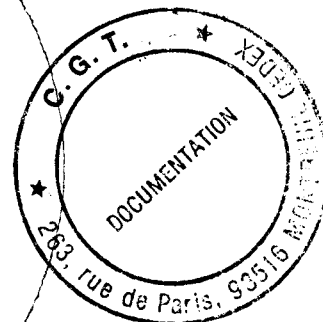
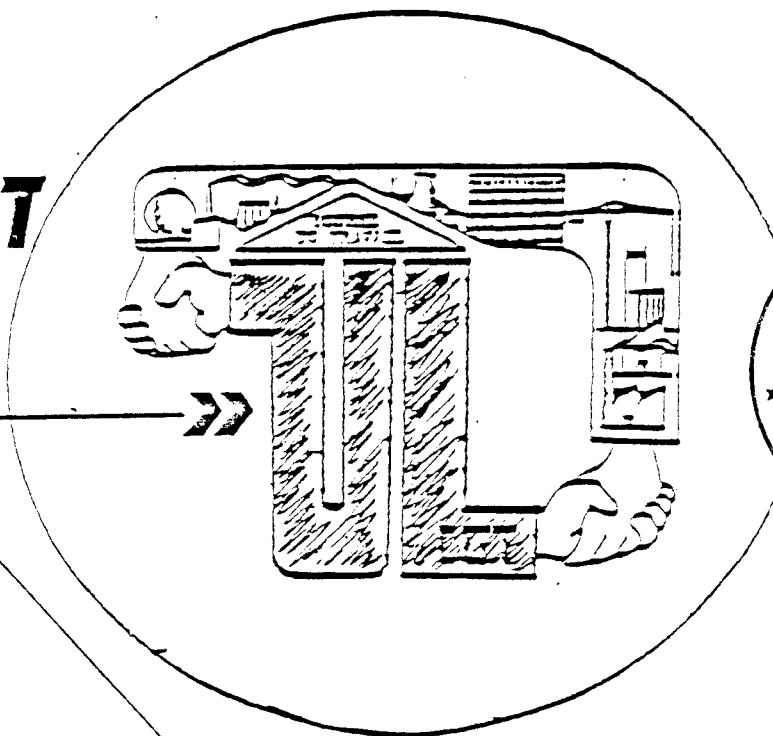


**EN DIRECT
AVEC
LES**



**→ COLLECTIFS
ELECTORAUX**

CAMPAGNE 'SECU'

ELECTEURS NON INSCRITS

JUSQU'AU 19 OCTOBRE
ET LE 19 OCTOBRE TOUTE LA
JOURNEE

Par suite des erreurs qui ont pu affecter l'établissement de la liste électorale (art. L 34 du Code Electoral).

- Si ce sont des cas individuels, conseiller de saisir le Juge d'Instance du domicile d'une action en inscription pour erreur matérielle (art. 16 du D. du 15/06/83).
- s'il s'agit de cas collectifs, l'UD alerte le Préfet, pour lui demander de saisir le(s) Tribunal(aux) d'Instance compétent(s) pour faire procéder aux inscriptions (art. 16 D. du 15/06/83 et Art. L 34).
- si certains électeurs ont été affectés non au bureau de vote de leur domicile, mais au bureau de vote de la commune de rattachement postal : le Juge d'Instance est compétent pour faire radier et réinscrire.
- les erreurs concernant l'affectation à un collège dont on ne relève pas (ex. : collège n° 3 au lieu des collèges n° 1 et 2), ou à un bureau de vote manifestement non compétent) : relèvent en principe de la commune concernée se renseigner d'abord auprès du service des élections.

DES SEPTEMBRE

Pour négocier l'organisation de la participation au vote : alerter les syndicats de branche et d'entreprises.

Dans chaque entreprise, chantier, bureau, magasin, les délégués syndicaux et délégués du personnel doivent demander une négociation sur des propositions concrètes.

Pour obtenir des directions patronales, des modalités permettant une plus large participation des travailleurs et une bonne organisation du vote :

- roulement des absences dans les grandes entreprises, arrêts de chaînes ou ralentissements, remplacements aux postes.
- maintien du salaire intégral : la loi est formelle et ne limite pas le temps pour voter. Le temps de déplacement bureau de vote - entreprise doit être payé.
- organisation éventuelle de transport vers les bureaux de vote pris en charge par l'entreprise.
- fixation des horaires de vote en accord avec les municipalités pour éviter l'affluence dans les grands bureaux de vote.

La campagne officielle radio-télé : mini-mini

La Haute Autorité de la Communication Audio-visuelle n'a finalement pas pris en compte la conception développée et les propositions avancées par la C.G.T. relativement à une campagne officielle à la radio-télé digne de ce nom.

Elle s'est cantonnée à des mesures de strict minimum à peine améliorées par rapport aux dispositions de la campagne des Prud'homales et fait aggravant, est revenue sur le principe de la proportionnelle, imposant un temps d'expression égal pour chaque organisation syndicale (voir le communiqué du Bureau Confédéral).

Bien évidemment tout cela est sans commune mesure avec les dispositions qui auraient dû être prises, le Service Public de la radio-télé ayant pour mission de couvrir correctement une consultation sociale de cette importance véritable évènement national.

La campagne officielle aura donc lieu du 3 au 17 octobre. Les temps d'expression sont égaux pour tous. L'ordre de passage a été tiré au sort en présence des organisations syndicales.

RADIO FRANCE

Chaque organisation dispose de deux expressions de 2 minutes diffusées au cours du Journal de 13 heures, soit 4 minutes au total.

Le calendrier est le suivant (tirage au sort).

lundi	3 octobre	C.G.C.	lundi	10 octobre	C.F.T.C.
Mardi	4 octobre	C.G.T.	mardi	11 octobre	F.O.
Mercredi	5 octobre	C.F.D.T.	mercredi	12 octobre	C.F.D.T.
Jeudi	6 octobre	F.O.	jeudi	13 octobre	C.G.T.
Vendredi	7 octobre	C.F.T.C.	vendredi	14 octobre	C.G.C.

T.F. 1 ANTENNE 2

Il y aura chaque semaine une émission électorale différente sur chacune des deux chaînes et programmée à des jours différents. Les ordres de passage ont été tirés au sort. Les jours précis seront fixés par les directions des chaînes. Cela donne :

SEMAINE DU 5 AU 7 OCTOBRE

SEMAINE DU 10 AU 14 OCTOBRE

T.F. 1 - C.F.D.T. 5 minutes
F.O. 5 minutes
C.G.T. 5 minutes

T.F. 1 - C.F.T.C. 5 minutes
C.G.C. 5 minutes
Trav. Ind. 5 minutes

Ant. 2 - C.G.C. 5 minutes
C.F.T.C. 5 minutes
Trav. Ind. 5 minutes

Ant. 2 - C.G.T. 5 minutes
F.O. 5 minutes
C.F.D.T. 5 minutes

F. R. 3

Dans chacune des 25 régions, Ile de France comprise, chaque organisation aura droit à une expression de 5 minutes, chacune des deux semaines, soit 10 minutes au total.

Les ordres et jours de passage seront tirés au sort au niveau des BRI (Bureaux Régionaux d'Information).

Pour le samedi 8 octobre, une expression de 5 minutes ira aux "Travailleurs Indépendants". Le lundi 17 octobre, 5 minutes seront utilisées pour une "présentation technique et régionale de l'élection" faite sous la responsabilité de la station régionale F.R.3

Sur notre insistance C.G.T., la Haute Autorité a convenu d'adresser à la Direction Nationale F.R.3 ainsi qu'à chaque B.R.I. des consignes très strictes et précises concernant ce dernier créneau de la campagne officielle : il ne devra traiter que des aspects techniques, d'organisation de l'élection (électeurs, modalités du scrutin, etc...) et mentionnera avec une impartialité complète les centrales syndicales présentant des candidats.

Il va sans dire qu'il faudra s'assurer avant qu'il en sera bien partout ainsi !

Cela amène à plusieurs recommandations aux responsables des Comités Régionaux C.G.T.

- 1 - Prendre rapidement contact avec les directions régionales FR3 pour mettre au point les ordres et jours de passage par tirages au sort.
- 2 - Négocier avec FR3 les moyens techniques et financiers mis à la disposition pour réaliser les deux émissions de 5 minutes. Il s'agit d'obtenir des moyens maximum : équipes de reportages, studio d'enregistrement, etc... pour fabriquer des émissions vivantes, intéressantes, en prise avec le terrain, le vécu, les réalités régionales. Le contenu des émissions est la seule responsabilité des Organisations syndicales.
- 3 - Concernant le dernier créneau de 5 minutes du lundi 17 octobre il faut obtenir à l'avance toutes garanties de FR3, que les directives de la Haute Autorité seront bien appliquées.

CAMPAGNE OFFICIELLE

CAMPAGNE OFFICIELLE A LA RADIO - TELEVISION

DECLARATION DU BUREAU CONFEDERAL DE LA CGT

Les décisions prises par la Haute Autorité de la Communication audiovisuelle relatives à la campagne électorale sur Radio France et les chaînes de télévision sont sans rapport avec l'importance du scrutin du 19 octobre prochain et des moyens que le service public de la radio télévision devrait mettre en oeuvre pour que soient informés correctement les électeurs et l'opinion.

Alors qu'il s'agit dans le domaine social, d'une consultation nationale d'une envergure sans précédent (32 millions d'électeurs), dont les résultats conditionnent grandement l'avenir du système de protection sociale des travailleurs et de leurs familles, la campagne officielle est réduite à quelques minutes d'expression pour chaque organisation syndicale.

Ainsi, sur 2 semaines de campagne officielle, la C.G.T. ne disposera que de :

- 2 fois 5 minutes d'expression dans les journaux régionaux de FR 3 ;
- 5 minutes sur TF 1 et 5 minutes sur A 2 ;
- 2 fois 2 minutes soit 4 minutes au total sur les ondes de Radio-France.

Quand on compare ces mesures aux dispositions légales accordées pour les élections politiques, on ne peut que constater l'énorme disproportion de traitement. Il est inadmissible que la Haute Autorité minimise à ce point une consultation électorale nationale sous prétexte qu'il s'agit d'une consultation de caractère social.

L'acte électorale, le civisme des citoyens se trouve ainsi délibérément dévalué. Comment les salariés, au vu du peu de cas que radio et télévision nationales font officiellement du scrutin du 19 octobre, seront-ils à même d'apprécier les enjeux décisifs de celui-ci ? Comment sur des problèmes aussi nombreux et complexes seront-ils en capacité de se faire une juste opinion, donc de choisir, en toute connaissance de cause ?

Ce n'est pas acceptable.

La mission du service public de la radio télévision est de fournir à l'opinion et aux électeurs, tous les éléments indispensables pour leur information, leur réflexion, donc de leur choix. Cela implique temps d'expression suffisant, émissions d'explications des dossiers, débats aux grandes heures d'écoute, etc...

En bref, cela nécessite des dispositions d'une autre nature.

D'autre part, la Haute Autorité a refusé d'accorder pour chaque organisation syndicale un temps d'expression proportionnel à l'influence électorale de chacune d'elles au plan régional et national. Elle se déjuge ainsi par rapport à la décision qu'elle avait prise à l'occasion du scrutin des Prud'hommes. Pourquoi ? Par ce surprenant et inquiétant revirement d'attitude, elle manque gravement à son devoir d'assurer l'équité dans ce scrutin. Doter également toutes les organisations syndicales du même temps d'expression, contrairement aux apparences, revient à privilégier outrancièrement les moins représentatives. Ce n'est pas la démocratie, pas davantage le respect de l'expression pluraliste.

Le Bureau Confédéral de la C.G.T. considère que les propositions précises qu'il a faites en vue d'une grande campagne électorale à la radio télévision demeurent pleinement valables. Il appelle ses syndicats et les travailleurs à les soutenir auprès de la Haute Autorité. Un réexamen par celle-ci du dispositif et des moyens jusqu'ici prévus est indispensable.

Les organisations et militants de la C.G.T. redoubleront d'efforts et d'esprit d'initiative pour développer la campagne électorale C.G.T. à partir de nos moyens propres : presse confédérale, propagande de masse, radios C.G.T. etc... et contribuer ainsi à conserver au scrutin toute sa dimension et sa signification.

P . A . C .

 PRÉLÈVEMENT AUTOMATIQUE DES COTISATIONS

Nous approchons des 80 000 P.A.C.

Le dernier C.C.N. a fixé comme objectif 500 000 syndiqués au Prélèvement Automatique pour le 42ème Congrès Confédéral.

*Poursuivons les plans de travail entrepris.
 Les formulaires P.A.C. sont à la disposition des militants dans les Unions Départementales.*

Il n'est pas besoin d'attendre le début d'une nouvelle année : nous pouvons proposer le P.A.C. à nos adhérents dès septembre-octobre.

Le P.A.C., un moyen impératif d'avoir des finances syndicales saines.

Un élément de la nouvelle politique financière de la C.G.T.

Femmes Salariées

UNE CAMPAGNE DE MASSE SUPPOSE UNE EXPRESSION DIVERSIFIÉE

L'ACTIVITE GÉNÉRALE SE CONJUGUE AUSSI AU FÉMININ

En effet, il faut avoir en mémoire que sur 28 millions d'électeurs, près de 50% sont des électrices.

Cette réalité chiffrée, ne peut laisser aucun de nos collectifs, aucune de nos organisations indifférents.

Faire voter C.G.T., massivement, c'est prendre en compte cette diversité, en l'exprimant par une propagande particulière mais aussi dans toute notre expression, qu'elle soit écrite ou parlée.

QUELLE EXPRESSION ?

D'une façon générale, les femmes salariées vivent leur place dans la vie économique différemment quant à leurs conditions de vie et de travail.

En effet, selon les secteurs où elles sont salariées (privé, tertiaire, Fonction Publique) femmes seules ou non salariées (chômeuses) les arguments seront perçus différemment.

Cependant, un thème général leur est commun car, sans cesse remis en cause, c'est : "LE DROIT AU TRAVAIL".

Il est l'objet d'attaques incessantes qui ne sont pas sans répercussion dans les esprits.

COMMENT ?

Remis en cause par le biais du grand débat - Solidarité : partage du travail et des salaires -

Les solutions avancées : mi-temps - temps partiel - temps choisi (sic) sont autant de pressions idéologiques en direction des femmes salariées pour leur faire renoncer à la réduction du temps de travail sans perte de salaire et accepter un recul du pouvoir d'achat.

.../

Contre cette campagne, c'est démontrer que le travail des femmes est :

- facteur de progrès économique et social ;
- a) - il rapporte 200 milliards de cotisations à la Sécurité Sociale ;
- b) - il a permis des avancées dans de nombreux domaines :
maternité, contraception, dépistage de cancers, accouchement, l'enfance et les structures d'accueil, les mentalités ;
- c) - il permet l'indépendance, la lutte des femmes pour leur libération avec l'ensemble des salariés.

Toute atteinte partielle à ce droit au travail, ce sont des coups portés à l'économie de notre pays et à la lutte pour vivre et travailler autrement.

Autres thèmes sensibles aux femmes : LES PRESTATIONS FAMILIALES.

Pour un certain nombre d'entre elles (55 milliards sur 100 milliards) sont versés sur critères de ressources.

28% sur 8 millions de familles ayant des enfants ne perçoivent pas les Allocations Familiales.

Ceci nous amène à avoir plusieurs réflexions :

- 1°/ - les Allocations Familiales doivent être versées dès le 1er enfant, sans condition de ressources ;
- 2°/ - cette proposition permet de ne plus considérer les Allocations Familiales comme une assistance pour les plus défavorisés mais de prendre en charge le coût réel de l'enfant pour son éducation. Chaque enfant compte pour un dans la société et il doit être pris en considération ;
- 3°/ - elle permet également de ne pas pénaliser le travail féminin.

LA RETRAITE À 55 ANS

Formulée depuis longue date par la C.G.T. parce que répondant aux conditions de vie et de travail particulièrement lourdes pour la majorité des femmes (pénibilité, rendement, maternité, double journée, usure prématurée) Cette aspiration à un repos bien mérité demeure très vive.

Déjà en 1975, dans l'enquête "Femmes à l'usine, au bureau", 96,9% des femmes interrogées plaçaient la retraite à 55 ans au premier plan de leurs préoccupations et cela s'est fortement exprimé dans la CONSULTATION NATIONALE de la C.G.T. du 8 MARS 1983.

La retraite à 55 ans, c'est aussi la possibilité de libérer des emplois pour les jeunes filles qui forment la majorité des demandeurs d'emploi.

1°. COLLER AUX REALITES SUR LE TERRAIN

Selon la localité, le quartier, la commune, l'entreprise, les zones industrielles, les femmes vivent des situations différentes. C'est pourquoi DECENTRALISER NOTRE ACTIVITE AU MAXIMUM doit être une préoccupation de tous les instants.

a) DANS LES ENTREPRISES ORGANISEES

Avec des collectifs où les syndiqués C.G.T. hommes ou femmes en mettant l'accent sur :

les conditions de travail et leurs répercussions dans la vie des femmes en matière de :

SANTE : fatigue (nerveuse, physique, crise de nerfs, dépressions, prise de calmants ou d'excitants),

MATERNITE : stérilité, prématurité, avortement, etc...

SALAIRES, QUALIFICATIONS : discrimination, bas salaires...

VIE HORS TRAVAIL : transports, vie familiale, équipements sociaux et collectifs insuffisants.

b) DANS LES ENTREPRISES INORGANISEES

Des secteurs entiers sont sans organisation de la C.G.T. Dans le plan de parrainage, les entreprises à forte concentration de femmes doivent faire l'objet d'une attention particulière de notre part, mais aussi de celle des collectifs électoraux.

Dans les centres villes : Banques, Assurances, Commerce.

Dans les zones industrielles : les P.M.E., Agro-Alimentaire, Métallurgie, Habillement.

Il y a donc nécessité de mettre en place des plans de travail en tenant bien les créneaux précités.

En faisant connaître les candidates C.G.T., les revendications C.G.T., en matière de Sécurité Sociale, de Retraites, de prestations, avec le souci d'une bonne prise en compte dans les entreprises des aspects plus généraux en "collant" plus et mieux aux revendications quotidiennes des travailleurs.

Dans cette bataille, les syndiquées seront sollicitées, en priorité.

- 25 % de femmes parmi les syndiqués à la C.G.T. c'est une force considérable à mettre en mouvement ;

- c'est un moment propice pour l'adhésion C.G.T. en allant au-devant des femmes "Antoinette" en main.

Les grandes entreprises à forte main d'oeuvre féminine devront servir de moteur.

Le Journal féminin de la C.G.T. qui traitera de la Sécurité Sociale en SEPTEMBRE et OCTOBRE, doit être associé, systématiquement, à toutes les initiatives.

NE MANQUEZ PAS D'UTILISER "ANTOINETTE"/C.G.T.

SEPTEMBRE - OCTOBRE

2 NUMÉROS IMPORTANTS POUR LE VOTE C.G.T.

— EN SEPTEMBRE :

LE POIDS D'UN VOTE : A NOUS LA SECU !

POURQUOI FAUT-IL DES ADMINISTRATRICES (TEURS) C.G.T. ?
LES IDÉES DE LA C.G.T. POUR FINANCER LA SÉCURITÉ SOCIALE

— EN OCTOBRE :

UN AUTRE REGARD SUR LA SANTÉ

PROTECTION, PREVENTION, il y a beaucoup à faire. Un INVESTISSEMENT
qui RAPPORTE GROS à l'ECONOMIE.

PASSEZ - DÈS MAINTENANT - VOS COMMANDES SUPPLÉMENTAIRES

Je reçois chaque mois N° de compte

Je désire recevoir en plus pour Septembre

..... pour Octobre

Soit au total : Septembre

Octobre

NOM, Prénom

Adresse où doit être envoyée la revue

.....

Fédération Entreprise

VOUS POUVEZ AUSSI UTILISER les N° de SEPTEMBRE 82 : "Une autre politique familiale"
et DECEMBRE 82 : "Un peu pâlotte la Sécu..!"

V. LA CGT EN CAMPAGNE O.

AVEC LE CARNET

« Adhésion - Abonnement »

La campagne Sécurité Sociale doit être un moment privilégié pour une contribution massive des militants au renforcement et à la diffusion de la V.O., avec le contact de millions d'assurés sociaux, actifs et retraités, que nous appelons à voter et faire voter.

Les collectifs locaux, de zones industrielles avec le parrainage, les syndicats et sections syndicales C.G.T. seront autant de point d'animation et d'impulsion pour une C.G.T. plus forte comme gage de succès le 19 octobre.

C'est dans cette perspective que le Bureau Confédéral a édité les carnets "adhésion-abonnement" de caractère inter-professionnel.

Ces carnets sont maintenant ventilés dans les Unions Départementales.

La tâche immédiate, c'est donc que chaque collectif quel qu'il soit, les syndicats et sections syndicales en soient pourvues pour les remettre à chaque militant, voire à de nombreux syndiqués, avec des objectifs précis et concrets. C'est ainsi que nous serons des centaines, des milliers à être pleinement et rapidement intégrés à cette immense bataille.

Ils sont un moyen pour chaque militant dans le cadre des actions revendicatives, des discussions, débats, initiatives diverses, de proposer concrètement et tout de suite l'adhésion et l'abonnement à notre vie ouvrière.

0000000000

Des travailleurs sont présents en cette période, d'autres vont reprendre dans les jours qui viennent, les carnets ont donc toute leur utilité et ce dès maintenant.

Des assemblées, des réunions, au plan des départements, des Unions Locales, des collectifs, des entreprises se tiennent, ou vont se tenir. Il est donc indispensable que les responsables au renforcement et à la diffusion de la V.O. remettent les carnets à chaque militant.

C'est l'occasion de préparer les rendez-vous réguliers pour les mois de septembre et octobre, pour suivre quotidiennement et de façon précise le problème du renforcement et de la V.O. qui constituera un élément précieux et même implacable dans cette campagne électorale.

Dans ces domaines, il y a des choses à faire, et tout de suite.

Le terrain couvert et conquis aujourd'hui, c'est un point d'appui considérable pour faire face, comme il convient au moment des grands retours de la fin août.

Il faut s'y préparer dès maintenant car la fin août sera vite là...

0*0*0*0*0*0*0

LE FINANCEMENT DE LA CAMPAGNE

pourquoi - comment

où en sommes - nous ?

Rappelons d'abord les 3 grands principes du financement de la Campagne Sécurité Sociale.

1 / Augmenter la moyenne de timbres par carte en faisant en sorte que chaque syndiqué ait réglé ses cotisations au mois correspondant (10 en octobre).

Ce timbre placé à nos syndiqués ne constitue en aucun cas un 13ème timbre, comme un certain nombre de journaux d'U.D. permettent de le penser.

Faisons d'abord en sorte d'atteindre 12 timbres par carte...Ce sera déjà des ressources importantes pour chaque organisation.

Pour les syndiqués qui ont habituellement 12 timbres sur leur carte, nous pouvons leur proposer de financer la campagne en prenant leurs timbres dès le début du mois voire même en réglant d'avance les derniers mois de l'année.

Et prenons le temps qu'il faut pour mettre à jour tous les syndiqués "retardataires".

Pour atteindre cet objectif, il est impératif d'effectuer des commandes supplémentaires de matériel syndical (cartes et timbres) aux fédérations et d'assurer rapidement la répartition aux structures du matériel payé, comme habituellement.

2 / Placement d'un timbre syndical aux taux pratiqués par le syndicat, aux sympathisants.

Il s'agit d'un timbre à 1 % du salaire à placer à tous les salariés qui nous font confiance mais qui n'ont pas encore accepté de se syndiquer.

Ce timbre supplémentaire peut également être placé lors des parrainages d'entreprises de la profession, ou d'autres professions.

Ce moyen permet d'irriguer financièrement toutes les structures de la C.G.T., U.L., U.D., Fédérations, Syndicats qui toutes, sans exception, vont supporter des charges importantes pour animer cette campagne.

Ces timbres sont disponibles dans les Fédérations ou Unions Départementales, avec un support, carte d'adhérent factive, fac-similé de feuille de maladie, etc...

Là où ce support n'existe pas, il est impératif que le syndicat ou le collectif le réalise sans attendre.

3 / Troisième créneau : les initiatives financières de masse, organisées par les U.D. et U.L., permettant de s'adresser à la population, sur les lieux publics, lors du porte-à-porte, réunions électorales, par exemple, collectes au drapeau, bons ou enveloppes de souscription, auto-collants, etc...

Ces initiatives financières, timbres supplémentaires, bons de souscription, collectes au drapeau doivent

PERMETTRE A TOUTES LES STRUCTURES DE LA C.G.T. DE FINANCER LE COÛT DE LA CAMPAGNE ET D'AMELIORER SENSIBLEMENT LES FINANCES SYNDICALES

Ne perdons pas de vue le coût énorme que cela va représenter pour chaque organisation :

- les Fédérations, directement concernées par ces élections sur le plan de la Santé, de l'Industrie du médicament, de la prévention, des maladies professionnelles, accidents du travail, les organismes sociaux et les autres, en ce qui concerne les cotisations patronales, le coût social du chômage, des mauvaises conditions de travail, des bas salaires...
- les Unions Départementales, les Unions Locales qui doivent organiser les débats, réunions publiques, assemblées, présenter les listes de candidats, suivre et animer les collectifs, aider à leur création et, bien entendu, tout ce qui concerne les parrainages, la propagande, l'affichage.

OÙ EN SOMMES - NOUS ?

Nous n'avons encore que peu d'informations sur le placement du timbre aux inorganisés, sur les résultats d'initiatives financières prises par les collectifs locaux.

En ce qui concerne les cotisations, à la fin juillet la moyenne nationale connaît un léger progrès, très variable selon les Fédérations et Unions Départementales. Nous sommes encore loin des 3 timbres par carte placés à la veille des congés.

Il est possible d'atteindre l'objectif que nous nous sommes fixés, afin d'arriver à 10 timbres payés en octobre, à la date de l'élection ; il nous reste encore un long chemin à parcourir...

Tout dépend de l'impulsion que les organisations et collectifs sauront donner, en ce mois d'août et dès le début septembre.

Ces mesures doivent nous permettre de faire face aux dépenses que va entraîner une bataille offensive et très large, au plus près des assurés sociaux.

Elles doivent nous permettre d'impulser notre politique financière.

L'audace et l'initiative dont feront preuve toutes nos forces pour atteindre ces objectifs, seront un élément décisif dans la campagne de la Sécurité Sociale.

COLLECTIFS

ENTREPRISES

La CGT en campagne puise ses forces dans les entreprises où elle est implantée pour se doter de collectifs électoraux au plus près des assurés sociaux.

De ce point de vue, c'est bien parti. Un dernier coup de collier et fin août, les objectifs peuvent être atteints.

Des dizaines de milliers de militants, de syndiqués sont d'ores et déjà en campagne avec comme but de mettre dès début septembre toutes les forces CGT. C'est un impératif car le 19 octobre arrive à vive allure et la campagne électorale sera vive tant l'enjeu de la Sécurité Sociale est important.

Evidemment, cette élection ne va pas nous conduire à mettre la vie syndicale entre parenthèse. Les syndicats et sections syndicales auront aussi à conduire l'action revendicative quotidienne.

C'est pourquoi, sous l'impulsion des Fédérations, nous devons mettre en place désigner partout, selon la taille des entreprises, des collectifs, des animateurs de la campagne Sécurité Sociale.

Nous y voyons plusieurs raisons essentielles :

- Il est impératif qu'un militant ou un collectif ait pour préoccupation d'intégrer les élections dans la vie quotidienne du syndicat. Nous devons être en capacité à ce que chaque organisation soit à l'initiative à mesure que se déroule la campagne. C'est un point d'appui sûr pour les collectifs locaux.
- Bien que le vote ait lieu sur la commune de résidence, la campagne dans l'entreprise sera décisive car nous touchons là des millions de salariés et nos idées feront leur chemin dans leur famille.
- Chacun a dû se rendre compte que la Sécurité Sociale et son financement (objet d'un débat national actuellement) sont partie intégrante du travail productif donc des entreprises. C'est donc fondamental de marquer, par une campagne dynamique à l'entreprise ce qui a présidé à la création de la Sécurité Sociale et ce qui fait son originalité, son contenu progressiste, démocratique.

Une véritable élection professionnelle :

Le fait que la Sécurité Sociale, comme couverture sociale, touche directement à des questions telles que l'emploi, la Sécurité et les conditions de travail, la maladie, la retraite etc... doit conduire les syndicats et sections syndicales à considérer les élections du 19 octobre comme une véritable élection professionnelle des délégués du personnel, du comité d'entreprise, dans son contenu, dans la participation au vote et bien entendu pour les résultats.

Nous retrouvons là la véritable signification de notre volonté de mettre toute la CGT en campagne, de créer les conditions pour que le plus grand nombre de militants, de cégétistes apportent, selon leurs moyens, le concours pour faire élire de nombreux administrateurs CGT.

C'est aussi cela qui permettra aux collectifs locaux de multiplier leurs forces jusqu'au 19 octobre.

Les tâches des Fédérations :

Ces collectifs d'entreprise, ces animateurs, outre leur contribution à la campagne d'ordre général, seront les points d'appui pour intégrer le contenu professionnel dont sont chargées les Fédérations.

Ce sont elles qui impulsent et contrôlent la mise en place et alimentent les entreprises pour les problèmes particuliers à la profession.

Toutefois, nous sommes persuadés, parce que c'est l'intérêt commun de toute la CGT, que les U.D., U.L. et les collectifs électoraux, dans leurs contacts, dans les réunions avec les militants impulseront la mise en place de ces collectifs dans les entreprises.

Dès lors, chaque syndicat en informera sa Fédération.

Les tâches dans l'entreprise :

L'énumération des principales tâches justifient bien cette mise en place :

- L'expression CGT sur la Sécurité Sociale, liée aux problèmes revendicatifs de l'entreprise.
- Le renforcement parmi toutes les catégories de salariés en utilisant pleinement le carnet adhésion-abonnement.
- La bataille financière et particulièrement la réalisation de l'objectif que chaque syndiqué ait 10 timbres sur sa carte ou son carnet dès début octobre, ainsi que le placement d'un timbre à chaque sympathisant CGT.
- La négociation avec les employeurs, des modalités pour permettre aux salariés de voter le 19 octobre (Clauses prévues par les décrets et circulaires). Ce qui suppose une campagne de masse dans l'entreprise pour créer le rapport de force et par là même assurer une bonne participation le jour du scrutin sur les candidats CGT.
- Faire connaître les candidats dans les entreprises par la tenue de réunions débats comme le permettent les textes sur les droits syndicaux.
- Mobiliser les militants, les syndiqués afin que nous soyons présents partout dans les bureaux de vote ce qui suppose là aussi, comme le permettent les textes officiels et circulaires, des négociations avec les employeurs.

La CGT, dans des moments importants où l'enjeu est considérable, sait mettre en mouvement ses forces avec rapidité et dynamisme.

Ce doit être le cas aujourd'hui. Les résultats du 19 octobre en dépendent.

La Campagne des Candidats

ou les Candidats en Campagne

Nos candidates et candidats pour le scrutin du 19 octobre sont désignés. Depuis le 22 août, les mandataires de nos listes CGT ont été déposés dans chaque préfecture ou siège de la caisse.

Près de 6 000 militantes et militants vont, d'ici le 19 octobre, tout mettre en oeuvre pour gagner des milliers de voix, des millions de suffrages pour la CGT.

QUE FAUT-IL FAIRE MAINTENANT ? COMMENT CONCEVOIR LA CAMPAGNE DES CANDIDATS ?

1 / Il s'agit de populariser nos listes en mettant en exergue la représentativité, la diversité, la compétence des militants qui ont été choisis. (Assemblées de militants, rencontre avec la presse, les radios, la télé sont autant de moyens pour faire connaître la composition de nos listes. Il convient également de prendre les dispositions pour qu'ils soient connus des salariés de leur entreprise, de leur profession.

2 / Coïncidence, près de 6 000 candidats pour un objectif de 6 000 collectifs électoraux à mettre en place. Sans doute, on ne peut en ce domaine raisonner mathématiquement, mais il est indispensable pour les candidats qu'ils soient rapidement intégrés dans les collectifs existants et ceux qui se constituent.

3 / En participant à tout le travail du collectif électoral, nos candidats ont un rôle particulier à jouer.

- Chacune et chacun d'eux sont les représentants de la CGT, contactant le maximum de salariés, d'habitants, d'électeurs, discutant avec eux de notre programme, écoutant leurs observations, leurs suggestions.

4 / Les responsabilités du collectif.

- C'est lui qui organise les rencontres, les Assemblées de militants, de travailleurs, les discussions avec la presse. Il convient de choisir les lieux de contact les plus déterminants : les mairies sont tenues de mettre des locaux à la disposition des candidats pour les réunions publiques.
- C'est le collectif qui créera toutes les conditions pour que nos candidats disposent du temps nécessaire pour mener la campagne. Nul doute qu'il s'agira dans bien des cas d'une bataille à mener auprès de chaque employeur, des directeurs de caisses, des préfectures, avec en soutien nos syndiqués et les travailleurs.
- C'est le collectif également qui aura la charge de fournir toute la documentation et les arguments utiles pour cette campagne en tenant compte du terrain, de la composition sociale de celui-ci.

Avec tous nos élus et mandatés, avec de nombreux syndiqués disposés à nous aider, nous avons 6 000 camarades autour desquels et avec lesquels nous engageons la bataille.

Avec eux, allons vers les millions d'électeurs.

- Pour gagner au vote C.G.T. à la lecture de notre presse syndicale.
- Pour leur proposer de rejoindre la plus grande centrale syndicale.
- Pour donner à la C.G.T. les moyens financiers d'une campagne sans précédent.