



MANUEL À L'ATTENTION DES GROUPES CANTONAUX DU PS60+

Table des matières

Préface.....	4
Partie 1 : Outils de communication.....	5
1. Introduction.....	6
1.1 Comment parvient-on à toucher le groupe cible ?.....	6
1.2 Du dialogue à la place du monologue.....	7
1.3 Utiliser votre entourage personnel.....	7
1.4 Récouter les adresses mails et les adresses postales.....	7
2. Les outils de communication.....	8
2.1 Courrier et lettre d'information.....	8
2.2 Pages web sur le site cantonal.....	8
2.3 Les réseaux sociaux.....	8
2.4 Flyers.....	9
2.5 Les affiches.....	9
2.6 Les annonces dans la presse.....	10
2.7 Organiser une table ronde.....	10
2.8 Être présent aux assemblées communales.....	11
3. Utiliser les médias pour plus de visibilité.....	12
3.1 Les liens avec les journalistes.....	12
3.2 Courriers de lecteur-riche.....	12
3.3 Communiqués de presse.....	13
Partie 2 : Ancrage juridique dans les partis cantonaux.....	15
4. Généralités.....	16
5. Ancrage du groupe PSx60+ dans le parti cantonal.....	16
6. Modèle de règlement.....	19
Partie 3 : Mise en réseau & coopération.....	23
7. Introduction.....	24
8. Structures du Parti Socialiste.....	25
8.1 Sections du Parti Socialiste.....	25
8.2 Secrétariat cantonal et secrétariat central.....	25

8.3 Commissions thématiques et groupes de travail.....	25
8.4 Jeunesse socialiste (JS).....	26
8.5 Femmes* socialistes suisses (PS Femmes*).....	26
8.6 PS Migrant.es.....	26
8.7 PS Queer.....	26
9. Structures externes au Parti Socialiste.....	27
9.1 Syndicats.....	27
9.2 AVIVO.....	27
9.3 ATE / VCS / ATA.....	27
9.4 Pro Senectute.....	28
9.5 Grands-parents pour le climat / Klima-Grosseltern CH.....	28
9.6 ASLOCA / MV / ASI.....	28
9.7 Habitatdurable / Casafair.....	28
9.8 Coopératives d'habitation Suisse.....	29
9.9 Vieillesse sans violence / Alter ohne Gewalt / Vecchiaia senza Violenza.....	29
9.10 Associations locales.....	29
9.11 Aide et soins à domicile.....	30
9.12 Autres structures.....	30

Pour certains thèmes abordés dans ce manuel, il existe des exemples, des fiches d'information ou des listes de contrôle supplémentaires. Vous les trouverez sous <https://www.sp-ps.ch/fr/parti/organisation/futur-ps/manuels-de-section>.

Préface

Ce manuel à l'attention des groupes cantonaux PS60+ a démarré suite à la demande du comité directeur du PS60+ de réaliser un document qui facilite le travail des groupes cantonaux.

Un première étape a consisté à soumettre un questionnaires aux membres de l'assemblée des délégué.es du PS60+ afin de mieux connaître leurs besoins et leurs souhaits.

Les thèmes principaux évoqués sont :

- l'usage des médias classiques, des réseaux sociaux, des sites web, des newsletters
- la collaboration avec les organes internes du PS et les autres organisations
- les relations avec le parti cantonal et la formalisation de ces relations
- le recrutement, l'accueil, le soutien et la mobilisation des membres
- l'organisation et les outils de campagnes
- la gestion, l'organisation d'un groupe cantonal
- la préparation, l'organisation et l'animation de séances

Le PSS a réalisé un excellent manuel à l'usage des sections qui d'une part a été une inspiration pour les auteurs de ce modeste manuel et d'autre part peut être directement utilisé pour de nombreux thèmes évoqués par les délégués.

Aussi après deux ateliers réalisés lors de l'assemblée des délégués du début 2021 à Berne, les auteurs ont finalement retenus trois thèmes principaux pour lesquels tout n'était pas déjà écrit dans le manuel des sections.

Chacun des thèmes constitue une partie du manuel à l'intention des groupes cantonaux PS60+.

La première partie traite des outils de communication, en rappelant que la communication externe est du ressort du parti cantonal, on trouve dans cette partie les différents outils à disposition pour atteindre les destinataires des messages.

La deuxième partie propose des exemples d'ancrage du groupe PS60+ dans le parti cantonal tout en sachant que le dialogue est essentiel pour garantir les bonnes relations car si le formel a son importance, il ne suffit pas toujours.

La troisième partie fournit un catalogue non exhaustif des structures internes et des organisations externes au parti socialiste avec lesquels il peut y avoir un grand intérêt à établir des synergies et des collaborations.

Ce manuel est une modeste contribution qui, nous l'espérons vous rendra service.

Courtemaury et Luzern, novembre 2022

Dominique Hausser et Martin Reichlin

Partie 1 :

Outils de communication

1. Introduction

La communication interne au groupe cantonal PSx60+ est du ressort du groupe cantonal.

La communication externe est de la responsabilité du parti cantonal. Le groupe cantonal PSx60+ peut être à l'origine d'une communication et doit être associé à une communication qui le concerne et/ou dont il est à l'origine.

Chaque groupe cantonal du PS60+ essaie de faire connaître ses activités, ses points de vue et ses personnes en interne ou au public. Une communication adéquate est donc d'autant plus importante.

Toute communication a lieu entre un émetteur et un récepteur. Pour qu'une information soit comprise par le récepteur dans le sens de l'émetteur, il est important que l'émetteur puisse se mettre à la place du récepteur.

La communication doit donc être adaptée au groupe cible :

- le groupe cible doit être concerné (intérêt pour l'information)
- les données nécessaires (p. ex. adresses e-mail) doivent être disponibles (portail de la section)
- les informations doivent être crédibles et actuelles
- les informations doivent aller chercher le groupe cible là où il se trouve (type de formulation)
- il faut utiliser les moyens de communication appropriés.

Mais la communication doit aussi affiner le profil du PS60+ et donc du parti socialiste, afin de motiver les gens à soutenir le socialisme. Pour cela, il est important d'utiliser l'identité graphique uniforme du PSS.

Ne confondez pas l'objectif et le message : « Votez socialiste » est un objectif et pas un message. Le message dit pourquoi le groupe cible doit faire quelque chose : par exemple, « Égalité salariale maintenant ! Votez socialiste ».

Les retours sur la communication et leur prise en compte dans la suite du travail sont importants. Les objectifs ont-ils été atteints ? Qu'est-ce qui a été bien accueilli ? Qu'est-ce qui pourrait être amélioré ?

1.1 Comment parvient-on à toucher le groupe cible ?

De manière générale, pensez toujours aux médias : même si votre flyer est calé sur un groupe cible particulier, vous profiterez toujours d'une couverture médiatique. Pour cette raison, pensez systématiquement à comment mettre en scène l'originalité et l'exclusivité de votre action afin qu'elle provoque un écho médiatique.

Les personnalités peuvent également porter votre message : vous pouvez donner un visage à votre communication grâce aux camarades déjà connus ou celles et ceux que vous souhaitez mettre particulièrement en avant. Cela augmentera leur notoriété ainsi que votre crédibilité.

Le Parti Socialiste a une ligne graphique claire et facilement reconnaissable. Le manuel ainsi que le dossier avec les logos, les polices et les différents modèles de mise en page sont disponibles auprès du secrétariat cantonal.

Si vous avez de bons contenus politiques, vous pouvez accomplir beaucoup pour nos idéaux politiques. Pour cela vous n'avez pas besoin d'annonces presses hors de prix mais plutôt des actions et événements ciblés qui mobiliseront l'opinion publique.

1.2 Du dialogue à la place du monologue

Le plus souvent, les relations publiques correspondent à un monologue : vous avez un message et vous le portez dans votre groupe cible. Dans le cas du travail politique direct dans votre entourage, vous avez la chance de pouvoir mener un dialogue, de réagir aux préoccupations de votre interlocuteur et de prendre en compte son opinion et ses idées.

Créez des possibilités de dialogue dans vos relations publiques: prévoyez des actions interactives. Une conversation réussie vaut mieux que mille flyers distribués.

1.3 Utiliser votre entourage personnel

Chacun d'entre nous possède déjà un public intéressé : c'est notre entourage personnel. Cette ressource précieuse est souvent oubliée ! Les relations publiques les plus crédibles se reposent souvent sur les contacts personnels.

Votre entourage vous fait confiance, tout comme vous, vous faites confiance à vos ami-e-s, collègues et aux membres de votre famille. Si vous êtes sincèrement engagé pour une cause, votre crédibilité auprès de votre entourage sera très élevée. Vous êtes les meilleurs porteurs de votre message et votre entourage est votre groupe cible le plus important.

Votre entourage n'est pas composé de manière aléatoire. Il y a toujours quelque chose qui vous unit : le travail dans la même entreprise, une activité sportive, votre quartier, l'amour pour le cinéma ou la musique ou les activités de vos enfants. Vous pouvez facilement toucher votre entourage avec un sujet adéquat – sans cadeaux publicitaires ni espaces d'affichage.

Marquez un point avec du contenu : souvent, nous pensons que notre entourage est allergique à la politique. Pourtant, si vous abordez un sujet concret, cela suscite malgré tout de l'intérêt.

Afficher un drapeau sur le balcon est devenu un grand classique. Pour vous, l'action est très avantageuse : les personnes qui ont joué le jeu sont potentiellement prêtes à s'engager davantage. Et vu que vous avez leurs coordonnées, vous pouvez leur poser la question !

1.4 Récolter les adresses mails et les adresses postales

Un facteur important qui provoque des échecs est la difficulté à toucher le public. La raison en est souvent l'absence de contacts – pour cela, vous devez tenir à jour votre liste de membres et de sympathisant·e-s.

Attention : ne créez pas des listes sur un tableur qui risquent de se perdre mais intégrez les dans la base de données du PSS.

2. Les outils de communication

Il est possible de créer de outils de communication avec peu de ressources. Par contre, ces outils vous seront très utiles pour communiquer votre message. Les éléments présentés dans la présente partie du manuel vous permettront de toucher un public large. N'oubliez pas : un flyer ou une affiche ne servent pas à convaincre. Leur objectif est de rappeler aux électrices et électeurs un enjeu, une votation ou des élections. Pour cette raison, il est crucial de toujours garder à l'esprit vos publics cibles : toutes vos publications doivent être orientées selon ceux-ci.

2.1 Courrier et lettre d'information

Envoyer régulièrement une lettre d'informations par mail ou par la poste est une bonne manière d'informer régulièrement vos membres et sympathisant-e-s de la vie du groupe cantonal. Personnalisez celles-ci, car personne ne souhaite recevoir des informations qu'il aurait de toute façon trouvées dans le journal.

La concision est le « béaba » des lettres d'informations. Synthétisez au maximum le contenu important. Limitez vos envois : une lettre d'informations par trimestre est suffisant. Par contre, une par année est insuffisant. Il est toujours possible d'en faire en plus en cas d'événement important qui ne pourrait pas attendre la lettre suivante.

N'oubliez pas d'y ajouter une liste d'événements à venir afin que vos membres et sympathisant-e-s sachent comment participer à vos activités.

Pour l'envoi de vos lettres d'informations, utilisez une liste de mailing, mettez les adresses mail en copie cachée, ou passez par un outil de diffusion hébergé en Suisse .

Les tarifs postaux sont dégressifs à partir d'un certain nombre d'envois (informez-vous auprès de votre guichet postal ou sur www.post.ch/fr/entreprises)

2.2 Pages web sur le site cantonal

Vous devez avoir une ou plusieurs pages sur le site web du parti cantonal.

C'est la carte de visite du groupe cantonal. Utilisez-le pour communiquer vos décisions, vos prises de position et, surtout, pour mettre en avant les membres qui font vivre votre groupe cantonal. Donnez une image personnelle et positive. Ne mettez pas trop de texte et pensez à alimenter votre page régulièrement avec des images (réussies) de vos actions, assemblées et événements. Les règles à respecter sont simples : pas d'animations, pas de mélanges de couleurs bizarres. Un site web doit répondre aux conditions suivantes : lisibilité, concision, simplicité.

Une carte de visite est impensable sans coordonnées. La plupart de personnes qui visiteront votre page web chercheront les coordonnées pour contacter un membre du groupe cantonal. Ces personnes doivent donc y figurer avec une photo, fonction, adresse mail et numéro de téléphone.

Votre page web doit être mise à jour régulièrement : il n'y a rien de plus triste qu'un site web dont le dernier contenu est en lien avec un événement, une prise de position ou une décision deux ans auparavant.

2.3 Les réseaux sociaux

Dans le domaine des réseaux sociaux, on ne peut pas faire les choses à moitié : le manque de qualité et d'assiduité se verra tout de suite et aura un impact négatif sur votre image. Ne construisez votre présence sur les réseaux sociaux que si vous avez suffisamment de connaissances techniques et de temps. Si vous ne pensez pas avoir les ressources nécessaires,

renoncez aux réseaux sociaux – concentrez-vous plutôt sur le contact direct et personnel avec les électrices et électeurs.

Le suivi des activités de vos comptes sur les réseaux sociaux est crucial : rien n'est pire que des commentaires négatifs, voire haineux ! Vous pouvez facilement surveiller les activités en activant les notifications « push » sur votre smartphone. Les commentaires sur les blogs ou sites web peuvent être surveillés à l'aide d'un flux RSS.

Coordonnez-vous avec votre parti cantonal pour intégrer du contenu sur les espaces gérés par le parti cantonal.

2.4 Flyers

Un flyer est toujours utile ! Ils ne coûtent pas cher et peuvent être imprimés rapidement et en masse : vous pouvez donc en préparer pour chaque action, que ce soit un stand ou une distribution dans les boîtes aux lettres.

Évitez de passer par les entreprises qui proposent des services de publicité directe non adressée - votre flyer sera tout simplement noyé dans la masse d'imprimés commerciaux. En fonction de la taille de votre commune, vous pouvez distribuer vous-mêmes les flyers dans les boîtes aux lettres. Vous pouvez bien évidemment faire appel aux services de la Poste (« PromoPost ») qui représentent une véritable plus-value, mais celui-ci est relativement cher.

Selon la loi sur la poste, les imprimés publicitaires peuvent être mis dans les boîtes aux lettres affichant un autocollant « pas de publicité ».

Peu importe le format, utilisez toujours des images de bonne qualité (300 dpi). Si vos images sont floues ou pixelisées, elles réduiront considérablement l'impact de votre publication.

Ne produisez pas de flyer vous-mêmes si vous ne savez pas utiliser un logiciel de mise en page. Il y a certainement quelqu'un dans votre entourage – soit un-e ami-e, soit un membre de votre famille – qui sait manier ce logiciel.

Le flyer doit avoir un titre qui suscite la curiosité du lecteur. Ne le surchargez pas, il ne devrait pas contenir plus d'un message court et poignant ! Attention : évitez l'humour ou l'ironie.

Quasiment toutes les activités doivent être accompagnées d'un flyer. Pensez-y suffisamment tôt – la conception, la mise en page, la relecture, l'impression et la livraison prennent souvent plus de temps que prévu ! Renseignez-vous sur les délais d'impression et demandez des devis à plusieurs imprimeries.

Vous n'êtes pas obligés de vous limiter au format A5 pour vos flyers ! Vous pouvez imprimer votre message sur des post-it et les coller sur les boîtes aux lettres, distribuer des cartes postales, etc.

Une autre possibilité de rendre visibles ses positions et messages est d'éditer un bulletin. Vous pouvez y mettre en avant les engagements de vos membres et présenter de manière judicieuse et originale vos sujets. Mettez-vous à plusieurs groupes cantonaux pour produire un tel journal. Une publication régulière est relativement chère et chronophage. Pensez à vos membres pour assurer les tâches de rédaction. Dans tous les cas, analysez le potentiel d'une telle publication par rapport au lectorat possible et consultez les autres groupes cantonaux ainsi que du parti cantonal.

2.5 Les affiches

Rappel. L'affichage est une communication externe qui doit être validée par le parti cantonal.

Tout comme pour les annonces dans la presse, nos concurrents principaux dans le domaine de l'affichage sont les grandes entreprises qui possèdent des budgets immenses pour la

communication. De manière générale, l'effet des affiches est surestimé. Il y a néanmoins deux possibilités pour se démarquer de l'affichage commercial.

Certaines communes mettent à disposition des espaces d'affichage pour les élections et les votations. Dans certains cas, elles prennent en charge la pose des affiches, dans d'autres cas, vous devez coller ou installer les affiches vous-même. Utilisez ces espaces ! C'est l'option la plus simple et la moins chère.

Créez un réseau d'affichage « privé » : auprès des membres, des sympathisant-e-s, sur les espaces d'affichage gratuits, etc. Cela prend du temps mais est plus efficace que des espaces d'affichage commerciaux. Informez-vous en amont auprès de votre commune pour connaître les espaces où l'affichage sauvage est légal. Certains cantons éditent des manuels d'affichage sauvage à l'attention des partis politiques.

Afin d'attirer plus d'attention sur vos affiches, soyez créatifs : vous pouvez faire un affichage en deux temps (avec des messages complémentaires) ou utiliser la possibilité de mettre plusieurs affiches l'une à côté de l'autre. Créez une histoire ! Des affiches particulièrement créatives et réussies peuvent également attirer l'attention médiatique.

2.6 Les annonces dans la presse

Rappel. Les annonces dans la presse sont une communication externe qui doit être validée par le parti cantonal.

Les annonces dans presse sont efficaces quand elles apparaissent souvent et à des emplacements bien visibles. Cela coûte très cher ! Faites-en donc uniquement si vous avez un budget suffisant.

Les annonces sont d'autant plus efficaces si elles sont fortement orientées vers un groupe cible. Pour cela, vous avez besoin d'un média thématique (presse culturelle, magazine spécialisé ou bulletin associatif...). Par ailleurs, ce genre de publications offrent souvent des tarifs intéressants.

Une seule annonce ne sert à rien – sauf si elle est très grande et a un contenu particulièrement intéressant. Ne faites pas d'annonces juste pour en faire ! Ceci vaut encore plus pendant les périodes électorales : votre annonce sera complètement noyée.

Les annonces doivent être mises en page de manière professionnelle afin de pouvoir utiliser le peu d'espace disponible de manière efficace.

Cherchez à concentrer l'ensemble de vos annonces dans le même journal. Pour déterminer quel journal s'y prête le mieux, analysez le paysage médiatique. Votre groupe cible consulte-t-il ce média ?

Si le sujet s'y prête, pensez à faire une annonce dite de « témoignage ». Il s'agit d'une annonce avec la photo et la citation d'une personne qui soutient tel ou tel projet. Cela renforce la crédibilité de votre mot d'ordre et attire plus d'attention qu'un simple texte.

2.7 Organiser une table ronde

Les tables rondes tendent à disparaître du paysage politique suisse. Le peu de public qui vient possède souvent déjà une opinion bien tranchée.

Les invité-e-s : Pour qu'elle attire du monde, une table ronde doit être composée de personnalités connues et, si possible, controversées. Vous devez néanmoins faire attention à ce que votre position soit la mieux défendue : laisser un conseiller communal fraîchement élu débattre contre Christoph Blocher n'est probablement pas la meilleure des idées. Faites également attention à ne pas organiser de tables rondes composées uniquement d'hommes.

Le sujet de votre table ronde doit être actuel et controversé – c'est la condition de base pour qu'un débat contradictoire soit pertinent. Bien évidemment, vous pouvez aussi organiser une table ronde qui s'adresse avant tout aux membres – son objectif sera alors leur formation politique. Dans ce cas, l'ensemble des invité-e-s peuvent être de gauche. Cette formule peut être intéressante pour traiter un sujet particulier en profondeur.

Un élément central de la réussite de votre table ronde est la qualité de la modération. Sans une bonne modération, même le meilleur sujet risque de se noyer dans une discussion « sans queue ni tête ». Contactez des journalistes ou des politicien-ne-s expérimenté-e-s à l'avance afin d'assumer cette tâche.

Pensez à informer les médias de votre table ronde : envoyez l'invitation suffisamment tôt et un bref compte-rendu a posteriori. N'oubliez pas d'y joindre des photos ! Ne comptez pas sur des annonces payantes pour faire venir les gens : elles n'auront pas d'impact. Un article dans les médias, les réseaux sociaux et une distribution des flyers seront beaucoup plus efficaces.

N'oubliez pas de bien mettre en avant le parti pendant l'événement : les personnes présentes doivent voir qu'il s'agit d'une table ronde organisée par le parti socialiste. Laissez un-e camarade (élu-e ou membre du Comité) dire un mot de bienvenue et un mot de la fin. Mettez à disposition du public vos publications. Saluez les personnes présentes personnellement.

2.8 Être présent aux assemblées communales

La situation est différente dans les communes qui n'ont pas de parlement. Si vous avez une Assemblée communale, les objets doivent être travaillés en amont. Vos membres de l'exécutif vous aideront dans les démarches.

Si un sujet que vous souhaitez soutenir ou combattre passe devant l'Assemblée communale, vous devez travailler l'opinion publique en amont du vote. Des actions de tractage, la mobilisation de votre entourage, des courriers de lecteurs – pour avoir du succès auprès de l'assemblée, vous devez systématiser la communication. Créez une liste de personnes susceptibles de participer à l'Assemblée communale le jour du vote et rappelez-les la veille afin d'être sûr qu'ils viennent.

3. Utiliser les médias pour plus de visibilité

C'est une évidence : la couverture médiatique est la meilleure publicité. Votre crédibilité augmente si un média non-partisan (ou au moins perçu comme tel par le public) parle de votre proposition, de votre prise de position ou de votre prise de décision. Dans le meilleur des cas, il en parle de manière positive – mais même si l'article est critique, cela n'est pas forcément mauvais.

Bien évidemment, avoir des liens personnels avec vos journalistes locaux est d'une grande utilité. Ces liens nécessitent beaucoup d'expérience, du temps ainsi que, tout simplement, de la chance. Mais vous pouvez également être présents dans les médias plus facilement : les comptes-rendus d'événements, les courriers de lecteur et les communiqués de presse ne sont pas chronophages, tout en étant efficaces.

3.1 Les liens avec les journalistes

Rappel : il s'agit d'une communication externe qui doit en principe être approuvée par le parti cantonal. Au cas où vous seriez contacté-e - par exemple en rapport avec un événement de votre groupe PSx60+ - voici quelques indications.

Les journalistes sont toujours pressés par le temps, car ils ont un délai à respecter. Vous n'êtes toutefois pas obligé de répondre immédiatement aux appels des journalistes. Si vous recevez un appel, demandez des explications et répondez : «Merci beaucoup pour votre demande, je vous recontacterai dans une demi-heure au plus tard». Vous pouvez utiliser ce temps pour réfléchir à une réponse et/ou pour vous concerter.

Le plus important est d'avoir un message clair et précis en tête. Il ne doit pas concerner plus d'un sujet. Formulez donc le même contenu de différentes manières. Concentrez-vous sur le message que vous voulez faire passer et répétez-le, ce n'est pas un problème. Au début et à la fin de la conversation, insistez une fois encore sur l'élément essentiel pour que cela celui-ci qui reste en mémoire de votre interlocuteur-riche.

Tout ce que vous dites à un-e journaliste peut, parfois, être utilisé contre vous. Formulez vos déclarations de manière réfléchie. Pour la presse écrite, demandez à pouvoir relire vos citations, car, en général, les journalistes ne vous le proposeront pas spontanément. Vous pourrez ainsi vérifier vos déclarations et, de manière raisonnable et adapter ce qui aurait été mal compris. Cela ne fonctionne pas toujours. Vous ne devez pas tout accepter. Si vous constatez que vos propos ont été mal transcrits ou détourné, appelez immédiatement les journalistes et demandez leur un correctif.

3.2 Courriers de lecteur-riche

Les lettres de lecteurs sont lues comme des avis de décès, c'est-à-dire très fréquemment. Les lettres de lecteurs donnent l'impression de refléter l'opinion publique. C'est pourquoi il est très important pour vous, en tant que groupe PSx60+, d'être présent sur ces pages. N'oubliez pas les journaux locaux ! Presque tout ce que vous envoyez y est imprimé et bien lu. Les lettres de lecteurs sont publiées si vous respectez quelques règles.

Parfois les lettres de lecteurs ne sont publiées que si son auteur-riche est abonné-e au journal en question.

N'envoyez pas votre courrier de lecteur-riche à une liste de diffusion, mais écrivez séparément à chaque média et chaque journaliste que vous connaissez. Vous pouvez sans problème envoyer différentes variantes du même texte à plusieurs journaux.

S'il s'agit d'un sujet qui est particulièrement important, vous pouvez préparer des courriers de lecteur à l'avance et demander à vos membres de l'envoyer en leur nom à différents journaux

Coordonnez l'écriture des lettres s'il s'agit d'un sujet important. Faites relire votre rédaction (compréhension, orthographe).

Pour être publié, un courrier de lecteur doit être percutant. Faites toujours référence à un article du journal, mettez en avant un seul argument et soyez concis.

Montrez que le sujet vous touche personnellement. Écrivez à la première personne. Le style d'écriture peut être critique ou positif. En revanche, l'humour ou l'ironie sont rarement compris par les lecteur·rices, aussi maniez-les avec prudence et parcimonie.

N'oubliez pas d'indiquer votre nom complet et votre adresse. Le sujet déterminera la pertinence de divulguer ou non votre appartenance partisane.

Quand il s'agit de sujets cantonaux ou nationaux, il se peut que des éléments de langage adaptés aux courriers de lecteurs vous soient fournis. Informez-vous à l'avance et motivez les membres du groupe cantonal à en faire.

3.3 Communiqués de presse

Rappel. Il s'agit d'une communication externe qui doit être validée par le parti cantonal.

L'effet de chaque action, chaque assemblée, chaque décision ou annonce peut être renforcé grâce à un communiqué de presse réussi. La presse locale régionale est souvent partante pour relayer tout type d'information – à condition que celle-là lui soit fournie sous une forme adaptée.

Les annonces sont plus courtes que les sujets, elles doivent comporter l'ensemble des informations pertinentes et contenir une invitation aux médias. Contactez les médias avant et après l'événement : d'abord, envoyez l'invitation et ensuite, une fois l'événement passé, le communiqué ainsi que des photos. Les médias locaux relayeront souvent les deux. Bien évidemment, ne partez pas du principe que l'ampleur de la couverture médiatique correspondra toujours à vos attentes.

Vos communiqués, en règle générale, ne doivent pas dépasser une page A4. La concision est mère de la sagesse !

Pensez aux journalistes quand vous rédigez votre communiqué – facilitez leur travail ! Les phrases doivent être courtes et formulées de manière simple.

Beaucoup de journalistes n'ont pas le temps de vous demander une citation. Incluez une citation directement dans le communiqué et mettez en avant le propos central de manière accrocheuse.

Le communiqué que vous envoyez suite à une action doit être accompagné par une photo avec une bonne mise en scène. Si vous n'avez pas d'appareil photo, votre smartphone suffit amplement.

Vos documents doivent toujours être envoyés au format '.pdf' et vos images au format '.jpg' ou '.png'.

Si vous connaissez personnellement les journalistes, n'hésitez pas à les appeler pour leur demander s'ils ont bien reçu votre communiqué.

Envoyez le communiqué de presse le jour même l'action ou au plus tard, le lendemain matin. Une action qui a eu lieu il y a deux jours n'a plus d'intérêt médiatique.

Si un·e journaliste vous sollicite, prenez un peu de temps avant de répondre à ses questions. Vous pouvez répondre : « Merci de votre intérêt, je vous rappelle dans 30 minutes. » Cette demi-heure vous permettra de bien réfléchir à votre réponse ou de vous concerter avec les personnes concernées.

Chaque communiqué de presse doit contenir les coordonnées (adresses mail et numéros de portable) des personnes qui peuvent répondre à des questions relatives à celui-ci. Ces personnes doivent répondre de manière concertée et savoir exactement comment réagir aux sollicitations, notamment critiques. Mettez-vous d'accord sur la ligne générale ainsi que les formulations exactes. Souvent, il suffit de paraphraser le communiqué – cela assurera de rester dans le sujet.

Tout communiqué doit avoir la structure suivante :

- **Le titre** : Le titre doit susciter de la curiosité. N'oubliez pas que les médias reçoivent des dizaines de communiqués par jour.
- **Le chapeau** : il doit contenir l'ensemble des informations importantes tout en invitant à lire la suite. Il ne doit pas dépasser cinq lignes.
- **Le corps du texte** : ici, les journalistes doivent lire ce qui les intéresse, à savoir des déclarations accrocheuses et des réponses à toutes leur questions potentielles (qui/quoi/quand/comment...). Séparez bien les paragraphes (quitte à mettre des intertitres) et n'oubliez pas les citations !
- **Les contacts** : mettez les coordonnées d'une à deux personnes qui seront facilement atteignables par téléphone. Vous pouvez mentionner dans le communiqué les disponibilités.
- **Les annexes** : envoyez séparément les images, le papier de position ou le flyer de l'action – ces annexes ne doivent pourtant jamais remplacer un communiqué.

Partie 2 :
Ancrage juridique dans les
partis cantonaux

4. Généralités

Le PS60+ Suisse et ses *groupes* cantonaux, régionaux et locaux ne constituent pas (contrairement au PS Suisse, à ses partis cantonaux et à ses *sections*) des associations au sens des articles 60 et suivants du CC ; un groupe cantonal PSx60+ est un organe défini dans les statuts du parti cantonal, au même titre que les « femmes socialistes ».

Dans les *statuts* du PSS, le groupe PS60+ est défini à l'article 10. Il est également mentionné dans divers autres articles :

Article 10 PS 60+

1. Le PS 60+ est l'organe faitier des organisations cantonales et régionales de seniors au sein du PS. Il représente, sur la base de leurs expériences et de leur situation de vie, le point de vue de la génération des seniors. Il ne se limite pas à la défense d'intérêts spécifiques à leur âge, mais il est solidaire avec toutes les générations. Le PS 60+ lutte pour l'égalité et l'autodétermination des seniors ainsi que pour le respect de la dignité des seniors dans la société. Il promeut la participation des camarades plus âgé-es aux événements d'actualité sociétaux et politiques.
2. L'organisation, la composition et les compétences des organes du PS 60+, l'affiliation ainsi que les compétences financières sont fixées dans un règlement.

Article 13 Les instances statutaires du parti

1. Les instances statutaires du parti sont:
 - h. Le PS 60+

Article 14 Le Congrès

3. Le Congrès est composé :
 - e. de douze délégué-es du PS 60+,

Art. 15 Le Conseil de parti

7. Le Conseil de parti se compose :
 - d. de deux délégué-es de la JS Suisse, des Femmes* socialistes, du PS Migrant-e-s, du PS60+ et du PS Queer, qui doivent être membres de l'organe directeur de ces organes respectifs ;

En tant qu'organe statutaire du parti socialiste, un groupe cantonal PSx60+, tout comme le PS60+ national, n'a pas lui-même de statuts, mais peut définir ses objectifs, son organisation, la composition et les compétences de ses organes, les conditions d'affiliation au groupe ainsi que les compétences financières dans un *règlement* qui doit être approuvé par le parti cantonal.

Le règlement du PS60+ Suisse stipule que le PS60+ peut former des groupes cantonaux et, selon le besoin, régionaux et locaux (art. 1, al. 3). L'assemblée des délégués (AD) comprend entre autres deux délégués par parti cantonal (art. 5 al. 1). L'une des tâches de l'AD est d'assurer l'échange avec les groupes cantonaux du PS60+ (art. 5 al. 2 let. g) (règlement complet : https://www.sp-ps.ch/sites/default/files/documents/reglement-ps60au-01-01-2022-fr_ali.pdf).

5. Ancrage du groupe PSx60+ dans le parti cantonal

Les statuts du PSS ne traitent que des organes statutaires nationaux du parti, comme par exemple PS60+ Suisse, et non de ses groupes cantonaux, régionaux ou locaux. Il est donc judicieux d'ancrer tous les groupes cantonaux dans les statuts cantonaux. Par analogie, il est possible de créer des groupes au niveau régional ou communal et de les ancrer dans les statuts des structures régionales ou communales.

Il importe de définir les droits du groupe en matière de propositions et d'actions. De même, il est nécessaire d'inscrire la représentation du groupe dans les structures du parti cantonal, ainsi que les ressources financières qui leur sont allouées.

Extrait des statuts du parti socialiste bernois

Art.6

2. Le congrès réunit :
 - i. 4 délégué-e-s du PS 60+ du canton de Berne

Art. 11

1. Le comité directeur réunit
 - d. 8 membres du congrès librement élus, dont [...] un membre du PS 60+, [...]

VIII. PS PS 60+

Art. 25

1. Le PS 60+ représente les besoins spécifiques des personnes âgées de 60 ans et plus au sein du PS du canton de Berne.
Réunis, les membres du PS 60+ du canton de Berne constituent l'assemblée générale du PS 60+ du canton de Berne ; celle-ci se réunit une fois par an.
2. Les membres du PS du canton de Berne âgés de 60 ans et plus peuvent adhérer par voie écrite au PS 60+ du canton de Berne.
Les membres du PS 60+ du canton de Berne sont automatiquement membres du PS 60+ suisse.
3. Le PS 60+ du canton de Berne ont droit à une représentation dans les organes du parti, conformément aux dispositions des présents statuts.
4. Le PS BE fournit au PS 60+ du canton de Berne des contributions annuelles dont le comité directeur fixe le montant dans le cadre du budget.

Le PS 60+ du canton de Berne peut présenter au comité directeur des projets particuliers susceptibles de bénéficier de contributions supplémentaires.

Extrait des statuts du parti socialiste genevois

Chapitre 2 Le Comité directeur

Art.15 Composition

3. Également, il est composé d'un·e représentant·e de chacun des organes socialistes :
 - c) Le PSG 60+
4. Les organes socialistes mentionnés à l'al. 3 désignent leur représentant·e, qui peut se faire remplacer en cas d'absence par un·e autre membre de la même entité.

Titre IV - Organes socialistes

Chapitre 6 Dispositions communes

Art.37 Constitution

1. Les organes socialistes sont des structures d'accueil, de réflexion et d'action consacrées à des communautés spécifiques.
2. Ils concentrent leur travail et leurs activités sur des thématiques spécifiques en lien avec les communautés concernées.
3. Tou·te·x membre du PSG qui se reconnaît dans le libellé d'un organe socialiste peut en devenir membre. Les dispositions spécifiques de certains organes sont réservées.
4. Des personnes non-membres du parti peuvent participer aux actions et activités publiques des organes socialistes et peuvent prendre part aux réunions sur invitation de ses membres.
5. 5 Chaque organe dispose d'un budget annuel de fonctionnement équitable. Le Comité directeur peut décider de soutiens financiers additionnels ponctuels pour des projets particuliers.
6. Les organes bénéficient de l'appui administratif du secrétariat du Parti.

Art.38 Mode de fonctionnement et représentation

1. Les règlements de chaque organe et leurs modifications sont approuvés par le Comité directeur. Ils sont joints aux présents statuts.
2. Chaque organe rapporte une fois par an sur ses activités devant l'Assemblée générale.
3. Chaque organe désigne un·e représentant·e, membre du PSG, au Comité directeur.
4. Les organes se réunissent lors d'une réunion commune au moins une fois par an pour échanger sur les coopérations potentielles et sur les thématiques transversales.

Chapitre 9 PSG60+

Art.43 Constitution

1. Le PS genevois 60+ est une section du PS60+ suisse, au sens de l'article 10 des statuts du PSS. Il représente, sur la base de leurs expériences et de leur situation de vie, le point de vue de la génération des seniors. Il ne se limite pas à la défense d'intérêts spécifiques à leur âge, mais il est solidaire avec toutes les générations. Le PS genevois 60+ lutte pour l'égalité et l'autodétermination des seniors ainsi que pour le respect de la dignité des seniors dans la société. Il promeut la participation des

camarades plus âgé-es aux événements d'actualité sociétaux et politiques.

2. Le PSG60+ est ouvert à toutes et tous les membres du parti âgé-es de plus de 60 ans.

Art.44 Objectifs

Le PSG60+ poursuit les objectifs suivants :

- a) Représente, en fonction de leurs expériences et de leurs modes de vie, la vision des générations plus âgées. Pour autant, il ne limite pas le champ de sa réflexion et de ses activités à ces générations, mais se veut, au contraire, solidaire des plus jeunes.
- b) Lutte pour l'égalité des droits, l'autodétermination et le respect de la dignité des personnes âgées dans la société. Il encourage la participation active des camarades seniors aux événements politiques et sociaux. Il poursuit ces objectifs conformément à son programme d'activités.
- c) Représente en particulier les intérêts et formule les revendications des personnes âgées de 60 ans et plus dans la formation de la volonté politique à l'intérieur comme à l'extérieur du PSG. Il s'assure que les positions spécifiques aux générations qu'il représente soient prises en compte dans toutes les publications du PSG.
- d) Contribue - aux échelons national, cantonal et local - à promouvoir les valeurs et les objectifs politiques du PSG auprès des générations plus âgées.
- e) Désigne deux délégué-es du groupe PSG 60+ à l'assemblée des délégué-es du PSS60+.

D'autres exemples de statuts cantonaux sont disponibles sur

<https://www.sp-ps.ch/de/partei/sozialdemokratische-bewegung/sp-60/beispiele-kantonaler-gruppen-examples-des-groupes>.

Si le groupe PS60+ s'agrandit, il devrait définir ses objectifs, son organisation, la composition et les compétences de ses organes, l'affiliation ainsi que les compétences financières dans un règlement qui doit être approuvé par le PS concerné.

6. Modèle de règlement

Le modèle présenté en exemple est le règlement du PSG60+ qui est très complet. Il s'inspire du règlement du PSS60+ (https://sp-ps.ch/sites/default/files/documents/reglement-ps60au-01-01-2022-fr_ali.pdf) et du règlement du groupe SP60+ du SP Aargau (https://www.sp-ps.ch/sites/default/files/documents/ktag-181018_reglement60def.pdf). Il n'est probablement pas nécessaire d'avoir un règlement aussi détaillé pour chaque groupe cantonal PSx60+. La situation « locale » dictera la nécessité d'un règlement.

Règlement PSG 60+

Article 1. Principes

1. Le PSG 60+ (ci-après le groupe) est un groupe cantonal au sens de l'art. 41 bis des statuts du PSG.

2. Le PSG 60+ s'adresse à tous les membres du PSG âgé·e·s de plus de 60 ans. Ils reçoivent des informations sur les activités politiques et les réunions du groupe. Il est possible de se désinscrire à tout moment de la liste d'adresses.
3. Des personnes intéressées, non-membres du parti, peuvent aussi participer sans droit de vote aux réunions du groupe et aux événements politiques du PSG60+.

Article 2. Objectifs

1. Le PSG 60+ représente, en fonction de leurs expériences et de leurs modes de vie, la vision des générations plus âgées. Pour autant il ne limite pas le champ de sa réflexion et de ses activités à ces générations, mais se veut, au contraire, solidaire des plus jeunes.
2. Le PSG 60+ lutte pour l'égalité des droits, l'autodétermination et le respect de la dignité des personnes âgées dans la société. Il encourage la participation active des camarades seniors aux événements politiques et sociaux. Il poursuit ces objectifs conformément à son programme d'activités.
3. Le PSG 60+ représente en particulier les intérêts et formule les revendications des personnes âgées de 60 ans et plus dans la formation de la volonté politique à l'intérieur comme à l'extérieur du PSG. Il s'assure que les positions spécifiques aux générations qu'il représente soient prises en compte dans toutes les publications du PSG.
4. La PSG 60+ contribue - aux échelons national, cantonal et local - à promouvoir les valeurs et les objectifs politiques du PSG auprès des générations plus âgées.

Article 3. Organes

- a) Les organes du PSG 60+ sont les suivants :
- b) Les membres du groupe PSG 60+
- c) La présidence ou la coprésidence du PSG 60+
- d) Les membres du bureau élu·e·s par le groupe PSG 60+
- e) Le membre du PSG 60+ au comité directeur
- f) Les deux délégué·e·s à l'assemblée des délégué·e·s du PSS 60+

Article 4. Le groupe PSG 60+

1. Le groupe des membres rassemble les membres du PSG 60+ conformément à l'article 1.
2. Le groupe des membres est la base démocratique du PSG 60+. Les compétences du

groupe sont les suivantes :

- a) Faire des propositions concrètes à la députation du Grand Conseil et/ou au Comité Directeur du PSG
 - b) L'adoption du rapport annuel au groupe PSS 60+ et à l'assemblée générale du PSG
 - c) L'élection de la présidence ou de la coprésidence
 - d) L'élection des membres du bureau
 - e) L'élection des deux délégué·e·s à l'assemblée des délégué·e·s du PSS 60+
 - f) L'élection d'un membre du groupe au comité directeur
 - g) Les mandats ont une durée de deux ans et sont renouvelables
 - h) Les délibérations et décisions sur les propositions qui lui sont soumises par ses membres
 - i) La révision du règlement du PSG 60+, sous réserve de son approbation par le comité directeur du PSG
3. Les réunions du groupe ont lieu en principe une fois par mois.
 4. Un ordre du jour est porté à la connaissance des membres au minimum une semaine avant la réunion.
 5. Le Bureau ou les membres proposent des thématiques, des conférencier·e·s, des résolutions et/ou des consultations en liaison avec les intérêts des politiques sanitaire, sociale et financière en faveur des aîné·e·s.
 6. Le Bureau favorise les échanges avec les groupes PS 60+ des autres cantons et avec les associations membres de la Plateforme des aînés (ex : AVIVO, FAG, etc.).

Article 5. Le Bureau

1. Le Bureau est composé de la présidence ou coprésidence, des deux délégué·e·s à l'assemblée des délégué·e·s du PSS 60+, de membres élus·e·s par le groupe PSG 60+.
2. Le Bureau est l'organe de pilotage opérationnel du PSG 60+. Il prend connaissance et suit les tendances et les développements politiques. Ses tâches sont :
 - a) La préparation et la convocation des réunions du groupe et d'autres événements
 - b) La rédaction et la diffusion de publications (ex. le blog)
 - c) L'adoption des réponses aux consultations

- d) La définition de la stratégie de communication du groupe
 - e) Le recrutement des membres
3. Le Bureau se réunit en principe une fois par mois.

Article 6. La Présidence

1. La présidence représente le PSG 60+ à l'intérieur ou à l'extérieur. En particulier, elle est responsable de la gestion des affaires courantes, de la communication et de la représentation du PSG 60+.
2. En cas de coprésidence, les deux sexes doivent en principe être représentés.

Article 7. Les groupes de travail

1. Les groupes de travail élaborent le contenu et les principes à l'intention des organes du PSG 60+.
2. La création et la dissolution des groupes de travail relève de la compétence exclusive du groupe. Celui-ci décide de chaque mandat et élit la présidence de chaque groupe de travail.
3. Les groupes de travail sont ouverts à tous les membres du groupe.

Article 8. Le secrétariat

1. La présidence bénéficie de l'appui administratif du secrétariat général de la section cantonale du PSG.

Article 9. Financement

1. Le groupe dispose d'un budget annuel. Il décide en toute autonomie de l'affectation des moyens qui lui sont alloués.
2. Le groupe ne perçoit pas de cotisation.

Article 10. Dispositions transitoires

1. Pour tout ce qui n'est pas réglé par le présent texte, les statuts et les règlements du PSG font foi.
2. Le présent règlement est basé sur les décisions prises par le Groupe PSG 60+ lors de la consultation du 11 octobre 2021.
3. Le règlement est approuvé par le comité directeur du PSG en date du 28 février 2022.

Partie 3 :

Mise en réseau & coopération

7. Introduction

Afin de réaliser nos idées et défendre nos valeurs, nous n'avons pas besoin de campagnes publicitaires hors de prix ou des boîtes de communication coûteuses. Nous avons du succès en misant sur le contact direct et personnel avec les gens sur le terrain. L'identification des citoyen·nes avec le parti socialiste vaut plus que des discours lisses dans les médias – et pourtant, rien n'est plus chronophage que ce travail politique de proximité. Il ne peut pas être délégué ou externalisé. C'est un travail minutieux que chaque camarade doit fournir afin que nous puissions continuer à influencer la politique de ce pays.

Vous n'êtes pas isolés – on l'oublie souvent et tout particulièrement lorsque l'on a l'impression d'être les « derniers combattants » de sa commune. Notre force réside dans notre capacité à former des alliances avec des groupes internes au parti tel que la Jeunesse socialiste, les Femmes* socialistes ou des commissions thématiques du parti cantonal. Celle ou celui qui sait collaborer avec les bonnes organisations au bon moment s'offre de nouvelles ressources et de nouvelles opportunités.

En fonction du thème traité, il est pertinent de lister les partenaires au niveau local et cantonal qui mériteraient d'être contactés, tant pour obtenir des informations que pour avoir des appuis supplémentaires (l'union fait la force, c'est une évidence qu'il ne faut pas oublier).

8. Structures du Parti Socialiste

Le Parti Socialiste Suisse (PSS), les partis cantonaux et les sections sont organisés en associations et sont reliés statutairement. Chacune de ces associations a des organes, instances et compétences décisionnelles propres.

Le groupe PS60+, comme d'autres groupes sont inscrits dans les statuts du PSS (voir https://www.sp-ps.ch/sites/default/files/documents/sp-statuten_a5_f_2022_2.pdf).

Comme c'est le cas pour la JS et les femmes socialistes, un groupe cantonal PS60+ devrait être ancré dans les statuts des partis cantonaux (c'est déjà le cas dans 14 partis cantonaux. Cet aspect est développé dans la partie 2 du manuel à l'attention des groupes cantonaux du PS60+.

8.1 Sections du Parti Socialiste

Les sections jouent un rôle crucial dans le parcours des militant·es. Il ne s'agit pas de simples associations qui organisent de temps en temps des assemblées générales ; elles sont porteuses d'un espoir collectif. Les sections sont le laboratoire du changement sociétal. La section est la base de l'engagement politique qui doit être une source de plaisir et de motivation.

Tous les membres du groupe PS60+ font en principe partie d'une section. Maintenir le lien avec les sections est d'autant plus facile si on en fait déjà partie. D'où l'importance de motiver des membres des sections à rejoindre le groupe PS60+, afin de garantir ce lien. L'expérience des 60+ peut être très utile pour accueillir et accompagner les nouvelles et les nouveaux militant·es.

8.2 Secrétariat cantonal et secrétariat central

Le PSS, les partis cantonaux et les grandes sections possèdent des secrétariats professionnels. Les collaboratrices et collaborateurs ne gèrent pas uniquement les tâches administratives, les relations avec la direction du parti ou avec les élu·es ou les campagnes de votations ou d'élections : ils sont également là pour aider votre groupe PS60+ ou répondre à vos questions.

Sachons toutefois rester raisonnables lorsque nous les sollicitons.

8.3 Commissions thématiques et groupes de travail

Chaque membre du PSS est invité à participer aux commissions thématiques et aux groupes de travail. Les commissions spécialisées donnent des impulsions thématiques au Groupe socialiste aux Chambres fédérales et au Parti dans son ensemble. Vous pouvez consulter la liste des commissions à l'adresse suivante : <https://www.sp-ps.ch/fr/commissions-specialisees>.

La plupart des Partis cantonaux disposent également de groupes de travail thématiques.

Les groupes de travail sont des groupes thématiques, parfois limités dans le temps, qui se penchent sur un sujet particulier ou réalisent une mission spécifique. Si cela s'avère utile, vous pouvez ouvrir les groupes de travail et y intégrer des non-membres. S'il s'agit par exemple d'une campagne électorale, des sympathisants peuvent y participer. Les groupes de travail sont également utiles parce qu'ils offrent aux membres et surtout aux sympathisants la possibilité de s'engager pour une durée limitée sur un thème précis, sans pour autant faire partie du comité directeur. Cela facilite l'accès : les personnes se rapprochent ainsi d'une adhésion engagée.

8.4 Jeunesse socialiste (JS)

La JS est le parti des jeunes du PSS. La JS est indépendante et n'est pas liée par les décisions du PSS. La JS compte beaucoup de membres motivé·es et engagé·es – toute collaboration est donc dans l'intérêt du parti socialiste.

De nombreux thèmes préoccupent les 2 groupes, comme les assurances sociales, les transports publics, l'approvisionnement en énergie, la protection du climat et de l'environnement, la modération du trafic, La collaboration entre le groupe PS60+ et la section cantonale de la JS est recommandée et ne peut que stimuler les débats au sein du parti cantonal.

8.5 Femmes* socialistes suisses (PS Femmes*)

Les Femmes* socialistes sont une organisation au sein du PSS. Cet organe possède également des sections cantonales. Il traite notamment de la question de l'égalité dans tous les domaines.

De nombreux thèmes peuvent être traités conjointement par le groupe PS60+ et les Femmes* socialistes.

8.6 PS Migrant·es

Le PS Migrant·e-s est un groupement de personnes issues de la migration au sein du PSS. L'objectif du PS Migrant·e-s est d'améliorer la participation et représentation politique de tout·es les résident·es suisses issu·es de la migration à l'intérieur et à l'extérieur du Parti Socialiste.

Le groupe PS60+ peut profiter de la dynamique de cet organe et apporter son expérience en particulier au niveau de l'accueil au sein du Parti Socialiste.

8.7 PS Queer

Le PS Queer fait partie du PSS ainsi que du mouvement LGBTQIA+ en Suisse et au niveau international. Il se compose de différents comités et regroupe des personnes aux orientations sexuelles, identités de genre et expressions de genre les plus diverses. Le PS Queer s'engage au sein du parti socialiste ainsi que dans l'opinion publique pour les préoccupations des personnes queer.

L'objectif est une bonne vie pour tous, indépendamment des attirances romantiques, de la sexualité, du sexe, de la couleur de peau, du corps ou de la classe. En outre, le PS queer s'engage pour un renforcement de la représentation des personnes queer dans la politique et la vie publique.

9. Structures externes au Parti Socialiste

Les structures externes sont nombreuses et leurs buts peuvent être très variés. De façon schématique on peut les diviser en trois catégories, les structures avec des objectifs très spécifiques et souvent locaux, les structures défendant des valeurs souvent de façon sectorielle et des structures offrant des prestations pour une ou plusieurs catégories de la population.

La collaboration du PS60+ avec ses diverses structures sera en principe lié à un thème particulier traité par le groupe cantonal PS60+.

9.1 Syndicats

L'Union syndicale suisse (USS) est la plus grande organisation de salarié·es en Suisse. Une communauté forte : 20 syndicats (<https://uss.ch/luss/federations-affiliees>) se sont alliés au sein de l'USS et forment la plus grande organisation faitière pour la défense des intérêts des salarié·es en Suisse. Les syndicats membres de l'USS sont responsables des négociations collectives et de la politique salariale dans les différents secteurs. Ils offrent à leurs membres une large palette de services, conseils et soutien.

Les syndicats sont des partenaires du Parti Socialiste et de nombreuses actions sont menées conjointement par les syndicats et le Parti Socialiste.

Les syndicats s'engagent très fortement pour une retraite digne, solidaire et permettant de vivre décemment.

Même retraité·e, être membre d'un syndicat est un acte de solidarité avec les travailleur·euses et un soutien aux organisations qui s'engagent aussi pour les seniors.

9.2 AVIVO

En 1943, une pétition recueille en Suisse 180 000 signatures. Elle demandait la création d'une rente pour les Veuves, Invalides, Vieillards et Orphelins dépourvus jusqu'alors de tout droit à une telle aide. Cela conduisit non seulement à la naissance de l'AVS mais aussi à la constitution de l'AVIVO (Association des Vieillards, Invalides, Veuves et Orphelins) en Suisse. Avec la création de la section genevoise, l'AVIVO naquit officiellement en 1948 sous la houlette de Roger Dafflon qui fut maire de Genève et président de l'AVIVO suisse jusqu'en 1993. Elle s'est fait connaître par ses prises de position inlassables en faveur de la solidarité sociale et elle apporte quotidiennement son aide à des milliers de personnes modestes, âgées ou non, aux locataires et aux contribuables, grâce à ses services sociaux et juridiques.

Depuis, tout en restant fidèle à ses principes fondateurs, l'AVIVO a livré d'innombrables combats, non seulement pour garantir de meilleures conditions de vie par le biais des assurances sociales, l'AVS/AI notamment, mais aussi pour promouvoir une société plus juste et plus solidaire.

L'AVIVO Suisse regroupe les sections de Bâle, Berne, Genève, Jura, Neuchâtel, Valais, Vaud, Zurich, la ville de Bienne et la ville de Lausanne (<https://avivo-ch.ch/fr/sektionen>).

9.3 ATE / VCS / ATA

L'ATE Association transports et environnement œuvre depuis 1979 en faveur d'une mobilité d'avenir. Elle génère des idées novatrices et pertinentes pour l'environnement et la mobilité.

Présente dans tous les cantons (<https://ate.ch/portrait-de-late/sections-ate>), son action est essentielle pour le bien vivre. Elle peut apporter un important soutien au groupe PS60+ dans le cadre de la modération du trafic dans les lieux habités, le développement de pistes cyclables, la sécurité en particulier pour les piétons et les cyclistes.

9.4 Pro Senectute

Pro Senectute s'engage depuis un siècle pour le bien-être des personnes âgées. Aujourd'hui, nous sommes la plus grande organisation de services suisse spécialisée dans ce domaine.

Pro Senectute agit dans tout le pays via ses organisations cantonales et intercantionales, vos interlocuteurs directs. Pro Senectute Suisse représente l'ensemble de l'organisation vis-à-vis des autorités fédérales et de l'opinion publique.

Les coordonnées de contact de toutes les sections cantonales sont disponibles sous la rubrique « Qui sommes-nous » sur <https://prosenectute.ch>.

9.5 Grands-parents pour le climat / Klima-Grosseltern CH

Le mouvement suisse de "Grands-parents pour le climat" a été lancé pour donner la parole aux grands-parents, parents, tantes, oncles, et autres personnes préoccupées par le climat dont nos descendants vont hériter.

Le texte fondateur (<https://gpclimat.ch/texte-fondateur-charte>) précisant le but de ce mouvement a été adopté en septembre 2014, soit quelques mois après la publication du deuxième volet du cinquième rapport du GIEC (https://fr.wikipedia.org/wiki/Cinquième_rapport_d'évaluation_du_GIEC).

Les contacts cantonaux et régionaux :

- Grands-parents pour le climat : <https://www.gpclimat.ch/contact>
- Klima-Grosseltern CH : <https://www.klimagrosseltern.ch/regionen>

9.6 ASLOCA / MV / ASI

L'ASLOCA assiste ses membres dans les problèmes qu'ils rencontrent grâce à un système de permanence juridique établi dans chaque canton. Elle met également à la disposition des locataires, toutes les informations en lien avec leurs droits.

L'ASLOCA vise aussi à améliorer les droits des locataires et à favoriser la construction et la préservation de logements abordables pour toutes et tous, en étant active en politique au niveau cantonal et national. Elle s'engage en faveur des locataires en lançant initiatives, des pétitions et en menant des actions ciblées selon les régions.

- Dachverband der regionalen Mieterinnen- und Mieterverbände in der Deutschschweiz (<https://mieterverband.ch>)
- ASLOCA romande (<https://asloca.ch>)
- ASI (<https://asi-infoalloggio.ch>)

9.7 Habitatdurable / Casafair

Habitatdurable est l'association des propriétaires de logements respectueux de l'environnement et équitables. Depuis plus de 30 ans, elle est synonyme de construction durable, d'équité dans la location, l'achat et la vente, de politique active en matière de logement et de foncier et

d'aménagement du territoire tourné vers l'avenir. La protection du climat, le tournant énergétique et la biodiversité ont besoin d'un coup de pouce et figurent en tête de son agenda.

Vous trouverez ici de plus amples informations sur les différentes sections dans toutes les régions linguistiques :

- en français : <https://habitatdurable.ch/a-propos/sections>
- en allemand : <https://casafair.ch/ueber-uns/sektionen>

9.8 Coopératives d'habitation Suisse

Coopératives d'habitation Suisse est l'organisation faîtière des maîtres d'ouvrage d'utilité publique et le centre de compétences pour la construction de logements d'utilité publique en Suisse. Plus de 1200 coopératives d'habitation et autres maîtres d'ouvrage d'utilité publique, totalisant plus de 150'000 logements, sont membres de l'association. Avec expert+, Coopératives d'habitation Suisse propose un service spécialisé et une série de manifestations spécialement consacrés au thème de l'habitat pour les personnes âgées (<https://www.expert-plus.ch>).

Vous trouverez ici de plus amples informations :

- en français : <https://www.armoup.ch>
- en allemand : <https://www.wbg-schweiz.ch>
- en italien : <https://www.cassi.ch>

9.9 Vieillesse sans violence / Alter ohne Gewalt / Vecchiaia senza Violenza

La plateforme Vieillesse sans violence est le fruit de la collaboration entre trois acteurs majeurs de la prévention contre la maltraitance envers les personnes âgées en Suisse :

- alter ego en Suisse romande (<http://vieillesesansviolence.ch>)
- UBA en Suisse allemande (<http://alterohneGewalt.ch>)
- Pro Senectute Ticino e Moesano au Tessin et dans le Grison italien (<http://vecchiaiasenzaviolenza.ch>)

Conscientes de la nécessité de mener à l'échelle nationale la lutte contre la maltraitance envers les personnes âgées, les trois institutions ont décidé de mettre en place une plateforme nationale de prévention, de conseil, et d'assistance rapide dans les situations de crise.

9.10 Associations locales

Il est impossible d'énumérer toutes les associations qui participe à la vie locale ; mais y participer permet de « sentir » les besoins et les attentes des habitant·es de votre commune, de votre quartier, de votre lieu de vie.

En vrac et de façon générique, citons quelques exemples comme le club des aîné·es, l'association de quartier, l'association pour l'embellissement de la commune, la chorale ou la fanfare, les clubs sportifs, les associations d'entraide...

9.11 Aide et soins à domicile

Aide et soins à domicile Suisse est l'association faîtière nationale de l'aide et des soins à domicile à but non lucratif. Elle compte 24 associations cantonales auxquelles sont rattachées près de 500 organisations locales d'utilité publique de soins ambulatoires.

Aide et soins à domicile Suisse est un interlocuteur et un point de contact pour les autorités, les professionnels de la santé et les médias :

- représentation des intérêts de l'aide et des soins à domicile à but non lucratif auprès des milieux politiques, des organisations partenaires et des assureurs
- élaboration de directives et de normes pour les associations cantonales et leurs organisations de base dans les domaines de la formation, de la qualité et de la communication
- attribution de mandats d'étude, publication de publications spécialisées et de matériel d'information
- prises de position dans le cadre de consultations sur des questions fondamentales de politique sociale et de santé.

Vous trouverez ici de plus amples informations (en allemand ou en français) :

<https://www.spitex.ch>.

9.12 Autres structures

La liste est trop longue pour en faire une compilation exhaustive.

La Fondation «Info-Entraide Suisse» agit au niveau national au service de l'entraide autogérée et en tant que point de coordination et de prestations de service pour les centres et antennes Info-Entraide des régions. Leur moteur de recherche :

- en français : <https://www.infoentraidesuisse.ch/shch/fr/selbsthilfe-gesucht/moteur-de-recherche.html>
- en allemand : <https://www.selbsthilfeschweiz.ch/shch/de/selbsthilfe-gesucht/suche.html>
- en italien : <https://www.autoaiutosvizzera.ch/shch/it/selbsthilfe-gesucht/selbsthilfe-gesucht.html>.
- Sur cette page (http://psychologie-ge.ch/Liens_utiles_aines.html), on trouve toute une série de liens d'associations d'entraide entre autre pour personnes âgées dans les cantons romands.