présents dans la commune et pour ceux qui cherchent à nouer des contacts au niveau de la commune. Pour les personnes représentant les autres types de besoins cités, l'offre est moins bonne, voire inexistante. Voilà qui met en lumière une nouvelle fois ceci: nous ne couvrons pas l'éventail des formes d'affiliation possibles et, de ce fait, nous ne tirons pas non plus profit de tout le potentiel existant en termes de membres susceptibles de se rallier à notre cause.

La lacune la plus grande réside dans un type d'affiliation qui ne met pas l'engagement local au centre de ses préoccupations, mais qui s'exprime plutôt dans l'intérêt du PS en général, en combinaison avec la volonté de soutenir celui-ci financièrement. Pour cette catégorie, on a besoin d'un seuil d'entrée aussi bas que possible, de l'accès aux informations internes ainsi que de la possibilité de pouvoir s'engager dans le cadre de projets et/ou de thèmes spécifiques.

**Requête A-2:** L'offre de «qualité de membre à part entière» (affiliation intégrale) qui existe aujourd'hui est enrichie par la catégorie supplémentaire de «membre direct» (affiliation directe). Un «membre direct» est membre du PS Suisse et n'est membre d'aucun autre niveau «inférieur» du parti; la cotisation est payée au PS Suisse et s'aligne sur la contribution fixe figurant sous A-3, pour laquelle le montant dépassant les 65 francs va au parti cantonal ou à la section. Le «membre direct» reçoit les informations du PS Suisse (*links, socialistes, newsletters, etc.*) et peut collaborer au sein des organes et des commissions spécialisées figurant au chapitre A-3 ou (aussi) participer à des actions au niveau national (récoltes de signatures, activités de la campagne de base, etc.). En revanche, un membre direct ne peut pas se porter candidat à un poste (ou à une fonction) interne au PS Suisse.

Les membres directs du PS Suisse sont contactés régulièrement et se voient proposer de s'affilier à une section.

### **A-3 Rendre compte des besoins et rendre possibles les engagements**

Comme décrit dans la partie introductive et au chapitre précédent, les besoins des citoyennes, électrices et électeurs, tout comme ceux des membres par rapport aux partis, changent et évoluent en permanence. En plus de l'engagement au niveau local pour un projet tout à fait concret, la possibilité d'une activité au niveau régional, cantonal ou national pour l'adhésion au PS peut elle aussi être déterminante. La fondation des Femmes socialistes suisses dans les années 1930 constitue une réponse à l'évolution de ces besoins, tout comme la formation du PS60+ ou du PS Migrant-es dans les années 2000.

En plus de disposer de formes d'affiliation adéquates, le parti doit de ce fait (aussi) se doter d'entités internes au parti qui cadrent avec les besoins du public. Dans un tel contexte, on doit contrôler si les organes, groupes de travail, commissions et groupes existants aujourd'hui sont suffisants au niveau cantonal et national pour représenter l'intérêt existant, notamment dans les zones où il n'y a pas de sections ou dans celles où la vie des sections ne propose pas un choix ou/et un nombre suffisant(s) d'activités.

Existent actuellement les entités, instances et organes suivants, lesquels sont ouverts à chaque membre: Femmes socialistes suisses, PS60+, PS Migrant-e-s, Groupe de suivi «Formation» et les 11 commissions spécialisées.

En plus de mesures de recrutement de membres efficaces et de formes d'affiliation adéquates, on doit aussi mettre à disposition des offres internes au parti, en particulier pour les nouveaux membres qui ont envie de s'engager. Dans un tel contexte, on doit contrôler si les organes, groupes de travail et commissions à l'œuvre aujourd'hui – mais aussi d'autres offres, comme des manifestations d'accueil et de formation, des programmes de mentoring, des cérémonies honorifiques, etc. – sont suffisants au niveau cantonal et national pour capter et refléter l'intérêt existant, notamment dans les zones où il n'y a pas de sections ou dans celles où la vie des sections ne propose pas des activités en suffisance. L'objectif est que chaque nouveau membre intéressé noue des contacts s'il le souhaite et que la solidarité et les liens entre les membres dans le parti soient renforcés.

**Requête A-3:** On contrôle les offres internes au parti disponibles en ayant à l'esprit les types de besoins existants et on les complète si nécessaire. Concrètement, les sections sont renforcées dans leur capacité d'accueillir rapidement de nouveaux membres et de les motiver à travailler pour le parti. Parallèlement à cela, au niveau régional et/ou cantonal, mais aussi au niveau national, on crée de nouvelles offres si l'on constate une lacune manifeste. Les entités et les offres existantes sont mises au concours de façon ciblée à l'intention des membres potentiels et de ceux qui ont intégré le parti récemment.

### **A-4 Étendre les droits de cogestion**

Le PS Suisse connaît différents droits de cogestion et différentes possibilités de codécision. En tant que délégué-e-s au Congrès ou aux Assemblées des délégué-e-s, nos membres influent sur la trajectoire et la ligne du parti, prennent des décisions qui concernent des projets d'initiative, se prononcent sur des référendums, définissent la composition des instances du parti, approuvent les papiers de position ou rédigent des mots d'ordre sur des votations imminentes. En outre, chaque membre a la possibilité de choisir dans quelle(s) entité(s) du parti il souhaite collaborer (11 commissions spécialisées et 3 organes).

Une possibilité d'étendre les droits de cogestion, de renforcer le dialogue avec les membres et de rendre plus attrayante une affiliation au PS réside – notamment compte tenu des possibilités électroniques actuelles – dans l'instrument de la votation générale. L'article 24 de nos statuts stipule

que tous les membres peuvent participer aux décisions relatives aux questions politiques importantes par l'intermédiaire d'une votation générale.

Jusqu'à présent, dans toute l'histoire du PS, il n'y a eu que deux votations générales: en 1921 sur la question de l'Internationale communiste et en 1995 sur la dixième révision de l'AVS. Alors que la votation générale a (en 1921) provoqué la scission de l'aile gauche du parti et la fondation du Parti communiste de la Suisse, elle a (en 1995) contribué à la percée de la dixième révision de l'AVS. En outre, la votation générale des années 1990 a provoqué une forte augmentation du nombre de nos membres, car on avait aussi écrit aux sympathisant-e-s du PS et ceux-ci avaient eu le droit de participer à la votation générale – dans la mesure où ils/elles avaient adhéré au PS.

**Requête A-4:** Pour les questions essentielles, à savoir celles qui ont un rôle moteur et ouvrent des perspectives, le moyen de la votation générale est utilisé plus souvent que par le passé. Pour compléter le dispositif, on mène aussi des consultations auprès des membres (par exemple dans le cadre de projets d'initiative) qui jouent un rôle lors de la procédure décisionnelle, mais dont la voix n'a ici pas le même effet contraignant que lors d'une votation générale. Troisièmement, on examine d'autres et de nouvelles formes possibles de participation active (prise de parole, droit de regard, droit d'intervention), de codécision et de cogestion en continu.

#### **A-5 Ancrer les organes dans les statuts**

En soutenant les activités des Femmes socialistes suisses, du PS60+ et du PS Migrant-e-s, le PS assure l'existence de certains organes internes au parti qui sont particulièrement importants en termes d'électrices et d'électeurs potentiels. La même chose est valable pour la Jeunesse socialiste, qui reçoit en tant qu'organisation autonome une contribution financière du PS.

Les expériences vécues jusqu'à présent avec ces différents organes montrent que l'analyse était correcte: parmi les jeunes et les seniors, les femmes et les migrant-e-s, le potentiel de mobilisation pour les idées et les campagnes du PS est en moyenne plus élevé que dans le reste de la population. Mais vu que ces organes sont nés dans des contextes historiques totalement différents, il existe aujourd'hui de grandes différences entre eux en ce qui concerne les budgets, les ressources en personnel mises à disposition ainsi que du point de vue de la manière dont ils sont organisés. Nous devons ici, au moyen d'un état des lieux, tirer un bilan du travail accompli ces 5 dernières années et nous pencher sur nos futurs projets et priorités thématiques. En outre, il faut procéder à une certaine harmonisation des droits et des devoirs du PS60+, du PS Migrant-e-s et des Femmes socialistes suisses.

**Requête A-5:** Au niveau des statuts du PS Suisse, un article (exprimant le but de la loi) règle les tâches, droits et devoirs des organes. Le reste est fixé par un règlement qui est approuvé par l'Assemblée des délégué-e-s.

## B CAPACITÉ DE MENER DES CAMPAGNES ET CAPACITÉ DE MOBILISATION

### B-6 Définir les tâches clés du parti

Le PS Suisse a un vaste portefeuille. En tant que parti national, il élabore sur la base de l'agenda national des concepts stratégiques, fixe ses propres priorités, lance des discussions ainsi que les projets et campagnes s'y rapportant. En tant qu'organisation faîtière de 26 partis cantonaux et de plus de 800 sections, il est toutefois aussi fournisseur de produits et pourvoyeur d'offres. Du point de vue des ressources et de l'efficacité, il est judicieux de les conceptualiser, coordonner et mettre en œuvre de façon centralisée.

Au cours de ces dernières années, le domaine d'activité du PS Suisse a subi de profonds changements. À cet égard, on observe deux tendances. La première d'entre elles réside dans l'élargissement de la gamme des prestations du PS Suisse (voir liste ci-dessous). Ainsi, au cours de ces dernières années, sont venus occuper le premier plan de plus en plus de projets et de campagnes qu'il faut comprendre dans le sens d'une offre aux partis cantonaux, aux sections et aux membres (p. ex. projets de formation, tâches de coordination). Cet accent va encore se renforcer ces prochaines années lorsqu'il s'agira de développer et de consolider nos actions dans la nouvelle voie testée lors de la campagne électorale 2015, à savoir la campagne de base.

La deuxième tendance se traduit par une demande croissante de nos membres et de nos électrices/électeurs en matière de services professionnelles en faveur des partis et par l'augmentation des dépenses connexes lors des votations et élections nationales (voir p. 5). Ces deux développements vont à contre-courant de la diminution des recettes du PS Suisse et mettent clairement en lumière le dilemme auquel notre parti est confronté: il doit faire plus avec moins d'argent.

Pour le PS Suisse, il est très important que les partis cantonaux et les sections bénéficient de ses services. Ils sont censés apporter un certain soulagement et/ou créer de la plus-value. Il est toutefois tout aussi crucial que l'on prenne en considération les exigences de notre époque, que l'on teste également de nouvelles idées et de nouveaux concepts prometteurs et que le PS Suisse, en tant que parti national, puisse continuer de fixer ses propres priorités thématiques. Troisièmement, le programme doit se conformer aux conditions imposées par la diminution des dons des membres et des recettes de dons.

La présente liste se propose de donner une vue d'ensemble aussi complète que possible des tâches et des activités du PS Suisse. Sont pourvus d'un astérisque\* les projets qui sont nouveaux par rapport à 2007. Sont pourvus d'une croix † ceux qui, depuis 2007, ne sont plus gérés dans le portefeuille du PS Suisse.

#### Campagnes et communication

- Conception et mise en œuvre de campagnes en lien avec les votations nationales
- Production et distribution de 2-4 journaux de votation(s) par an (depuis 2004)
- Lancement et mise en œuvre d'initiatives nationales et de référendums
- Rôle de point de contact ainsi que responsabilité du développement et du traitement en continu de la charte graphique
- Relations publiques: rédaction de communiqués de presse, organisation de conférences de presse, de points de presse, etc.
- Culture et exploitation/gestion de nos canaux *social media* (Facebook, Twitter, Youtube) \*
- Rédaction et envoi de *links* (8x par an) et de *socialistes* (6x par an)
- *Rote Revue* †
- Planification, rédaction et envoi de diverses newsletters (Levrat, Campa, PS60+) \*

## Administration et finances

- Exploitation et gestion de la banque de données OM
- Formation des sections et des partis cantonaux pour les banque de données OM \*
- Organisation et animation de Congrès, d'Assemblées des délégué-e-s, de Conférences de coordination, de la Coordination romande
- Suivi et encadrement des différentes instances du parti (présidence, direction)
- Opérations de collecte de dons (*public fundraising*)
- Culture et développement du réseau des grands donateurs/grandes donatrices; organisation de la réunion annuelle \*
- Structuration et implémentation du système des legs \*

## Information et échange

- Culture du réseau international; participation à des conférences internationales et échange avec les partis frères européens
- Information des sections (information aux sections) \*
- Information des partis cantonaux (lettres d'informations) \*

## Projets

- Conception d'offres de formation (université d'été\*, modules de formation pour les sections\*, manifestations pour les membres de l'exécutif, rencontres de(s) parti(s), formation des fonctionnaires, *Jeunes perspectives* †, congrès et formations en lien avec les votations nationales †)
- Rédaction et distribution de manuels pour le travail dans les sections \*
- Conception et mise en œuvre du projet «Pour un PS fort dans l'agglomération» \*
- Conception et mise en œuvre du projet «Démocratie économique» \*
- En phase d'élaboration: offre aux partis cantonaux, utiliser l'outil de collecte de dons du PS Suisse dans les partis cantonaux pour les élections ou les projets cantonaux spécifiques \*
- En phase d'élaboration: conception et mise en œuvre du projet «Recrutement de membres» \*
- Expositions artistiques †

## Organes

- Supervision et mise en œuvre des décisions des Femmes socialistes suisses
- Supervision et mise en œuvre des décisions du PS60+ \*
- Supervision et mise en œuvre des décisions du PS Migrant-e-s \*
- Rencontre des secrétariats

## Pendant les années électorales

- Conception de la campagne en vue des élections fédérales
- Élaboration du manuel et de l'identité visuelle \*
- Élaboration des modèles de layout pour les partis cantonaux, sections et candidat-e-s \*
- Organisation et animation des séances photos \*
- Production et distribution du journal électoral, y compris les splittings cantonaux
- Création des affiches pour l'affichage sauvage
- Conception et mise en œuvre de la campagne d'affichage APG/SGA et RailPoster CFF
- Confection et distribution des *giveaways*/cadeaux promotionnels (sacs en papier, chewing-gums, ours en peluche, pins, crayons) \*
- Organisation et animation des journées de formation pour les candidat(e)s (manifestation d'ouverture/de lancement, *social media*, discours)
- Création des sites web pour les candidat-e-s \*

- Newsletters pour les candidat-e-s \*
- Toolbox pour les candidat-e-s \*
- Formation des responsables cantonaux des campagnes électorales †
- Conception, organisation et mise en œuvre des éléments de la campagne de base en collaboration avec les partis cantonaux \*

**Requête B-6:** Les partenaires de consultation priorisent l'offre de prestations du PS Suisse à l'aide du questionnaire sur SurveyMonkey. La hiérarchisation sert aussi, mais pas exclusivement, de base si un plan de renonciation est nécessaire, autrement dit si une augmentation annuelle des recettes à hauteur de 500'000 CHF ne peut pas être générée.

## C FINANCEMENT

### C-7 Élever la part prélevée sur la cotisation des membres en faveur du PS Suisse

Le PS Suisse reçoit 55 francs sur chaque cotisation des membres versée à une section ou à un parti cantonal, indépendamment du montant de cette cotisation. Touchent une part de cette cotisation globale – en plus du PS Suisse – la section, le parti cantonal et souvent aussi un quatrième niveau – groupement régional ou de district. Les cotisations des membres sont fixées et encaissées par les sections (moins souvent par les partis cantonaux). Les sections remettent une partie des cotisations des membres au parti cantonal, 55 CHF par membre vont au PS Suisse.

La dernière augmentation des cotisations au niveau du PS Suisse a eu lieu en 2007 (de 50 à 55 CHF). Depuis 2007, la hausse s'élève à environ 2%. À cela s'ajoute le fait que le PS a considérablement enrichi la palette de ses prestations au cours de ces 10 dernières années (voir explications et liste dans mesure B-6). Si le portefeuille du PS Suisse entend garder le volume évoqué plus haut et si l'on tient compte de l'accroissement des dépenses publicitaires et des budgets lors des élections nationales (voir p. 5), une augmentation de la cotisation des membres ou/et de la taxe prélevée au profit du PS Suisse est incontournable. Un relèvement de la taxe de 10 francs entraînerait une augmentation des recettes d'environ 290'000 francs.

**Requête C-7:** Par membre, la taxe prélevée en faveur du PS Suisse est augmentée de 10 francs, ce qui la fait passer de 55 à 65 francs. L'augmentation interviendra le 1<sup>er</sup> janvier 2017

### C-8 Uniformiser les cotisations des membres

Les cotisations des membres versées au PS Suisse ne sont pas du tout uniformes<sup>1</sup> – tant en termes de montant que du point de vue du système de cotisations. Dans 16 partis cantonaux, ce sont les sections qui encaissent les cotisations. Dans les 11 partis cantonaux restants, ce sont les partis cantonaux eux-mêmes qui procèdent à la facturation; parfois directement à partir de l'OM, parfois à partir de statistiques des membres tenues séparément. Trois (parfois quatre) niveaux touchent une part de cette cotisation: la section, un groupement régional, le parti cantonal et le PS Suisse. Par membre, le PS Suisse reçoit actuellement 55 francs (cf. aussi chapitre C-7).

Alors que le système des cotisations de 14 partis cantonaux repose sur une cotisation des membres liée au revenu, l'autre moitié a pour base un schéma de cotisations des membres qui est fixe. Le tarif lié au revenu va de 15 francs à près de 1600 francs et plus pour les revenus imposables de 130'000 francs au minimum. Pour les cotisations des membres fixes, le sondage ne donne dans la plupart des cas pas d'indications.

---

<sup>1</sup> Ces affirmations se fondent sur une enquête réalisée en 2015 dans les partis cantonaux du PS Suisse.

De tous les partis cantonaux avec cotisations fixes, 5 connaissent une cotisation des membres supplémentaire, complémentaire, liée au revenu, qui est appelée «contribution de solidarité» ou «contribution compensatoire» du parti. Le tarif appliqué pour ces cotisations supplémentaires va de 5 à 4050 francs et plus pour les revenus avoisinant 130'000 francs.

Cette hétérogénéité du système et des montants des contributions a pour conséquence que les cotisations du PS perçues varient pour ainsi dire d'une commune de Suisse à l'autre et que le système manque totalement de transparence. Les personnes intéressées ne trouvent pas ou ne trouvent que difficilement combien coûte une affiliation. Ce fait contredit fondamentalement les principes organisationnels de base de certains partis et de certaines ONG, à savoir que l'entrée dans l'organisation doit être aussi dénuée d'obstacles et transparente que possible. Ainsi, un membre potentiel doit savoir quels sont ses droits et ses devoirs au sein du PS, mais aussi combien coûte une affiliation. Actuellement, il n'est pas possible de répondre à cette dernière question. Sur le site web du PS Suisse, il est bien précisé que la cotisation des membres varie d'une section à l'autre et que l'on doit de ce fait s'adresser au Secrétariat cantonal. Ce manque de transparence pour un nouveau membre potentiel doit être supprimé de toute urgence.

**Requête C-8:** Les cotisations des membres des sections du PS et des partis cantonaux du PS, qui sont aujourd'hui fort variables, sont uniformisées selon un système tarifaire unique appliqué à l'échelle nationale. Les partenaires de la consultation utilisent à cet égard le questionnaire sur SurveyMonkey.

### **C-9 Accepter des dons provenant de l'économie**

En 2012, les grandes banques UBS et CS sont entrées en contact avec les partis avec une proposition de dons aux partis nationaux. Alors que le don de l'UBS était lié à la condition de s'engager pour la place financière suisse, l'offre du CS n'était soumise à aucune condition. Les deux offres avoisinaient chacune 200'000 francs.

Les offres de l'UBS et du CS sont à la source du débat interne au parti qui a eu lieu lors de l'Assemblée des délégué-e-s du 1<sup>er</sup> décembre 2012, à Thoun. L'argument selon lequel on deviendrait dépendant des sociétés de la part desquelles on accepte des dons, on devrait défendre leurs intérêts et que cela nuirait à la crédibilité du PS était confronté à l'argument selon lequel le fait que le PS renonce à cet argent renforcerait nos adversaires politiques. Signalons que le PS a les reins assez solides pour se montrer critique envers les banques même après la réception de dons provenant de celles-ci.

Le débat a débouché sur la décision de n'accepter que des dons provenant d'entreprises organisées sur le modèle des coopératives. En conséquence de cette décision, le PS Suisse accepte des dons à hauteur d'environ 60'000 francs par an (Raiffeisen et La Mobilière) et refuse des dons pour un montant total de 480'000 francs.

<b>Entreprise/ société</b>	<b>Montant des dons et conditions</b>	<b>Décision du PS</b>
La Mobilière	10'000 CHF par an, ce don n'est lié à aucune condition.	Le don de La Mobilière est encaissé depuis 2004 (dans un premier temps 6000, puis 10'000 CHF). La Mobilière est une société coopérative.
Raiffeisen	Total de 200'000 CHF versés à tous les partis gouvernementaux, entre 46'000 et 57'000 CHF au PS. Le paiement du don n'est lié à aucune condition.	La Banque Raiffeisen est organisée en coopérative et verse des dons depuis 2011.

UBS	En 2012, l'UBS est entrée en contact avec le PS avec une proposition de don(s) de 200'000 CHF. Condition: le parti doit s'engager pour la place financière CH.	Le SPS a rejeté la proposition de don(s) en se référant à la décision prise lors de l'Assemblée des délégué-e-s.
CS	En 2012, le CS est entré en contact avec le PS, avec une proposition de don(s) non soumise à conditions de 200'000 francs.	Le SPS a rejeté la proposition de don(s) en se référant à la décision prise lors de l'Assemblée des délégué-e-s.
SWISS	Offre de SWISS du 11 septembre 2013 à hauteur de 200'000 CHF versés à tous les partis gouvernementaux (en fonction de la force du parti). Montant pour le PS: environ 45'000 CHF.	La présidence a refusé l'offre. Motif: la forme juridique de SWISS ne correspond pas aux formes juridiques acceptées dans le cadre de la décision prise lors de l'Assemblée des délégué-e-s.
AXA	Offre d'AXA Winterthur du 10 octobre 2013 à tous les partis ayant une force de groupe parlementaire au niveau national. Montant pour le PS: 39'387 CHF	La présidence a refusé l'offre. Motif: la forme juridique de l'entreprise ne correspond pas aux formes juridiques acceptées dans le cadre de la décision prise lors de l'Assemblée des délégué-e-s.

Depuis 2012, les choses ont commencé à bouger, si bien qu'une acceptation plus globale des dons peut être envisagée. La création d'une fondation interpartis pour tous les partis, qui recevrait les fonds des entreprises, a certes échoué à la première tentative, mais le PS Suisse va continuer de s'engager en faveur de cette idée. Par ailleurs, depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2015, de nouvelles prescriptions en matière de transparence sont entrées en vigueur pour les entreprises. Elles comportent entre autres un devoir d'annoncer les ayants droit économiques.

Abstraction faite du don de l'UBS, une acceptation de la requête entraînerait une augmentation des recettes de 280'000 CHF par an.

**Requête C-9:** En 2017, le PS Suisse met en place une entité organisationnelle adéquate (par exemple une fondation ou une association). Celle-ci est autorisée à accepter des dons provenant d'entreprises à la condition que le don ne soit lié à aucune condition. Les fonds ainsi acceptés sont alloués à des projets visant un but précis et limités dans le temps.

### C-10 Faire participer les partis cantonaux aux recettes de dons

Le PS Suisse collecte des fonds à titre professionnel. Pour que les collectes de dons du PS Suisse et celles des partis cantonaux ne donnent lieu à aucune concurrence inutile et stérile, un accord de 2009 régleme la participation des partis cantonaux aux recettes provenant de la collecte de fonds. Si les recettes nettes dépassent 1,2 million de CHF et si l'année en cours n'est pas une année électorale, 200'000 CHF provenant des recettes de dons sont mis à la disposition des partis cantonaux. La moitié de cette somme est versée «par membre», l'autre moitié consiste en des distributions de recettes liées à des projets. En contrepartie, les partis cantonaux renoncent à l'acquisition d'adresses tierces.

En raison de la situation financière tendue qu'a connue le PS Suisse déjà au cours des années précédentes, seules ont été distribuées aux partis cantonaux en 2013 les cotisations liées à des projets (100'000 francs) et, en 2014, seule une partie des fonds liés à des projets a été distribuée (au total 160'000 francs). Dans le cadre des premières mesures d'assainissement financier en lien avec le budget 2016, les partis cantonaux se sont en outre déclarés prêts – lors de la Conférence de coordination du 4 décembre 2015 – à suspendre l'accord pour un an. Dans les faits, il reste toutefois valable.

Sur le fond, le PS Suisse considère un accord avec les partis cantonaux quant à la collecte de fonds comme adéquat. Cependant, l'accord de 2009 doit être remanié, car les conditions qui y figurent ne cadrent plus avec l'actualité. Par rapport à 2009, le volume des dons est en recul (voir p. 4, évolution des dons depuis 2004).

**Requête C-10:** À partir de 2017, les partis cantonaux participent de nouveau aux recettes provenant de la collecte de fonds du PS Suisse; l'accord correspondant de 2009 sera adapté dans ce sens. Les partis cantonaux renoncent pour cela à leur propre collecte de fonds à titre professionnel. En revanche, on examine d'entente avec les cantons comment les thèmes et les réseaux cantonaux peuvent être mieux exploités, pour l'ensemble du parti.

#### 4. CALENDRIER

3./4.12.2016	Congrès
2.12.	Conférence de coordination
25.11.	Direction
2.11.	Deuxième envoi au Congrès (delegué-e-s)
28.10.	Comité directeur
20.10.	Délai de dépôt des requêtes
11.8.	Premier envoi au Congrès (sections)
24.6.	Conférence de coordination
17.6.	Comité directeur