Montreuil, le 26 mars 2018

Trame d'introduction pour les organisations afin d'établir un plan de travail dans le cadre de la campagne pour les élections professionnelles du 6 décembre 2018

La CGT est la première OS dans le public, c'est un fait depuis 1965 et si nous voulons le rester, il va falloir se remonter les manches et y aller les camarades…

La politique menée par le gouvernement n'engage pas les agents à aller voter pour les représentants du personnel. Les élections du 6 décembre prochain auront un enjeu particulier, celui de la représentativité de la CGT, toute la CGT, privé et public, il est de taille et je ne vous cache pas que nous sommes attendus au tournant, tant par le gouvernement qui fait de sa politique de dégagisme une politique permettant in fine de faire passer la CGT comme étant le syndicat qui s'oppose systématiquement, et donc à tenter de l'évincer de l'échiquier social, que par les autres OS en mal de représentativité, et cela camarades n'est pas une fake news.

La Fédération a pour rôle de définir le cadre de la campagne, mais il appartient aux syndicats de mener le travail au plus près des agents pour gagner le vote CGT.

En 2014 la participation était de 54,5%. 29,5% CGT, 22,3% CFDT.

Du nouveau : listes genrées, CCP (instances pour les contractuels). Même si nous ne perdons pas de vue qu'un emploi permanent doit être occupé par un titulaire, il nous faut être à l'offensive pour la titularisation des contractuels.

Les différentes réorganisations territoriales ont un impact fort sur notre syndicalisme. L'ensemble des catégories professionnelles est touché, mais nous ne devons pas négliger l'impact sur les ICT qui se retrouvent confrontés de plus en plus à la mobilité forcée, aux injonctions de faire mieux avec moins de moyens financiers et moins de personnels Une catégorie ou le taux de contractuels augmente.

Précisons la cible, les moyens et les modalités de mise en œuvre.

LE VOTE A L'URNE est notre priorité

La cible

Vous le savez, nous avons partout un électorat déjà acquis au vote CGT. Ce n'est donc pas celui qui est visé en priorité, même s'il n'est pas à négliger dans nos plans de travail en territoire.
En revanche, l'abstention est une réalité, notre campagne vise particulièrement les salarié.e.s qui ne votent pas, et surtout, qui ne votent pas CGT.

Elle s'inscrit dans la continuité de celle du mois de septembre « fier.e.s d'être fonctionnaire », à partir des réalités quotidiennes de l'ensemble des salarié.e.s de notre fonction publique territoriale. L'objectif est de faire le lien entre les besoins du service public, notamment la défense de notre statut, avec ceux

des agents (conditions de travail, organisation des services, articulation vie privée et vie pro, l'emploi, la formation, les salaires…) et nos revendications CGT, voir nos interventions.

Les moyens

Plusieurs moyens d'expression et supports sont à votre disposition, pour répondre aux besoins des syndicats, CSD et militants.

1. **Pour répondre aux questions d'ordre techniques et statutaires, vous disposez de**

- La messagerie pour joindre le référent élection pro
- Vous pouvez solliciter la ou le CFR, la et le coopérant.e fédéral.e.
- Le guide technique n°861a été envoyé aux syndicats, il est également disponible sur le site
- Chaque numéro du Guide de 2018 sera accompagné d'un 4 pages, en annexe, comprenant des fiches pratiques, un rappel du calendrier et un focus sur un aspect statutaire ou autre question reçu sur la messagerie avec sa réponse
- L'espace dédié sur notre site a été réactualisé, et tous les documents nécessaires y seront référencés : profession de foi, déclaration de candidature, guide de l'ascenseur, maquette de tract pour les bilans des élu.e.s et mandaté.e.s

2. **Les supports de communication pour mener cette campagne**

Nous poursuivons la dynamique de la campagne « Fier.e.s d'être fonctionnaires ! », très bien accueillie en territoire, au plus près des agents et de nos réalités quotidiennes.

Un journal de masse de 20 à 24 pages : *Son format, sa forme seront similaires à celui des «gratuits». L'habitude du format, du langage et de la forme permet de faciliter la lecture, la compréhension des messages. Ce critère est très important car il s'agit d'éviter le rejet du document.*

Le contenu de ce journal doit prendre en compte toutes les diversités humaines, sectorielles, locales de la fonction publique territoriale.

Ce journal devra répondre à trois critères fondamentaux :

- Rendre la fierté aux salariés de la fonction publique. Ils ne sont pas seuls et isolés.

- Humaniser le contenu au travers de témoignages réels de terrain d'acteurs de la fonction publique en ayant soin de panacher les secteurs d'activités, les sexes, les titulaires et les contractuels, les tranches d'âge..

- Rendre logique le choix du vote CGT après avoir lu les témoignages dont le but est de permettre à un salarié de Lorraine de se reconnaître dans la vie quotidienne d'un salarié de Bordeaux, par exemple.

L'existence d'un journal qui reflète la vie concrète, (stress, salaires, conditions de travail, carrière, etc...) peut permettre une prise en charge plus facile par les militants qui seront «fiers» de faire partager le document.

Il convient de préciser que ce journal, s'il participe «secrètement» à la campagne de fin d'année, doit rester hors de la campagne et ne pas apparaître immédiatement comme un journal syndical. Ce n'est qu'à l'intérieur du document que les lecteurs pourront comprendre la liaison entre la publication et la CGT.

Chaque entretien permettra donc en regard de pagination, d'avoir la position de la fédération sur tel ou tel sujet énoncé par le témoignage.

Les propositions de la fédération seront donc perçues comme une réponse concrète aux préoccupations des salariés, ce qui n'est pas le cas lorsqu'elles sont regroupées dans un document unique pour lequel on demande au lecteur de retrouver la logique entre constat et propositions.

Chaque témoignage comprendra un QRCODE qui permettra d'accéder à la vidéo, d'une durée moyenne de 5mn, sur un site internet dédié, notre chaine You tube et notre page Facebook.

- Le site dédié sera *spécifique à la campagne et autonome, même s'il est relié au site fédéral*. *En effet, dans la continuité de notre logique de communication, ce site devra être habillé graphiquement avec l'esprit actuel des sites de communication et non de syndicat.*
- *Pouvant être alimenté aussi souvent que nécessaire, le site sera à la fois une vitrine du service public dans toutes ses composantes, une source d'informations plus complète que le journal, disposera d'une bibliothèque de documents tant sur le plan graphique, syndical, qu'administratif dans la période précédant les élections.*

Pour faire connaître le module internet et l'application, une série de stickers petits formats permettant d'être collés sur tous supports sera conçue.

- Une affiche sera disponible, reprenant « la mosaïque » de la campagne « fier.e.s d'être fonctionnaires ! », le slogan et le logo de la campagne.
- Un stylo avec des post-it, objet de communication, sera également à votre disposition, sur commande.

Modalités de mise en œuvre

Cette campagne comportera deux temps, de façon à s'adapter à l'actualité revendicative.
L'ensemble du matériel, y compris des tracts par collectif, sera disponible au début du mois d'avril, sauf pour les éléments « techniques » de campagne pour la constitution des listes, qui est en cours de réactualisation.

Un bon de commande sera intégré au « 4 pages » du Guide pour les syndicats et les CSD, qui sera à adresser aux CSD qui transmettront à la FD. Ce bon de commande sera également en ligne, sur le site, dans l'espace dédié. Bien évidemment, les CSD prévoiront également les quantités nécessaires aux plans de déploiements.

Nous attirons votre attention sur la mise à jour des adresses des CSD. En effet, le matériel sera adressé aux CSD, il faut donc l'espace de stockage suffisant. À titre indicatif, une palette pour le journal de masse pèse en moyenne 450 kg.

Un bilan sera établi dès juin, pour avoir un retour sur le journal et déterminer, et adapter éventuellement le matériel de campagne à partir du mois de septembre, dernière ligne droite des élections.

Bon courage à toutes et à tous.