

PLAN D'ACTION : STRATÉGIE POUR LA DIVERSITÉ 2023

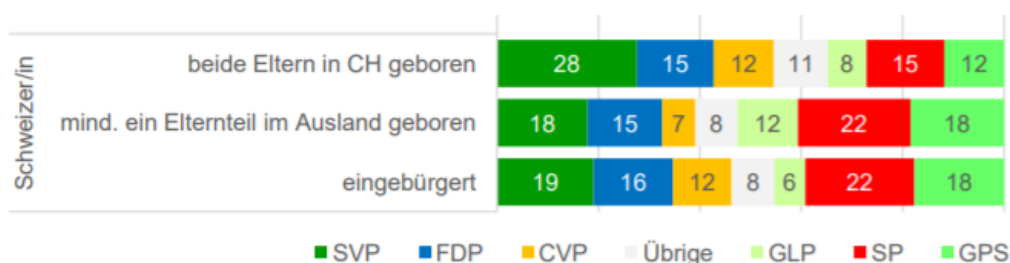
1. Situation de départ

Des sondages récents montrent que seulement 10% des politiciens fédéraux sont issus de l'immigration. C'est une sous-représentation massive des 38% de personnes issues de l'immigration en Suisse. Le PS doit prendre sa responsabilité au sérieux lors des prochaines élections et accorder aux migrant-e-s des places prometteuses sur les listes.

Le PS Migrant-e-s propose les six cantons suivants, sur la base du pourcentage de migrants et du pourcentage de sièges au Conseil national, dans lesquels les migrants du PS doivent être présentés avec de réelles chances d'être élus :

| Canton | Habitant-e-s | Habitant-e-s issus de l'immigration | Habitant-e-s issus de l'immigration en % | Nombre de sièges au Conseil national | Dont sièges PS |
|------------|--------------|-------------------------------------|--|--------------------------------------|----------------|
| Zürich | 1302113 | 563685 | 43.29% | 35 | 7 |
| Basel St. | 169000 | 88218 | 52.20% | 5 | 2 |
| Bern | 883000 | 216865 | 24.56% | 24 | 4 |
| Aargau | 580000 | 212280 | 36.60% | 16 | 3 |
| St. Gallen | 432000 | 142128 | 32.90% | 12 | 2 |
| Genf | 405000 | 246645 | 60.90% | 11 | 2 |

D'un point de vue stratégique, les élections de 2023 seront également décisives pour le PS et sa part de voix parmi la population migrante. L'étude Fors Select a clairement montré que le PS disposait d'un potentiel électoral considérable parmi les migrant-e-s de la première et de la deuxième génération. Nous devons utiliser ce potentiel pour une gauche forte au Conseil national.



Lesebeispiel: Bei den Männern gaben 29% an, SVP gewählt zu haben, 17% FDP, 10% CVP, 9% übrige Parteien, 8% GLP, 16% SP und 11% GPS. (N gewichtet: Männer 2494; Frauen 2224; 18-24 299; 25-34 480; 35-44 720; 45-54 843; 55-64 948; 65-74 891; 75+ 535; Verheiratet 2804; Ledig 1192; Geschieden/Getrennt 500; Verwitwet 210; Protestantisch 1627; Katholisch 1843; Andere Religion 166; Konfessionslos 1072; beide Eltern in CH geboren 3643; mind. ein Elternteil im Ausland geboren 455; eingebürgert 594).

Ce potentiel n'a pas échappé aux bourgeois. L'UDC a fondé en 2010 le groupe "Neue Heimat" et s'est présentée en 2019 à Bâle avec une liste séparée de migrant-e-s. Le centre fait campagne avec les "Kosovars chrétiens démocrates" (CDK) et le PLR zurichois a fait campagne pour les élections municipales sous le nom de "Gelebte Vielfalt". Le PS doit en faire plus pour conserver sa souveraineté en matière d'interprétation et prouver son sérieux par des activités de promotion de la diversité, de manière à devenir publiquement crédible.

2. Mesures

- Définition «Migrant-e-s»

Par migrant-e-s, nous entendons : Les personnes ayant une histoire de migration actuelle ou attribuée par la société.

Nous voulons éviter que la campagne pour la diversité ne se base exclusivement sur la double nationalité, au lieu de se concentrer sur les personnes qui subissent au quotidien des discriminations et des préjudices en raison de leur origine (attribuée) ou de la couleur de leur peau.

b) Engagement actif pour les candidat-e-s «phares »

L'expérience des années précédentes le montre : Un engagement clair et précoce de la part des organes compétentes du PS Suisse est nécessaire. Il faut aussi un soutien clair des partis cantonaux. Cela peut faciliter beaucoup de choses.

En outre, il vaut la peine de lancer les candidatures "phares" suffisamment tôt dans la campagne préélectorale. Il s'agit de faire comprendre très tôt au niveau politique que le PS est favorable aux migrant-e-s et qu'il veut leur donner de réelles chances d'être élus. Car il faut un certain temps pour que ce message soit transmis à la société.

c) Soutien financier de la campagne par le PS Suisse & les partis cantonaux

Le PS Migrant-e-s souhaite cette fois encore mener sa propre campagne active pour ses candidat-e-s. Pour ce faire, il a besoin d'un budget suffisant et de ressources en.

d) Assurer la visibilité:

- a. Lors de réunions internes, d'événements et de tables rondes
- b. Dans les médias (internes et externes)
- c. Sur les médias sociaux
- d. Campagne nationale (pour la mobilisation en faveur des communautés)
- e. Chaque candidat-e a au moins une apparition dans les autres cantons sélectionnés

Ce n'est qu'en rendant les candidat-e-s visibles et en les encourageant sur toutes les plateformes que nous pourrions garantir que les personnes issues de l'immigration perçoivent le PS comme leur voix forte et que nous pourrions ainsi gagner de nombreux nouveaux électeurs et nouvelles électrices.

e) Participation à la définition des priorités thématiques

L'initiative prévue de « l'Action 4/4 » attirera fortement l'attention du public sur la question de la naturalisation. Celle-ci se présente également comme un thème prioritaire du PS Suisse pour les élections. Pour le PS, il est important de présenter des candidat-e-s crédibles sur cette question et de garantir aux candidat-e-s issus de l'immigration des possibilités de participation et de visibilité sur ce thème.

f) Impliquer d'autres personnes motivées

Cette campagne électorale doit permettre de présenter des candidat-e-s « phares » et de mobiliser l'électorat. En outre, elle doit offrir à d'autres personnes la possibilité de s'engager dans la campagne électorale pour le PS Migrant-e-s et/ou de préparer leur propre candidature à l'avenir. Ces candidat-e-s devraient être identifié-e-s (p. ex. par le biais d'un sondage) et étroitement associés à la campagne. Cette stratégie offre ainsi un effet à moyen et long terme pour une meilleure représentation de la population migrante dans la politique.