



édito

Toutes et tous sur le pont pour les élections TPE !

Les élections TPE auront lieu du 25 novembre au 9 décembre. Il s'agit d'une échéance majeure pour la CGT. Cela concerne 5 millions de salarié-es, soit près de 20 % du salariat. Ensuite, ces élections déterminent notre représentativité et donc notre rapport de force, que ce soit au niveau national interprofessionnel, dans les branches ou dans les territoires.

Certes, les CPRI et CPRIA ont malheureusement peu de prérogatives. Mais au lendemain des élections TPE, la CGT demandera l'ouverture d'une négociation pour renforcer ces instances. Le résultat des élections pèsera lourd dans ce rapport de force. L'enjeu crucial pour les 5 millions de salarié-es des TPE, ce sont les conventions collectives. C'est là que sont définis l'ensemble de leurs droits, car ils n'ont pas d'accord d'entreprise pour améliorer leurs conditions. Nous le savons : plus la CGT est forte dans une branche, meilleure est la convention collective. L'impact du vote est donc très concret pour les salarié-es !

L'objectif est clair : gagner dans toutes les branches un treizième mois, une sixième semaine de congés payés et des jours enfants malades, par exemple. Cependant, les modalités de vote et l'absence de campagne organisée par les pouvoirs publics compliquent la participation. Il nous faut donc récupérer un maximum de coordonnées

RENDEZ-VOUS À NE PAS MANQUER POUR RÉUSSIR LA CAMPAGNE TPE 2024

- Retour des **tracts pour publipostages** des fédérations le 10 septembre.
- Derniers jours pour faire parvenir les documents avant qu'ils n'arrivent dans les boîtes aux lettres des salarié-es TPE. La Confédération peut s'occuper de la mise en forme et coordonne l'impression et l'expédition.
- **Déploiement TPE Fête de l'Humanité : les 13, 14 et 15 septembre 2024.**
Un stand spécial TPE sera installé à la Fête de l'Humanité, afin de sensibiliser les salarié-es et de les faire voter au maximum lors du scrutin.
On recherche des volontaires pour tenir le stand durant les trois jours.
- **Webinaire à destination des candidats CPRI, le mardi 17 septembre 2024 de 19h00 à 21h00, animé par Sophie Binet.**
Le collectif confédéral TPE propose à l'ensemble des candidat-es CGT aux commissions paritaires régionales interprofessionnelles (CPRI) un temps de rencontre et d'échanges.
La Confédération invite chaque comité régional à prendre contact avec les candidat-es qu'il a présenté-es, afin d'assurer la participation la plus large possible.
- **Participer à la visioconférence (Zoom) :**
<https://us06web.zoom.us/j/83322484847?pwd=YB2jbJ4zZmjd-wNcWslwZx1Xxp5M19c.1>
ID de réunion : 833 2248 4847
Code secret : 976816
- **Publication de la liste électorale TPE 2024, le mercredi 18 septembre 2024.**
Fin septembre, les organisations qui auront retourné la charte de bonne utilisation de la liste électorale signée pourront recevoir le fichier numérique de la liste électorale TPE 2024.
- Retour de la charte signée par les organisations, pour leur communiquer la liste électorale TPE le 27 septembre 2024, au plus tard.
- **Webinaires destinés aux conseiller-es du ou de la salarié-e et aux défenseur-es syndicaux-les, en présence de Sophie Binet.**
Dans le cadre de la campagne TPE 2024, la Confédération souhaite associer chacun-e des conseiller-es du ou de la salarié-e, de manière étroite, pour assurer le meilleur succès de notre démarche syndicale. En effet, celles et ceux-ci rencontrent régulièrement des salarié-es issu-es des très petites entreprises, notamment lorsqu'elles et ils les accompagnent face à leurs employeur-ses. Leur rôle est majeur pour assurer qu'un maximum de salarié-es des très petites entreprises puisse réellement voter du 25 novembre au 9 décembre 2024.
- Aussi, la Confédération invite les **conseiller-es du ou de la salarié-e à participer aux webinaires**, durant lesquels elles et ils pourront échanger avec notre secrétaire générale sur la place

... Suite édit

mails et téléphoniques des salarié-es pour pouvoir les accompagner et s'assurer qu'ils et elles puissent effectivement voter.

En 2021, nous avons réalisé 67634 voix lors du précédent scrutin. Ce nombre peut et doit être augmenté ! Pour cela, il faut compiler au moins 130 000 coordonnées.

Mobilisons notre réseau militant. Tou-tes nos syndiqué-es connaissent des salarié-es TPE. Nos conseiller-es du ou de la salarié-e et nos défenseur-es syndicaux-les accompagnent de nombreux-ses salarié-es de TPE. Nous devons les inviter à remonter leurs coordonnées sur la plateforme nationale (contact.cgt.fr). Multiplions les déploiements de terrain avec pour objectif de récupérer les coordonnées de tou-tes les salarié-es TPE que nous rencontrerons.

Enfin, nous allons mettre en place un numéro vert, pour informer les salarié-es sur leurs droits et répondre à leurs questions sur leur vote.

Cette campagne est cruciale et la CGT est la mieux placée pour la remporter. Nous sommes l'organisation la plus connue, nous sommes réputé-es pour notre combativité, et nous avons le plus grand réseau militant. Alors, mettons toutes nos forces dans la bataille. Portons cet enjeu dans toutes les AG de rentrée, travaillons avec les fédérations et les syndicats pour que tous priorisent cette campagne et mettent à disposition un maximum de camarades. En route pour la victoire et vive la CGT !

Sophie Binet,
secrétaire générale de la CGT

SOMMAIRE

Rendez-vous à ne pas manquer pour réussir la campagne TPE 2024.....	1
Pour voter, il faut être inscrit-e sur les listes électorales !	4
Intro type élections TPE 2024	5
Outils et supports de la campagne de communication.....	6
Réussir son déploiement syndical	12



Élections TPE : des webinaires pour mener campagne ensemble

Pas moins de 8 rendez-vous sont proposés pour échanger sur les outils et le déroulé de la campagne CGT. Ces webinaires permettront aux organisations et aux militant-es de découvrir les outils et supports de campagne, de partager leurs expériences, bonnes ou moins bonnes, de réfléchir ensemble à la meilleure façon de mener campagne.

Il faut impérativement s'inscrire ici pour recevoir le lien par mail : app.cgt.fr/webinaire-TPE

Contenu

En septembre, les webinaires seront en trois parties :

- outils et supports ;
- déploiements et initiatives ;
- échanges et retours d'expérience.

En octobre et novembre, les contenus seront adaptés aux besoins exprimés, à l'actualité, et au déroulé de la campagne.

... Suite article page 1

essentielle qu'elles et ils ont à jouer dans cette campagne électorale capitale pour la représentativité de notre organisation.

Donc, deux webinaires à ne pas rater :

→ **20 septembre 2024 de 13 h 00 à 14 h 00**
<https://us06web.zoom.us/j/84519807937?pwd=2MswbVbVQAQ0o6jED6ylaWVDMvRZPbxi.1>

ID de réunion : 845 1980 7937

Code secret : 277337

→ **25 septembre 2024 de 18 h 00 à 19 h 00**
<https://us06web.zoom.us/j/87555840733?pwd=vhNjHskax1C0Bzm9jm3RbSnnPxDTzW.1>

ID de réunion : 875 5584 0733

Code secret : 593205

- **Webinaires à destination des UD, des UL et des fédérations, pour s'outiller durant la campagne TPE.**

Une question sur la marche à suivre pour utiliser la cartographie TPE ? Quel matériel de campagne ? Pourquoi utiliser la plateforme de contact ? Pas de panique, des webinaires sont là pour vous aider. Ils permettront aussi de partager vos expériences de déploiements (voir encadré).

Agenda

Vous pouvez suivre un ou plusieurs webinaires, au choix.

Ces webinaires se tiennent le **vendredi, de 13h00 à 14h00**, presque chaque semaine.

Vous pouvez noter ces dates :

- **Webinaire 2 : vendredi 20 septembre**
- **Webinaire 3 : vendredi 27 septembre**
- **Webinaire 4 : vendredi 11 octobre**
- **Webinaire 5 : vendredi 18 octobre**
- **Webinaire 6 : vendredi 8 novembre**
- **Webinaire 7 : vendredi 22 novembre**
- **Webinaire 8 : vendredi 29 novembre**



app.cgt.fr/webinaire-TPE

Format

Les participant-es pourront prendre la parole ou poser leurs questions par écrit, en amont ou durant les sessions.

- **Réunion du groupe confédéral TPE** : fédérations, comités régionaux, mandaté-es CPRIA, le 8 octobre de 10h00 à 16h30, à Montreuil, salle Blumenthal, dans le complexe de la CGT ;
 - **Réunion - 12^e journée nationale des CPRIA, le 30 octobre 2024**, de 9h00 à 16h30, en présence de Sophie Binet, au Palais d'Iéna (Paris).
 - **Conférence de presse - restitution du sondage 2024** : « les attentes des salarié-es TPE », en présence de Sophie Binet.
- La CGT a commandé un sondage sur les attentes des salarié-es issu-es des TPE. Les résultats seront dévoilés lors d'une conférence de presse.

VOUS AVEZ UNE QUESTION ?

Appelez le numéro TPE-CGT

APPEL GRATUIT **0801 03 00 77**

Mise en ligne d'un numéro gratuit pour joindre la CGT du 18 novembre au 9 décembre 2024
- Plages horaires du numéro vert du lundi au vendredi : 9h00-18h00

OBJECTIF :

- Répondre aux questions des salarié-es TPE concernant les difficultés qu'elles et ils rencontrent au sein de leur entreprise ;
- Les inciter à voter du 25 novembre au 9 décembre 2024t.

Déploiement sur le territoire

Pour pouvoir continuer à faire grandir la campagne TPE et pour pouvoir faire le lien entre fédérations et organisations, nous avons besoin que vous nous fassiez remonter toutes les dates de déploiement prévues dans vos départements et vos fédérations, avant le prochain CCN des 5 et 6 novembre 2024. Notre objectif est de recenser au moins 1000 déploiements. Cette campagne est celle de toute la CGT. Ensemble, démontrons le savoir-faire de notre organisation !

QUELQUES DATES DE DÉPLOIEMENT POUR INFORMATION

- **Du 20 au 29 septembre : Caen, UD 14**
- **26 septembre : Aurillac, UD 15 / en présence de Sophie Binet**
- **Les 8, 9 et 10 octobre : Orléans, UD 45**
- **30 octobre : Mantes-la-Jolie, UD 78**
- **10 octobre : Orléans, UD 45 / en présence de Sophie Binet**
- **Du 17 octobre au 25 novembre : Lyon, UD 69**
- **14 novembre : Toulouse, UD 31 / en présence de Sophie Binet**
- **26 novembre : Versailles, UD 78 / en présence de Sophie Binet**
- **28 novembre : Saint-Quentin en Yvelines, UD 78**
- **29 novembre : Rungis, UD 91 / en présence de Sophie Binet**

BESOIN DE 60 MILITANT-ES CGT pour tenir les permanences téléphoniques pour répondre aux questions des salarié-es TPE et les aider à voter via FranceConnect. Les conseiller-es du ou de la salarié-e et les défenseur-es syndicaux-les sont vivement sollicité-es.

ÉLECTIONS TPE
DU 25 NOVEMBRE AU 9 DÉCEMBRE 2024 :

POUR VOTER, IL FAUT ÊTRE INSCRIT·E SUR LES LISTES ÉLECTORALES !

Les informations essentielles...

Rappel des dates clés de l'élection TPE 2024

Du 2 au 27 septembre 2024 : vérification et mise à jour des informations personnelles par les salarié·es.

Novembre : réception par les électeur·ices du courrier comprenant leur matériel de vote en ligne ou par correspondance.

Du 25 novembre au 9 décembre 2024 : période de vote en ligne ou par courrier.

Le jeudi 19 décembre 2024 : publication des résultats de l'élection.

Qui peut voter ?

- tou·tes les salarié·es en CDI, CDD ou contrat d'apprentissage qui travaillent dans une entreprise de moins de 11 salarié·es, ou employé·es à domicile, et présent·es dans l'entreprise en décembre 2023 ;
- avoir 16 ans révolus au 25 novembre 2024 ;
- toutes nationalités.

La liste électorale

Elle a été élaborée à partir des données collectées auprès des caisses de sécurité sociale. Pour s'assurer de recevoir à domicile, en novembre 2024, le bon matériel de vote, il est essentiel que les salarié·es vérifient leur bonne inscription sur la liste électorale et l'exactitude de leurs informations personnelles, et en demandent la mise à jour si nécessaire **avant le 27 septembre 2024.**

Connexion au site du ministère du Travail : election-tpe.travail.gouv.fr

Tou·tes les salarié·es pourront se connecter grâce à leur numéro de Sécurité sociale, ou à l'aide de FranceConnect, sur le site election-tpe.travail.gouv.fr, en cliquant sur « Recherche Liste électorale » dans la rubrique « Liste électorale » et elles et ils pourront vérifier si elles et ils sont bien inscrit·es.

Pour toute question, une rubrique « aide » est accessible depuis le site web du ministère du Travail. Un service d'assistance téléphonique est également disponible du lundi au vendredi de 9 heures à 18 heures (heure France métropolitaine) au 09 70 82 15 70.

La CGT mettra également en place un numéro vert du 12 novembre au 10 décembre 2024 : 08 01 03 00 77.



Inscription, recours, modifications

Inscription sur les listes

Si la ou le salarié·e n'est pas inscrit·e, mais qu'elle ou il respecte les conditions (avoir travaillé en CDD, en CDI en décembre 2023), il est urgent de faire une demande d'inscription avant le 27 septembre 2024 via le site du ministère – election-tpe.travail.gouv.fr – ou auprès de la Dreets (direction régionale de l'économie, de l'emploi, du travail et des solidarités) concernée.

Recours

En cas de refus du ministère et conformément à l'article R. 2122-26 du Code du travail, l'électeur·ice dispose d'un délai de dix jours à compter de la notification de décision pour former un recours devant le tribunal judiciaire de son lieu de résidence. La contestation de la décision peut être formée par un·e représentant·e qu'elle ou il aura désigné·e.

Attention au délai : La ou le salarié·e a dix jours à compter du refus du ministère du Travail pour saisir la ou le juge.

Modifications

Chaque électeur·ice dispose d'un espace personnel sur le site election-tpe.travail.gouv.fr, lui permettant de **vérifier et de mettre à jour les informations la ou le concernant** et de découvrir les **syndicats candidats** et leur **programme**.

Les principales informations à vérifier par les salarié·es sont :

- la région et le département de leur employeur·se ;
- leur convention collective (à retrouver généralement sur la fiche de paie, ou sur le contrat de travail) ;
- leur collège cadre ou non cadre ;
- leur adresse postale.

SUPPORTS POUR ANIMER UNE RÉUNION CGT SUR LA CAMPAGNE TPE

Vous souhaitez organiser une réunion sur les élections TPE ? Retrouvez ci-dessous une introduction type pour lancer vos débats.

Les élections professionnelles dans les très petites entreprises vont se tenir du 25 novembre au 9 décembre 2024. Près de 5 millions de travailleurs et travailleuses (autant que dans les trois versants de la fonction publique) vont, pour la quatrième fois depuis 2012, choisir le syndicat de leur choix. De scrutin en scrutin, le taux de participation n'a cessé de diminuer pour s'établir à 5,44 % en 2021. La CGT, première organisation, a recueilli 67 634 voix soit 26,31 % des suffrages. Entre 2012 et 2021, le taux de participation a chuté de 50 % dans une indifférence silencieuse. (Donner les chiffres de votre territoire ou profession).

Ces élections seront les premières d'envergure nationale après notre congrès confédéral et la lutte des retraites de 2023. Elles donneront donc une image à un instant « T » du paysage syndical, du vote des salarié-es et de notre capacité à rester première organisation syndicale représentative dans les TPE. Mais aussi,

de la possibilité que nous avons de combler l'écart avec la CFDT ou de continuer à nous faire distancer !

Mener une campagne d'élections professionnelles pour gagner est un moment clé pour améliorer notre vie syndicale en mettant en mouvement toute la CGT vers un même objectif de renforcement de notre organisation. Dans le contexte actuel, les élections constituent plus que jamais un enjeu de développement de masse de notre organisation. Le signal qu'enverrait notre maintien comme première organisation dans les TPE est d'importance. D'autant plus, lorsque 80 % des salarié-es se situent dans le collège 1, et que cette catégorie « ouvrier-es/employé-es » apparaît aujourd'hui comme la plus perméable aux fausses solutions de l'impotisme du vote RN !

Nous savons que celui-ci fait son lit sur la misère sociale. Force est de constater que cette catégorie est la plus en proie aux difficultés : un sondage Harris commandé par la CGT lors d'un précédent scrutin avait pointé 25 % de salaire en moins pour 15 % de temps de travail en plus. Un salariat souvent désabusé se considérant trahi, ce qui entraîne le désespoir, la méfiance

voire la défiance vis-à-vis de la politique et des corps intermédiaires. Pour un salariat éclaté et très isolé, il s'agit aussi de faire mesurer aux travailleur-ses la masse qu'elles et ils représentent (près de 20 % du salariat) et le poids que représente ce scrutin. Près de 5 millions de salarié-es qui votent en même temps – la plus grande élection de France dans le plus grand désert syndical de France !

Au regard de ces enjeux, nous devons être volontaristes, à quatre-vingt-dix jours du scrutin, pour transformer l'abstention en vote CGT. C'est donc une priorité absolue de mettre toutes nos forces dans une campagne de déploiement de terrain permettant de récolter des coordonnées de salarié-es TPE. Chaque syndicat, chaque militant-e, chaque syndiqué-e peut y contribuer.

Nous connaissons tou-ttes des salarié-es qui travaillent dans une entreprise de moins de 11 salarié-es ou pour des particuliers employeurs.

Mathieu boucher, Sylviane assistante maternelle, Karim garagiste, Anaïs esthéticienne, Paul assistant dentaire, Karine architecte, Damien maçon, Tania préparatrice en pharmacie...

3 Arguments pour les convaincre :

1. Les conseiller-es du ou de la salarié-e ;
2. Les déploiements ;
3. L'entourage : chaque syndiqué-e peut rentrer des contacts de salarié-es TPE de son entourage.

Nous pourrions ainsi multiplier très facilement le nombre de voix CGT. Ces élections ne sont ni inutiles, ni un fardeau, elles sont au contraire une formidable opportunité de déploiement massive envers ces salarié-es. Faisons ensemble la démonstration qu'elles et ils sont les bienvenu-es à la CGT et qu'elles et ils ont leur rôle à jouer pour transformer la société.

Prenons dès à présent toutes les dispositions nécessaires sur le terrain pour redevenir première organisation syndicale dans notre pays. L'élection des TPE est une formidable opportunité pour cela !

Donner les éléments des actions organisées par la Confédération : webinaires, numéro vert...

Illustrer vos propos avec le diaporama de présentation du matériel et des outils.

Présenter votre plan de campagne : communication et surtout déploiement pour les inviter à s'y inscrire.



TÉLÉCHARGEZ
LE DIAPORAMA
TYPE

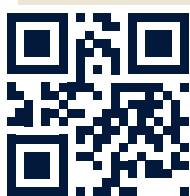


app.cgt.fr/intro-tpc

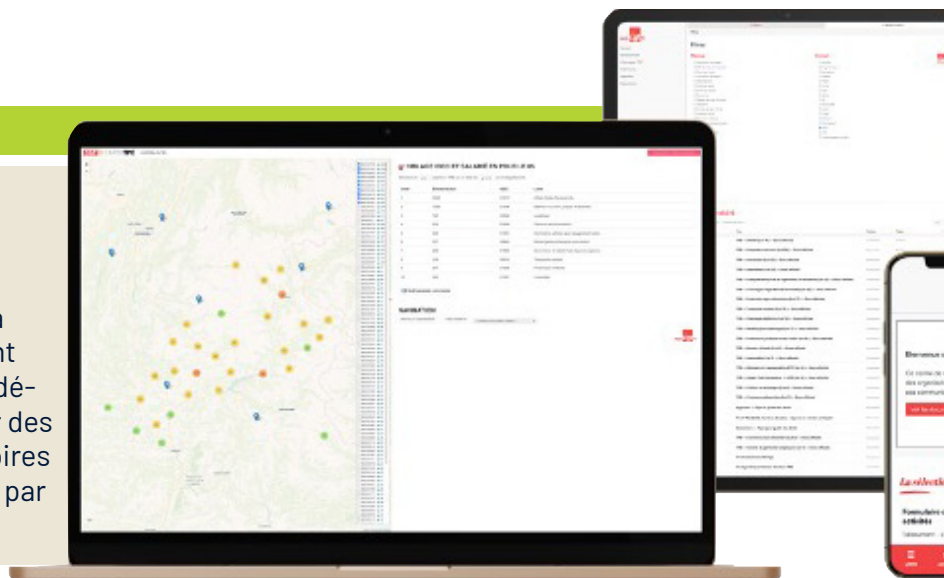
OUTILS ET SUPPORTS DE LA CAMPAGNE POUR LES ORGANISATIONS

Les ressources

Pour organiser la campagne, s'appuyer sur le site ressource app.cgt.fr et aller à l'onglet TPE.
Ce site est destiné aux organisations de la CGT. **Vous y trouverez tout le matériel** dont vous avez besoin, notamment la carte de déploiement, qui vous permettra d'organiser des déploiements sur vos territoires en procédant à des ciblage par effectifs et IDCC.



app.cgt.fr



Le matériel à destination des UD :

Les UD ont reçu des tracts, 4 modèles d'affiches (2 sur le thème des élections et deux sur la syndicalisation), différents flyers (générique et différents métiers) et des autocollants, pour couvrir toute la durée de la campagne.

Pour commander du matériel gratuitement et cibler des métiers, les UD et UL doivent aller sur l'application app.cgt.fr/matos.

Tous les documents en format flyer, 6 couleurs le sont également en format A4, avec peu de couleurs, afin que vous puissiez les imprimer vous-même selon votre plan de travail.

N'OUBLIEZ PAS DE COMMANDER LE MATÉRIEL SPÉCIFIQUE : LES GUIDES APPRENTIS, SAISONNIERS ET INTÉRIMAIRES.





**CONSULTER
LE DIAPORAMA :
APP.CGT.FR/INTRO-TPE**

POUR LES MILITANT·ES

Mener la campagne

La plateforme **contact.cgt.fr** est là pour ça.



contact.cgt.fr

L'idée est que toutes les salarié·es des TPE puissent s'inscrire directement ou via les militant·es.

Plus il y aura d'inscrit·es et plus l'on pourra automatiquement leur adresser des relances sur l'actualité de la campagne TPE, mais aussi leur rappeler d'aller voter le jour du vote.

Cette plateforme de contact est très facile d'utilisation :

- la ou le salarié·e peut flasher un QR code ou un flyer pour s'inscrire. Elle ou il recevra automatiquement un ensemble de fiches pratiques sur ses droits ;
- les militant·es alimentent la liste des contacts et cela nous permettra de connaître le champ professionnel du ou de la salarié·e inscrit·e et de la ou le relancer par exemple pour lui poser des questions, pour des enquêtes flash sur différentes thématiques (salaires, retraite, conditions de travail...).
- Vous trouverez également sur cette plateforme une carte géolocalisée des TPE, qui permet de connaître l'identité des TPE autour de vous et de mieux cibler les actions de déploiement, depuis votre téléphone ou votre tablette, et donner du matériel sur mesure.

AVEC LES ÉLECTIONS TPE 2024, RENFORCER LA CGT C'EST SIMPLE, RAPIDE ET CONCRET GRÂCE À LA PLATEFORME CONTACT.CGT.FR

Si chacune et chacun d'entre nous mobilise 5, 10, ou 15 salarié·es de petites entreprises de notre entourage quotidien, la CGT sortira renforcée de cette échéance.

Les salarié·es des TPE votent du 25 novembre au 9 décembre : nous avons moins de 6 mois pour les inscrire au maximum dans la dynamique CGT. On y va ?

L'ÉQUATION

1 militant·e convaincu·e
= combien de contacts ?
= combien de voix ?
= combien de syndiqué·es ?

COMMENT ?

Dans mon **entourage** (famille, voisins, amis...) // Dans mon **activité syndicale** (déploiement, conseiller du salarié·e, tractage...) // Dans mon **quartier** (boulangeries, commerces, pharmacies, clubs de sport, aides à domicile, assistantes maternelles, garagiste, cabinets médicaux...)



J'INSCRIS MES CONTACTS

directement sur **contact.cgt.fr**
Cela prend moins d'une minute.
Je peux aussi les interroger grâce à un questionnaire en ligne sur leur travail.

ACTION À PRIVILÉGIER



JE VAIS À LA RENCONTRE DE SALARIÉ·ES

pour leur proposer de s'inscrire eux-mêmes.
Sur **contact.cgt.fr**, je télécharge le flyer métier (à imprimer ou partager par SMS ou messagerie) en partant soit du métier, soit de la carte interactive.



La campagne confédérale

La stratégie adoptée : mener une campagne axée sur les métiers

CETTE CAMPAGNE S'ARTICULERA SUR :

AFFICHAGE

De l'affichage de proximité : la campagne sera présente dans les centres-villes et ciblée géographiquement selon la concentration en petites entreprises. Tous les départements seront couverts et plusieurs centaines de points de contact sont prévus grâce à cet affichage de proximité, afin que les salarié-es des TPE prennent connaissance de l'existence de cette campagne, du vote et qu'elles et ils en parlent entre elles et eux, en amont et pendant.

DIFFUSION

SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Une présence forte sur les réseaux sociaux : tous les contenus qui existent en format papier sont déclinés en format réseaux sociaux et disponibles sur app.cgt.fr. Des contenus quotidiens seront publiés sur les différents métiers dans les TPE et mis à disposition. Abonnez-vous au canal Telegram pour recevoir les mises à jour.



PRESSE

Des encarts dans la presse et notamment dans la presse numérique sont prévus. Ils permettront de toucher davantage de salarié-es à la fois en catégorie d'âge et de métiers. Pour connaître le détail : cgt-com@cgt.fr

PUBLICITÉ EN LIGNE

- l'achat d'espace publicitaires en ligne et sur les réseaux sociaux permet d'obtenir plusieurs millions de vues, qui se transforment en plusieurs milliers d'inscriptions à la plateforme de Contact (bannières, publicités, plateforme de streaming, achats de mots-clés);
- le publipostage de très nombreux courriers afin de faire connaître, encore une fois, ces élections et d'obtenir des contacts et faire voter.

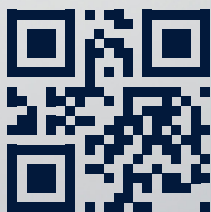
MISE À DISPOSITION

- Tous les formats web, publicités, spots radio et TV, etc.
- Pour connaître le détail ou si vous souhaitez des documents « sur mesure », contactez-nous à l'adresse : cgt-com@cgt.fr

ORGANISATIONS

app.cgt.fr

site ressource

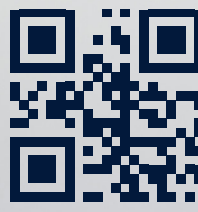


app.cgt.fr

MILITANT-ES

contact.cgt.fr

plateforme de contact



contact.cgt.fr

S'il y a une chose à retenir

COMMENT RÉUSSIR SON DÉPLOIEMENT SYNDICAL ?

Dans plus de 65 % des entreprises, la CGT n'existe pas ! Des centaines de milliers de salarié-es n'ont ainsi pas l'opportunité de défendre leurs droits et de s'organiser avec la CGT.

Or, La syndicalisation, le nombre de syndiqué-es, c'est l'élément constitutif de notre capacité à gagner de nouvelles conquêtes sociales. C'est une urgente nécessité ! Seul le déploiement syndical, au plus près des réalités du travail dans leur diversité, peut recréer du rapport de force, à la fois face aux difficultés quotidiennes à l'entreprise et face au rouleau compresseur des réformes libérales.

Plus nous serons nombreux-ses, plus nous construirons une CGT plus forte, présente partout, et qui portera davantage les revendications des salarié-es, tant au niveau des lieux de travail, des branches professionnelles, qu'au niveau interprofessionnel.

Plus nous serons nombreux-ses, plus il y aura de salarié-es acteur-ices et non spectateur-ices du mouvement social.

Il faut, pour cela, convaincre chaque militant-e que renforcer constamment notre organisation, c'est une priorité politique et c'est un effort de chacun-e pour voir émerger ce syndicalisme de masse dont se réclame la CGT.

Nous le savons bien, le syndicalisme n'est pas inscrit dans le marbre : La démarche de syndicalisation n'est ni naturelle, ni automatique. C'est une stratégie qui se définit et se construit. C'est la raison pour laquelle ce kit a été pensé : aider chaque militant-e, chaque organisation de la CGT à planifier des actions de déploiement.

Quel type de déploiement, quel événement privilégier ? Où aller pour rencontrer les salarié-es et comment les rencontrer, les écouter, échanger, débattre et leur proposer

l'adhésion ? Comment composer une équipe pour aller sur le terrain ? Comment préparer la logistique ? Quels seront les outils les plus appropriés en support aux échanges ? Comment s'organiser le jour J, communiquer pendant et après l'événement et évaluer l'action de déploiement ?

Parce que le déploiement syndical comprend en réalité une diversité d'actions existantes ou à inventer, il n'existe pas un mode d'emploi clé en main ! À partir de vos expériences et de vos pratiques, ce kit propose des pistes pour organiser et réussir vos déploiements. Ces actions de syndicalisations sont des étapes nécessaires au renforcement de notre organisation et, *in fine*, à la construction d'une société qui réponde aux besoins et à l'épanouissement individuel et collectif des hommes et des femmes.

Préparation

Un déploiement préparé en amont avec des objectifs clairs est gage de réussite.

Pour réussir son déploiement, il est nécessaire de déterminer ce qui doit être fait dans un contexte donné pour atteindre l'objectif souhaité. Il faut donc élaborer une stratégie et définir plusieurs éléments : les objectifs, les cibles, le temps et les moyens à mettre en œuvre. Élaborer une stratégie nécessite une vraie réflexion et analyse. C'est un travail qui peut prendre du temps mais qui est nécessaire pour organiser les actions et leur donner plus de chances d'obtenir des résultats.

1. Objectif – but

L'objectif, c'est sans conteste le message politique à faire passer.

Définir collectivement un objectif et un but avant tout projet permet d'orienter ensuite les décisions.

L'objectif doit être précis, « mener la campagne TPE » est trop large.

Par exemple : aller à la rencontre des salarié-es des TPE de telle ville, telle profession pour les informer de leurs droits ; pour les faire voter CGT ; pour

que nous inscrivions XXX salarié-es sur la plateforme contact, etc. ou envoi d'un courrier à tou-tes les salarié-es de telle profession...

2. Repérage en amont

Le choix du lieu de déploiement et de l'éventuel emplacement du point fixe est important pour la réussite du déploiement (visible, central, etc.).

La cartographie CGT des TPE (<https://app.cgt.fr/carte-tpe/>) permet de cibler les très petites entreprises par nombre de salarié-es, lieu géographique, convention collective ou liste électorale. Elle peut aider à repérer les lieux où mettre un point fixe, mais rien ne remplace la connaissance des lieux (unions locales, syndicats ou camarades habitant à proximité du lieu de déploiement).

Les sites Internet, par exemple des CCI, des municipalités ou de l'Insee, et les cartes type « google maps » permettent aussi d'avoir des informations préalables. Pour les points fixes, attention à vérifier également l'accessibilité au lieu (parfois limité aux véhicules de moins de deux mètres, ce qui ne permet pas aux

camionnettes de passer, ou avec des bornes restreignant le passage sur les places), les différentes initiatives prévues par la municipalité (jour de marché par exemple).

Pour les déploiements mobiles, repérer les rues, entreprises, boutiques (jours et horaires d'ouverture)...

3. Angle – thématique de déploiement

Définir la manière la plus appropriée d'aller au contact des salarié-es. Par exemple : tractage dans la rue (gare, marché, foire, centre commercial...), tractage devant l'entreprise, par mail, par téléphone, boitage, dans les boutiques, dans les garages, porteur-ses de parole...

Définir le sujet ou la thématique que nous souhaitons aborder avec les salarié-es : pension pour les retraité-es, élections pour les TPE, syndicalisation, campagne revendicative, défense des services publics...

4. Avec qui ?

Toutes les structures locales et nationales qui peuvent être utiles à l'organisation du déploiement.

Prendre contact avec les camarades de la localité (UL, syndicats) la plus proche qui connaissent le mieux la configuration des lieux. Prévoir le nombre suffisant de camarades, dimensionner l'équipe au projet.

5. Quel public ciblé ?

Quel public on veut toucher : les publics étant nombreux, il est nécessaire de bien les définir afin d'avoir une équipe et une communication appropriée.

Identifier clairement les cibles afin de déployer des moyens de communication adaptés (on ne va pas forcément s'adresser de la même manière aux adhérent-es, aux salarié-es, aux jeunes, aux retraité-es, au grand public, aux médias, aux politiques, aux influenceur-ses, aux Européen-n-es, etc.). De la même façon que les objectifs, la nature des cibles peut évoluer dans le temps. Par exemple, il est préférable de démarrer la campagne en s'adressant aux militant-es, puis aux adhérent-es, et enfin aux salarié-es.

6. À quel moment ?

Le choix de la date, du jour et de l'heure est important. Attention, ce choix doit être fait en fonction du public ciblé et non uniquement en fonction des disponibilités des militant-es.

Ainsi, une réunion des assistant-es maternel-les sera plus efficace un samedi ou un soir qu'en milieu de journée en semaine.

7. Quelle initiative ? (type de déploiement)

Attention, il existe de nombreux types de déploiements. Il n'est pas forcément nécessaire de réunir plusieurs dizaines de militant-es le même jour au même moment – même à deux on peut se déployer. Cela dépend de vos objectifs.

Tractage devant une entreprise ou un lieu public (gare, marché, forum, etc.), prise de parole publique, envoi en publipostage à des salarié-es, déambulation dans les rues, vide-grenier solidaire, porteur-ses de parole, UL mobile... de nombreux types de déploiements existent – mais nous pouvons encore innover.

Avoir un point fixe : avantages et inconvénients

Dans toutes les orgas de la CGT, il y a du matériel et un savoir-faire en fonction des

habitudes : camionnette, barnum, ballon, flammes, kakémonos, drapeaux ou même une simple table, sono...

Même dans le cadre de déploiements mobiles (avec des équipes militantes qui vont de boutiques en boutiques par exemple), la présence d'un point fixe offre des avantages :

- visibilité de la CGT auprès du « public » ;
- lieu de rassemblement (pour les camarades qui rejoignent l'initiative en cours de route ou pour les fins des déploiements mobiles) ;
- point d'ancrage qui permet de centraliser tout le matériel CGT ;
- lieu qui pourra être utilisé pour une conférence de presse ;
- lieu qui permet aussi de faire de belles photos pour la com interne CGT.

Inconvénients :

- logistique nécessaire (en amont et en aval du déploiement) ;
- une équipe de 2 camarades minimum devra rester au point fixe ;
- sécurisation du point fixe ;
- le piège que les militant-es restent autour du point fixe ;
- trop visible parfois (en fonction de la population cible ou pour un dispositif « porteur-ses de parole »), l'effet de masse CGT peut être repoussoir.

8. Composition de l'équipe : Qui fait quoi ?

Définir un-e pilote de l'initiative qui sera disponible pour gérer les préparations et le jour J. Attention, ce n'est pas à elle ou lui de tout faire. Elle ou il devra animer le collectif et assurer le suivi des différentes tâches. Il est préférable que la ou le pilote soit issu-e de la structure organisatrice du projet. La ou le pilote ne fait pas tout, les rôles doivent être répartis : un-e référent-e presse, un-e référent-e « casse-croûte », un-e référent-e matériel...

Par exemple : avoir des camarades conseiller-es du ou de la salarié-e et prud'homaux-les pour tenir un point d'info sur les droits, de l'Indecosa pour un point d'info conso, du collectif mixité pour le droit des femmes...

En fonction des déploiements, il est important de s'appuyer sur l'union locale du lieu de déploiement (connaissance du territoire), les syndicats du territoire, les professions (FD, US) (connaissances professionnelles), nos différent-es mandaté-es (conseiller-es prud'homaux-les,

conseiller-es du ou de la salarié-e, administrateur-ices CPAM, CAF, etc.).

Pour les déploiements ou la présence de nombreux-ses camarades est prévue, il peut être utile de confirmer la veille (téléphone, SMS) l'heure et le lieu de rendez-vous, en plus de l'invitation envoyée. Il est préférable de réunir les camarades avant l'initiative afin de les équiper, de leur faire prendre connaissance du matériel et des outils. Stratégie de déploiement, objectif partagé, éléments de langage... Il est indispensable de faire un temps de cohésion et d'explications le matin même.

9. Quels outils ?

Trucs et astuces : éléments de langage, signes distinctifs CGT ou pas, c'est une décision à prendre selon le type d'initiative. Des outils peuvent être mis à disposition par la Confédération (ou par une autre structure), leur maîtrise est capitale avant le déploiement. Dans tous les cas, ne pas mettre de camarades en difficulté et former des binômes / équipes complémentaires.

Créer un argumentaire adapté en fonction de la ou des cibles visées. Sur quel ton ? Est-ce que le message est accessible ? C'est une question essentielle mais difficile à percevoir.

Attention que nos écrits, nos messages ne s'adressent pas à nous-mêmes (comme si nous cherchions plus à nous rassurer qu'à communiquer)...

10. Logistique

Préparation en amont des listes de matériels :

- tracts spécifiques (tracts TPE sur <https://app.cgt.fr/tpe/>) ;
- tracts « généralistes » avec coordonnées UL / UD / syndicat utiles quand on rencontre des salarié-es qui ne sont pas du « public ciblé » ;
- bulletin d'adhésion / de contact ;
- tablettes numériques (penser à les charger) ;
- en cas de déploiements mobiles : mulettes / sacs / plans ;
- « goodies » ;
- matériels de visibilité (chasubles, drapeaux, affiches, barnums, kakémonos...) ;
- matériel pratique (ficelle ou lest pour tracts) ;
- matériel de convivialité (attention à l'image de la CGT en cas de consommation d'alcool) ;



- aides au déploiement : listing des entreprises, listings des camarades qui seront présent-es ;
- déclaration d'occupation de l'espace public lors d'un point fixe. Attention, tout dépend des usages locaux et des relations que nous avons avec les différentes autorités (mairie, préfecture, renseignements territoriaux, etc.). Le droit : déclaration mairie ou préfecture en fonction de l'espace occupé lors des points fixes. Attention aux délais (entre trois et quatorze jours avant l'initiative pour les déclarations en préfecture). La demande en mairie nécessite une autorisation du ou de la maire alors que la déclaration en préfecture est une simple information, libre au ou à la préfet-e de prendre un arrêté d'interdiction. Si l'on déclare, toujours avoir sur soi l'autorisation lors du déploiement ;
- discours de mise en route et éléments de langage ;
- répartition des différentes équipes.

Une check-list du matériel à prendre est conseillée.

11. Communication interne et externe

Une fois les objectifs définis, la cible identifiée, le contexte dans lequel se situe la campagne, les messages et les axes de communications précisés, peuvent alors être pensés les outils les plus adaptés (supports numériques ou affichage ? Kit adhérent-e ? Plaquette ou site internet ?

Etc.). Penser à des outils utiles, pas redondants, pertinents, modernes, percutants et qui répondent aux étapes précédentes. En interne, le choix des réseaux de communication utilisés pour annoncer le déploiement est important. Il faut penser à toucher un maximum de camarades pour qu'elles et ils participent au déploiement. Le mail ne suffit pas. Nous en recevons beaucoup trop et ils sont souvent noyés dans la masse. Le texto peut bien marcher car de nos jours beaucoup sont sur leur téléphone. Il est possible d'utiliser les canaux de discussions (WhatsApp, Telegram, Signal).

Penser à informer la Confédération des projets de déploiements, mais aussi les UL, UD limitrophes, le comité régional, les fédérations.

Des ressources peuvent être mobilisé-es à travers la presse CGT (*NVO, Ensemble...*).

La communication externe permet d'annoncer un déploiement et de le faire vivre. Les méthodes de communication sont diverses et restent au choix des organisations.

La communication qui s'articule autour de l'organisation d'un déploiement permet de le faire connaître le plus largement possible.

Modes de communication :

- communiqué de presse en amont sur la PQR (presse quotidienne régionale) ;
- tenir une conférence de presse ou informer la presse *a minima* pour an-

noncer nos actions – il est possible de faire un dossier de presse avec toutes les dates de déploiement, sélectionner un-e ou des intervenant-es (qui parle et sur quel sujet) et donner un contact téléphonique aux journalistes ;

- créer un événement Facebook pour annoncer le déploiement ;
 - poster le tract ou l'affiche annonçant la mobilisation sur vos réseaux sociaux.
- Le matériel confédéral doit être un appui :
- vous pouvez faire des demandes particulières (la limite sera la faisabilité) ;
 - pensez à relayer les informations confédérales au maximum de vos possibilités et sur l'intégralité de vos canaux de communication.

12. Les formations syndicales existantes :

- déployer la CGT à partir de la parole des salarié-es (porteur-ses de parole CGT) ;
- renforcer la CGT des principes et actes ;
- rencontrer les salarié-es (nouvelle formation d'une journée).

La formation permet d'outiller les syndiqué-es pour s'adresser aux salarié-es, dans l'objectif de susciter leur engagement. Elle propose une méthode de contact (s'inspirant du *community organizing*) qui fait le focus sur des postures et pratiques dans la tenue d'échanges.

Jour J

1. Installation du dispositif

Prévoir une équipe qui arrive en amont pour la mise en place et la sécurisation.

2. Derniers briefings

Le jour même du déploiement, prendre quelques minutes avec toute l'équipe pour rappeler l'objectif du déploiement, la manière de procéder et la répartition des tâches à réaliser.

Présentation des outils (carto et contact) à partir de la tablette numérique. La semaine du vote TPE, expliquer les modalités de vote et les recours.

3. Attitude / approche des salarié-es

- Être dans l'écoute, faire preuve d'empathie.
- Ne pas obliger à discuter.
- Ne pas accoster frontalement.

- Aller au-delà du constat, pendant une discussion.
- Ne pas se mettre en position de sachant-e.
- Éviter tout pronom impersonnel : le collectif, « nous », « on », insister sur soi, ses collègues... s'impliquer en tant qu'individu dans l'échange.
- Éviter de parler en jargon CGT, ne pas utiliser d'acronyme.
- Mettre du dynamisme et de l'enthousiasme dans l'échange.

Pour les TPE, dans les boutiques, la ou le patron-ne et les client-es peuvent être présent-es. Faire attention de ne pas déranger les salarié-es dans leur travail et éviter la confrontation.

Penser à ramener des tracts ou autres documents CGT pour les fins d'entretien, à demander les coordonnées des personnes rencontrées, si possible.

4. Communication interne (mails, textos, WhatsApp ou Telegram)

Cela peut donner envie à de nouveaux-Iles camarades de rejoindre votre déploiement. Les réseaux externes comme Facebook, Instagram, LinkedIn permettent d'être vue et de communiquer à grande échelle pour être visible (cf. annexe), avoir une affiche annonçant tous les RDV de déploiements (voir affiche saisonnier-es). Pensez à prendre des photos et vidéos.

5. Fraternité

Assurer d'une manière conviviale et fraternelle le bon déroulement, avec par exemple un accueil café pour les participant-es et le proposer aux salarié-es rencontré-es.

Fraternelle mais « avec modération », pensez à l'image de la CGT auprès du public.

Post-déploiement

1. Communication interne et externe

En interne, il est important de communiquer par mail et sur nos réseaux de communications pour valoriser le déploiement auprès des syndiqué-es, afin de leur montrer l'importance de se mobiliser et de donner envie de participer aux prochaines initiatives. Il peut être intéressant d'indiquer le nombre de travailleur-ses que vous avez rencontré-es, mais aussi le nombre de tracts distribués, le nombre de contacts pris et même le nombre de nouvelles adhésions que vous avez faites. Ce sont des éléments de mesure de la réussite de notre action.

En externe, envoyer un compte rendu à la presse locale, même si elle n'est pas venue (parfois repris tel quel dans la presse) avec des photos.

un tract récapitulatif des retours des personnes rencontrées peut également être produit. Certain-es salarié-es vous feront remonter des problèmes particuliers à leur métier, cela pourrait être une source de tract. Si vous organisez un dispositif « porteur-ses de parole », les pépites que vous aurez glanées pourront servir de base.

2. Que faire des contacts pris

Les contacts pris doivent tous faire l'objet d'un rappel téléphonique et d'une proposition de rencontre visant une adhésion à la CGT. Pour les TPE, les contacts doivent être rentrés sur la plate-forme « contact.cgt.fr ».

3. Quelles prochaines actions

Prévoir dans le temps la continuation d'actions de déploiement pour poursuivre l'objectif, si nécessaire avec peut-être des formes de déploiement différentes. Il est possible d'alterner les formes. Par exemple, pour une même cible lieu/profession : un dispositif « porteur-ses de parole », l'après-midi ou le lendemain un déploiement visible avec point fixe et affichage des pépites, quelques jours plus tard une réunion d'information dans les locaux de l'UL, puis un déploiement « léger » régulier dans les rues à 2 ou 3 camarades...

4. Évaluation de l'action de déploiement

Évaluer l'efficacité ou l'impact d'une campagne de déploiement à chaque

étape est très important. Être attentif-ve aux retours fait par des adhérent-es, les salarié-es, mais aussi les médias, les réseaux sociaux, etc. permet d'ajuster une campagne en cours ou de faire évoluer le message d'une future campagne.

Il faut réaliser un bilan de chaque opération de déploiement pour mesurer ce qui a marché et ce qui n'a pas fonctionné et apporter des solutions adaptées aux difficultés rencontrées pour améliorer les prochains déploiements.

- Réaliser ce bilan avec l'équipe qui a participé à chaud à la fin de l'initiative ou quelques jours après. La technique du « top » et « flop » peut être utilisée : chacun-e donne un élément positif et un négatif sur le déploiement effectué.
- Faire un bilan en équipe resserrée (celles et ceux qui ont organisé l'action) au regard des objectifs que nous nous sommes fixés.
- Rendre compte à l'orga, faire un retour à l'UL, à l'UD, à la fédé.