

Rapport Mobilisation 2018

*« Participer signifie d'abord « prendre part » comme à un jeu, à un voyage ou à un repas. Là, on est « de la partie », on est le membre d'un groupe dont la raison d'être est d'organiser une activité en commun. Un groupe de joueurs de bridge ou de randonneurs peut se disperser une fois l'activité terminée. Il ne peut exister en dehors des occasions de jeu ou de randonnée qui sont sa raison d'être, déterminant sa nature et sa durée. »
Joëlle Zask, Participer.*

1. Introduction : qu'est-ce qu'est la mobilisation?
2. Quelques chiffres
3. Mobilisation sur les stands
4. Mobilisation sur les réseaux sociaux
5. Complémentarités des deux approches
6. Forces et faiblesses de la mobilisation par le PSG
7. Pour l'avenir

1. Introduction : qu'est-ce qu'est la mobilisation?

En 2014, le Congrès votait la création d'un Groupe de réflexion. Ce dernier faisait des propositions concrètes pour renforcer le PSG. En 2016, le Comité directeur créait quatre nouveaux postes spécifiquement destinés à promouvoir : le recrutement, la formation, les relations avec le Parti socialiste suisse et : la mobilisation.

Le PSG dispose d'une importante capacité de mobilisation concernant la présence sur les stands, et de la récolte de signatures. Le rythme élevé des échéances « on est toujours en campagne », à terme peut user les meilleures volontés, ou laisser reposer sur quelques militant.e.s seulement la capacité de mobilisation du parti. Il nous semble important de réfléchir à comment élargir la base, et diversifier le nombre de militant.e.s activable au besoin sur des actions variées.

Le rôle pivot joué par le secrétariat cantonal, doit être ici relevé. Tant par la conception que la transmission de la communication, que le suivi assuré, en terme de réservation d'espaces publics, de soutien logistique - livraison de matériel sur les stands-, de coordination, que par les nombreuses mises en lien, le fait de pouvoir compter sur un personnel engagé est central pour la mobilisation. L'engagement de Tamina Wicky au cœur de la campagne des élections cantonales 2018 et l'ouverture d'un nouveau poste stable pour la mobilisation à 40% par le CD, attribué à Tamina Wicky au début de l'été 2018, a permis de renforcer la capacité de mobilisation et de la professionnaliser pour partie. Gare toutefois à ne pas compter uniquement sur Tamina, ou de penser que c'est sur elle principalement que repose l'entier de la mobilisation. Ce serait une erreur. Derrière la mobilisation doit se renforcer la volonté de participer et donc la capacité, pour nos membres, de s'engager.

Nous tenons à remercier ici les camarades qui se sont engagé-e-s sur les stands, pour un tractage ou une action, quelle qu'elle soit. Chaque flyer, rose ou ballon, chaque échange est utile. Merci à chacun.e pour cet engagement. La mobilisation peut et doit toutefois encore être améliorée. Nous nous retrouvons parfois à quelques-uns, une poignée, sur les stands ou aux tractages, lors d'une manifestation, pour assurer la permanence d'un stand. Notre capacité de recruter de nouveaux camarades pour des actions est limitée, sachant que les conditions de vie sont de chacun.e toujours plus exigeante et stressantes, et que nous nous retrouvons bien souvent sur sollicités. Le modèle traditionnel du militant et de la militant.e au service du parti s'est en partie renversé. Le parti devrait se poser la question de comment il peut rejoindre ses militant.e.s dans

leur vie quotidienne et au cœur de leurs nombreux engagements existants pour y glisser et renforcer la militance. C'est un défi.

2. Quelques chiffres

Afin de donner une image de nos engagements et des actions menées par le PSG depuis mars 2017, quelques chiffres :

- Stands : 58 (33 pour les élections, 9 pour les 3 votations, 12 pour l'initiative Zér0 Pertes et 7 pour l'initiative Transparence)
- Porte-à-porte : 41. Sur toute la campagne cantonale nous avons frappé à 4'719 portes dont 1'893 se sont ouvertes. Globalement, les candidat.e.s et militant.e.s ont apprécié cet outil de mobilisation.
- Action téléphonique : 0
- Dépliants distribués : 37' 500 répartis comme suit :
 - o Flyers 1er tour : 6 500
 - o Accroche-porte : 1 000 (je pense que nous les avons distribués majoritairement avant le 4 mars)
 - o Flyers 2e tour : 12 000 (avec les Verts)
 - o Flyers 2è tour inclus dans le 360° : 2 000
 - o Votations 10.06.18 : 5 000
 - o Votations 23.09.18 : 5 000
 - o Votations 10.06.17 : 5 000
 - Accroche-porte : 1 000

Nous avons également diffusé un tout-ménage, le bilan des député.e.s et le programme mais dans une quantité moindre. Il faut y ajouter la diffusion de divers flyers coordonnés par les Comités unitaires.

Les sections ne sont pas comprises dans ces chiffres. Elles ont leur mobilisation propre. La COOSEC (Coordination des sections) est le lieu d'échange et de communications principal entre les sections.

3. Mobilisation sur les stands

Nous avons cherché à créer une dynamique et un plaisir à être ensemble dans la rue et sur les stands, par tous les temps. Les camarades s'engagent quand ils voient d'autres le faire, lorsqu'ils prennent plaisir à partager un moment de militance ensemble. Il est important de développer des « bonnes pratiques » en termes de mobilisation. Afin de pouvoir assurer une mobilisation durable, quelques gestes simples ont été rappelés. Celui d'avoir toujours sur soi des feuilles de signatures, de proposer toujours aux personnes qui disent ne pas pouvoir voter / avoir déjà voté, de prendre des flyers pour les déposer chez un-e voisin-e, dans des boîtes aux lettres. Il nous semble important d'inviter chacun-e- à contribuer à la hauteur de ses forces et de trouver les moyens d'adapter aux ressources de chacun-e- la mobilisation adéquate. Ne pas s'épuiser, mais conserver un plaisir et une joie d'aller au contact des citoyen-ne-s.

Mais les stands, est-ce vraiment utile ? Oui. Ils demeurent un lieu d'apprentissage politique, d'engagement, et de construction d'une culture commune. En plus d'être un espace de visibilité pour convaincre les habitant-e-s, ils permettent de retrouver des camarades, échanger des informations, sont une sorte de vitrine pour notre parti et nos idées. Un bon moyen de prendre le pouls de la rue. Ils ont autant une fonction de construction collective, de partage d'une culture politique, que d'éducation citoyenne. Il nous semble important, aussi, de réfléchir où nous allons de manière préférentielle.

Le PSG reste principalement centré sur la Ville de Genève pour ses stands. Est-ce optimal ? Le fait qu'il y ait toujours deux stands en Ville de Genève, l'un du PSG et l'autre du PS Ville de Genève, nous fait réfléchir sur l'usage de nos ressources et comment mieux faire ensemble, afin d'optimiser notre couverture du territoire. En Ville de Genève se trouvent les plus grandes concentrations de population et les flux les plus importants. Il semble donc légitime d'y porter une attention particulière. Mais avoir des stands coordonnées par le PSG dans d'autres communes du Canton, permettrait d'épaules les sections, et de favoriser aussi les rencontres de militant-e-s à l'échelle du Canton.

4. Mobilisation sur les réseaux sociaux

L'enjeu des réseaux sociaux, en termes de mobilisation, est important. Nous avons augmenté le suivi du site Facebook du PSG, ainsi que du compte Instagram de manière significative. Cela nous rend plus visibles et permet de mieux mettre en avant nos positions, identifier des personnes et des rôles au sein du Parti, construire des récits à partir de notre engagement. Cela a aussi une valeur pour l'interne. Pour activer la mobilisation, il est stimulant de faire voir à certain-e-s camarades que d'autres se mobilisent, ont leur photo lors de telle ou telle action, ce qui permet de créer une émulation et stimuler une force d'entraînement.

Le compte Facebook du PS genevois est passé de 1100 « j'aime » en 2016 à 1415 en 2018.

Le compte Instagram du PS Genevois est passé de 203 abonnés à 470 en 2018 ; de 132 publications en 2016 à 276 en 2018.

Le compte twitter du PS genevois demeure actif à un rythme soutenu passant en 2016 de (956 tweets, 771 abonnements, 962 abonnés) à 1190 tweets, 761 abonnements, 1145 abonnés en 2018.

5. Complémentarités des deux approches et public-cible

La mobilisation est un désir de faire ensemble. Elle demande du temps, de l'énergie, mais en retour nous renforce, affinant nos compétences politiques, sociales, et relationnelles, les éprouvant et renforçant au contact de l'autre. Nous pensons qu'un bon usage des réseaux sociaux permet d'augmenter la mobilisation.

6. Forces et faiblesses de la mobilisation par le PSG

Nous devons toujours faire un effort pour mieux connaître les forces et ressources de nos militant-e-s, et développer un réservoir de personnes responsables, par exemple des groupes de 5-6 personnes activables par commune, ou quartier, se connaissant et se réunissant à intervalles réguliers, se donnant des objectifs, anticipant les échéances, nourrissant une dynamique propre, planifiant des actions et des fabrications de matériel politique (films, banderoles, etc). C'est aujourd'hui beaucoup le CD et le secrétariat qui donne le rythme. Comme le rappelle la chercheuse Joëlle Zask¹, on peut décomposer en trois temps la participation, soit 1) Prendre part 2) Apporter une part et 3) Recevoir une part. Notre parti devant trouver le bon

¹ Joëlle Zask, Participer, essai sur les formes démocratiques de la participation, Editions le bord de l'eau, 2011.

équilibre entre exiger de ses membres, mais aussi leur permettre de voir leur engagement souligné et valorisé. Nous sous-estimons aussi les compétences nécessaires pour s'engager et militer. Cela n'est pas donné à tout le monde, il faut bien souvent des compétences de langue, de connaissance, qui devraient nous indiquer une voie à suivre de formation interne afin que chacun.e se sente légitimé et renforcé dans ses actions pour le parti. Pour faire court : appeler des nouveaux membres à venir sur le stand, et imaginer que celui-ci, fonctionnant en quelque sorte comme *un baptême du feu* sera en quelque sorte le lieu de formation et d'apprentissage politique est risqué. Certain.e.s s'en sont trouvés dégoûté.e.s. Il nous semblerait intéressant de réfléchir au développement de structures internes de formation et d'accompagnement avant de solliciter les membres pour les envoyer dans la rue ; et ainsi pouvoir trouver un équilibre optimal pour nos membres entre prendre part, bénéficier, et contribuer.

7. Pour l'avenir

Arriver à une meilleure coordination et communication avec le *PS Suisse* pour développer une collaboration optimale dans le cadre de la campagne nationale 2019. Avoir une meilleure vision de ce qui se passe à l'échelle du Canton dans son ensemble, afin d'être présent également dans les communes, épauler et soutenir les sections.

Développer une meilleure efficacité dans la manière de toucher les *membres du PS* pour les inviter à s'engager (téléphone, mail personnalisés). Mobilisation et recrutement vont de pair. Il nous appartient de développer des cercles participatifs vertueux en nous donnant des objectifs clairs et donner surtout du sens à nos démarches.

Rôle et enjeu du poste occupé par Tamina. La création de ce poste par le CD au début de l'été 2018 ouvre de nouvelles et très intéressantes perspectives pour l'organisation et le renforcement de la mobilisation au sein du PSG. Cette ressource supplémentaire est une belle promesse de renforcement de notre mobilisation. A chacun.e d'y participer ! Merci.

Sylvain Thévoz, responsable mobilisation, Comité Directeur.