

---

## Après les élections - et maintenant? L'avenir bien sûr !

### *Une contribution à la discussion au sein du PS du canton de Fribourg*

---

Tout d'abord, nos félicitations à toutes et tous qui ont été élu-e-s, en particulier à Jean-François pour son excellent résultat lors des élections au Conseil d'État. Nous leur souhaitons beaucoup des succès et beaucoup de satisfaction personnelle.

Un tout grand MERCI à la présidence et aux responsables de la campagne. En premier lieu à Martine Fagherazzi ; elle a travaillé sans relâche et a essayé de mobiliser et de motiver les acteurs du PS Fribourg. Et bien sûr aux candidates et candidats qui ont tout donné. Ce ne sont pas eux qui ont manqué.

Il s'agit maintenant d'envisager l'avenir et de tirer les leçons du passé. Voici quelques réflexions, en aucun cas exhaustives, et qui se veulent moins des critiques que des suggestions :

#### **A. Principe fondamental**

##### ***La campagne électorale commence le lendemain des élections et est permanente !***

- Nous avons donc besoin **d'une ou deux personnes** de la présidence qui seraient **responsables de la campagne permanente**.
- **Lors de chaque réunion du Comité directeur, un point de l'ordre du jour doit être consacré aux campagnes** pour les 3 à 6 prochains mois. La présidence propose des projets concrets avec: **Message(s), communication, mobilisation, mise en réseau**.
- **Chaque année, 3 à 4 thèmes / campagnes** devraient concerner en priorité la politique cantonale.

#### **B. Domaines d'intervention**

##### ***1. Messages et visions.***

- Nous devons réapprendre à développer et à diffuser des messages qui soient attrayants pour les groupes de population que nous voulons toucher. **A quels groupes de population voulons-nous nous adresser?** Autrement dit : Les intérêts de quel groupe de population représentons-nous? 99%, c'est sans doute un peu beaucoup et les messages deviennent confus. Et pourquoi pas 50%? **Les intérêts des moyens et petits revenus !**
- En même temps, nous devons nous distinguer des autres partis par ces messages. Et ce, par rapport à tous les partis! C'est ce que l'on appelle en économie une **unique selling proposition**. Les électeurs doivent à nouveau savoir pourquoi il est judicieux de voter le PS et non le Centre, les Verts ou même l'UDC !

- **Quels sont nos messages prioritaires?** *Agir ensemble* n'est pas un tel message - l'UDC ou le Centre pourraient aussi le raconter. Le projet de programme développé par les candidates et candidats au CE est un bon point de départ. Mais nous devons fixer des priorités ! *Des primes abordables / des salaires et des rentes décentes / des loyers abordables / une politique environnementale socialement acceptable / l'égalité des chances dans la formation, etc....* ce genre de messages serait à envisager. Si possible accompagnés d'idées concrètes (comme pour l'initiative sur les primes : 10%).

## 2. Communication

- **Et ces messages, nous devons les communiquer.** Par des communiqués de presse, bien sûr, mais aussi par des interventions au Grand Conseil. *La lutte contre la précarité* en est un bon exemple. Et les médias sociaux jouent un rôle important. En particulier pendant la campagne électorale, les médias traditionnels sont plutôt réticents à publier les déclarations politiques des différents partis ; nous devons alors passer par les réseaux sociaux.
- **Le travail du Grand Conseil est essentiel.** Nous devons sans cesse montrer ce que fait le groupe PS et comment il est freiné par la majorité de droite. **Et souligner sans cesse les différences entre le PS et les autres partis !**
- Comme nous sommes souvent les perdants au Grand Conseil, il est judicieux de **nous distancer régulièrement de la majorité de droite par des référendums et des initiatives.** Prévoyons donc de lancer 1 à 2 initiatives / référendums populaires par an !
- **Les flyers et les actions de stands** ne sont pas seulement un bon moyen de communiquer avec la population pendant la campagne électorale. **Si les médias traditionnels ne nous prêtent pas attention et si les réseaux sociaux sont trop volatiles, nous devons nous concentrer à nouveau sur les actions dans la rue.** Nous devons nous manifester plus régulièrement - pas seulement avant les élections !!! -, nous faire remarquer et être présents dans la sphère publique locale. Pas avec des croissants, mais avec des messages politiques!
- **Et bien sûr, continuer avec le café national.** C'est une excellente occasion de manifester la volonté des député-e-s de s'occuper des soucis quotidiens des citoyen-ne-s. Réfléchissons des possibilités d'un instrument similaire pour les député-e-s au niveau cantonal.
- Cela signifie que **la politique nationale joue également un rôle essentiel dans la communication.** En vue des élections de 2023, nous devons montrer à quel point il est important de renforcer la représentation de la gauche (du PS) dans les parlements nationaux afin d'élaborer des solutions politiques socialement acceptables, par exemple dans les domaines de la prévoyance, de l'environnement, de la santé, de la sécurité ou de la politique européenne. Analysons et communiquons régulièrement les décisions nationales sous l'angle des différentes positions politiques !

---

### 3. *Mobiliser, mobiliser, mobiliser*

- **Les principaux ambassadeurs du PS sont nos propres membres.** Ils doivent être particulièrement soignés. Pas seulement deux mois avant les élections ("veuillez verser de l'argent et distribuer des chocolats tôt le matin!"), mais en permanence !
- Nous avons besoin d'une **newsletter régulière** - toutes les 6 semaines - qui contient les messages susmentionnés, les analyses des activités du Grand Conseil, des appels à la collecte de signatures, etc.
- Nous avons également besoin **d'assemblées des membres** au niveau cantonal, qui soient en premier lieu **consacrées à des thèmes cantonaux** et ne se contentent pas de remâcher des mots d'ordre de votation déjà décidés au niveau national.
- Nous devrions **prendre nos membres au sérieux** et discuter avec eux de nos positions lors d'assemblées préalables aux délibérations parlementaires - par exemple à l'occasion de consultations - et les laisser participer aux décisions.
- Et nous avons besoin **d'assemblées des membres régulières sur nos thèmes prioritaires au niveau local ou du district.** Selon un schéma similaire comme au niveau cantonal, afin de recueillir des avis, de transmettre des informations et de mobiliser.

### 4. *Se mettre en réseau*

- **Nous ne sommes pas seuls.** D'autres organisations sont également actives dans les domaines qui nous intéressent particulièrement : Les syndicats, Pro Senectute, Caritas, etc. sont nos alliés potentiels. **Nous devons collaborer plus étroitement avec elles.**
- Nous avons besoin **d'une personne au sein de la présidence** qui soit responsable de la collaboration avec les alliés potentiels et **qui développe des stratégies** en ce sens.