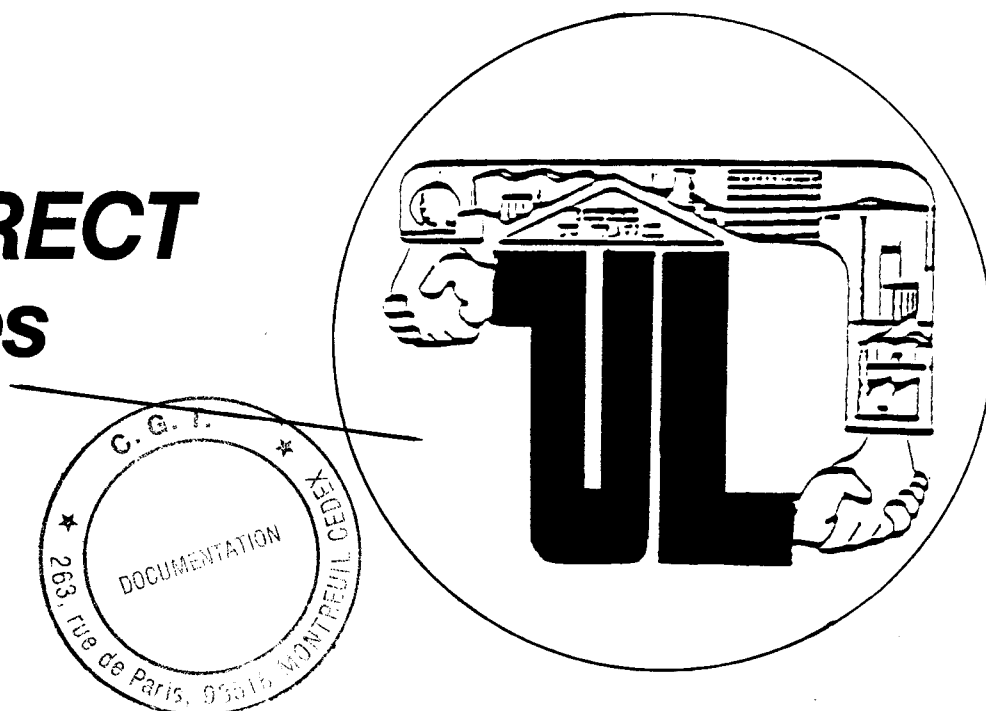


**EN DIRECT  
avec les**



## sommaire

|   | PAGES |
|---|-------|
| • Plan de travail et tableau de bord<br>Deux outils de travail indispensables<br>à toute union locale | 1     |
| • Les visites systématiques des bases organisées  | 2     |
| • Les cahiers de revendications   | 3     |
| • L'union locale et l'organisation<br>du renforcement à l'entreprise                                  | 4     |
| • Idées pour un plan de parrainage de l'U.L.  | 5     |
| • L'U.L. et les élections professionnelles  | 7     |

Bulletin d'informations (Secteur confédéral organisation)

Directeur de la publication : Yannick Fremin

## Plan de travail et tableau de bord :

# Deux outils de travail indispensables pour chaque union locale

Nous sommes encore loin d'avoir dans chaque U.L. un plan de travail. Mais, toutes celles qui s'en sont donné un, le plus proche possible du plan confédéral, c'est-à-dire en faisant de ses 10 points autant d'objectifs à partir de la situation concrète de leur U.L., trouvent un stimulant pour leur activité.

### **Avec son plan de travail, l'U.L. se met en position offensive pour jouer son rôle**

Disons-le franchement, l'élaboration d'un plan de travail, et surtout sa mise en œuvre, viennent bousculer le climat de l'U.L., de ses militants, et la manière de travailler. D'une situation quelquefois bouchée et du manque de perspectives pour en sortir, pesant tout naturellement sur le comportement de chaque militant, avec le plan de travail, l'U.L. passe à un autre travail qui associe intimement une activité revendicative soutenue, bien ancrée sur les lieux de travail et une C.G.T. forte et active à l'entreprise, dans l'établissement, parmi toutes les catégories de salariés.

Avec son **plan de visites systématiques et de parrainage**, l'union locale est en prise directe avec la vie réelle des travailleurs, des syndiqués, des militants et du syndicat.

Elle peut ainsi apporter son concours actif à tout ce qui contribue à favoriser les revendications concrètes qui sont à la base de toute mobilisation et qui conduisent à l'adhésion à la C.G.T.

C'est une démarche offensive que prend l'U.L. qui fait évidemment grandir dans sa direction le besoin d'une qualité d'action syndicale beaucoup plus dense, plus permanente que celle qui est encore pratiquée dans beaucoup d'U.L. aujourd'hui.

L'U.L. de Marmande (47) écrit ceci dans son plan de travail : « Ce plan découle des décisions prises en congrès en mai dernier. Les deux axes du congrès sont le renforcement et le développement de la démocratie. Cela implique donc l'activité à développer vers les syndicats et dans l'union locale afin de se donner les moyens d'être la C.G.T. qu'il nous faut pour faire face aux patrons. »

### **Avec son plan de travail, l'U.L. soude la direction élue pour un travail vers l'entreprise**

Un tel travail d'adaptation de notre mouvement syndical aux besoins actuels ne peut s'entreprendre à quelques-uns.

Le fait même de se fixer pour objectif de revenir partout à cette notion élémentaire : « Le syndicat existe pour défendre les intérêts individuels et collectifs des salariés » exige de vivre de la seule façon qui soit, en faisant participer toutes les forces dont dispose la C.G.T.

Dans la direction, quel que soit le temps dont dispose chacun des camarades qui la compose, il est impossible de se priver du concours d'un de ses membres.

Avec les plans de travail s'amorce un réel engagement de tous les membres des C.E. ou des bureaux exécutifs.

**Les dispositions prises** pour le suivi des objectifs fixés, la remontée des informations et la réalisation de ce qui a été décidé, contribuent à construire et consolider les directions. Dans une ambiance de travail où chacun se sent utile, l'équipe dirigeante de l'U.L. s'affirme.

### **Le plan de bord : instrument de mise en œuvre du plan de travail**

L'exemple d'un tableau de bord paru dans le « **En direct** » n° 16 du mois d'août 84 reste un point de référence pour toutes les unions locales qui n'en ont pas, afin qu'elles s'en inspirent. Non seulement le tableau de bord permet d'impulser la mise en œuvre d'un plan de travail et surtout de donner corps aux objectifs retenus, mais il permet, à partir de l'expérience personnelle de chacun, de « nourrir » la discussion collective de la direction de l'U.L., et aussi de préciser le contenu des visites de bases organisées.

C'est un instrument de mesure du degré d'engagement de chacun, qui permet d'organiser très concrètement le travail collectif de la direction élue.

## LES VISITES SYSTÉMATIQUES DES BASES ORGANISÉES :

**Le moyen**

- de connaître,
- de comprendre,
- d'aider efficacement

Le plan de travail confédéral se fixe pour objectif d'avoir vu au 42<sup>e</sup> Congrès confédéral de novembre 1985, les 19 000 syndicats et les 40 000 bases organisées existantes. Le but est de discuter avec les camarades qui s'y trouvent, militants et syndiqués de parler C.G.T. et de parler de la C.G.T., d'écouter pour mieux connaître et aider les syndicats à prendre en charge la démarche confédérale dont nous venons de parler.

Nous visons une activité collective de masse pour renforcer la C.G.T. Il s'agit donc, tous ensemble, d'affronter les obstacles qui s'y opposent.

### **Aller vers toutes les bases organisées, les aider dans le souci de nous renforcer, d'être plus forts**

Entre le choix de voir quelques syndicats pour les aider jusqu'à ce que l'activité syndicale soit bonne, ou de les voir tous, il n'y a pas à hésiter ! **Tous doivent être visités** si l'on veut avancer dans la direction du plan de travail confédéral.

Ce n'est pas irréaliste. De nombreuses unions locales, qui ont adopté cette démarche, en témoignent.

**Elles ont un plan de visites avec un échéancier précis.**

En voici trois à titre d'exemples :

- L'U.L. de Tarbes (65) qui rayonne sur 92 bases organisées se fixe la visite de 30 bases pour la fin novembre par les membres de la C.E.

Elle a un plan de parrainage de 20 entreprises, dont 15 dans deux zones industrielles.

- L'U.L. de Toulouse Mirail (31) a décidé de rencontrer 50 % de ses bases organisées pour les 6 et 7 décembre (date congrès de l'U.D.), soit 50 (15 en septembre, 15 en octobre, 20 en novembre).

- L'U.L. d'Epernay (51) a fixé ainsi son plan de visite :
  - d'octobre à fin janvier (4 mois) visite de l'ensemble des bases organisées ;
  - de février à fin mai (4 mois) visite des syndicats en liaison avec la préparation du congrès de l'U.L. ;
  - de juin à fin août (3 mois) visite de l'ensemble des bases organisées, préparation et discussion sur le congrès confédéral ;
  - de septembre à novembre 85 (3 mois) visite de l'ensemble des bases organisées en liaison avec le congrès confédéral et préparation de l'assemblée de rentrée.

**DONC, IL FAUT VOIR GRAND**

### **Chaque union locale a les moyens d'ancre ce mode de vie**

N'y a-t-il pas à s'interroger sur la manière dont travaillent encore trop d'U.L., certes, parfois par man-

que de bras, mais surtout par insuffisance de travail collectif qui conduit tout naturellement à décourager les plus décidés et à « ramener » ou « maintenir » la direction de l'U.L. à deux ou trois camarades.

Le plan de travail confédéral engendre et nourrit une autre démarche.

En effet, cette situation, qui tend à se corriger, ne correspond pas aux forces militantes réelles que nous avons dans les U.L.

**C'est ainsi que pour l'année 83/84, avec la tenue de 535 congrès d'U.L., nous pouvons estimer :**

- que 30 000 délégués et 10 000 syndicats auront été réunis ;

- et à 10 000 le nombre de militants élus dans les directions d'unions locales ayant tenu leur congrès en 83/84.

Or, notre réseau opérationnel actuel d'U.L. est de 980, auquel s'ajoutent 73 antennes locales et de zones industrielles et 47 collectifs de Z.I.

C'est donc encore plusieurs milliers de militants que l'on retrouve dans les directions d'U.L. et les collectifs d'animation des antennes et Z.I.

Certes, tous ces militants ont déjà des mandats électifs et ne peuvent être disponibles à 100 % pour l'U.L. Mais, en examinant concrètement avec eux le temps qu'ils peuvent dégager, il s'agit ensuite de l'utiliser à plein au service de la démarche offensive du plan de travail et non à autre chose, qui relève souvent d'une pratique ancienne de l'activité.

**Le compte rendu ou la fiche de visite permet à l'U.L. d'intervenir dans les entreprises avec efficacité.**

Cette fiche, remplie par le militant de l'U.L. qui effectue la visite, doit comporter les questions nécessaires à la connaissance de la base organisée, et correspondre aux objectifs du plan de travail.

Ainsi doivent y figurer les noms des principaux responsables du syndicat (secrétaire, responsable du renforcement, responsable aux finances), le nom du camarade de l'U.L., la date de la visite, le nombre de salariés en détaillant les catégories (O.S., O.P., employés, techniciens, cadres), hommes, femmes, le nombre de syndiqués pour chacune des catégories, le nombre de cartes placées, les cotisations encaissées, l'existence ou non d'un cahier de revendications, le nombre de V.O. et Antoinette diffusés, **les objectifs de renforcement prévus.**

Lors de la visite la discussion doit s'engager sur ces questions, être très concrète, vivante et se terminer par la prise de décision (mise en route du cahier de revendications, initiatives de renforcement, rentrées de cotisations, etc.).

**Le secrétaire à l'organisation de l'U.L. rassemble toutes ces fiches, met à jour son tableau de bord général et prépare les prochaines visites.**

## Les cahiers de revendications : seuls moyens pour le syndicat de démontrer son utilité

Des 10 points du plan de travail confédéral, le cahier de revendications constitue un des points « clé » qui permet de « tirer » tout le reste : renforcement, qualité de la vie syndicale, etc.

Des exemples de plus en plus nombreux témoignent que la pratique des cahiers de revendications permet de donner un souffle nouveau à notre activité, à la redynamiser dans de nombreux domaines.

### **1. Les cahiers et le renforcement, l'exemple de la recette des P.T.T. d'Evry**

« Avec la pratique des cahiers de revendications, nous sommes passés de 6 à 13 syndiqués, et ce n'est qu'un début » explique le secrétaire de la section C.G.T. d'Evry.

En effet, sous l'impulsion du Syndicat départemental des P.T.T. de l'Essonne, des cahiers de revendications ont été mis en route par service dans le bureau de poste.

Cela a déjà permis que les travailleurs se sentent concernés, qu'un climat de confiance s'instaure, engageant les militants C.G.T. du bureau de poste à proposer à l'adhésion.

### **2. Les cahiers pour des luttes de masse l'exemple de la C.R.A.M. de Lille**

« A partir du cahier revendicatif, 1 000 personnes ont manifesté à la C.R.A.M. »

Avant les congés, la C.E. du syndicat de la C.R.A.M. de Lille décidait d'engager tous ses membres au « corps à corps » dans les services, cahiers de revendications en main.

A la rentrée de septembre, s'appuyant sur cette démarche de masse, les militants décidaient de nouveau, dans le cadre d'une journée d'action sur le pouvoir d'achat, avec les élus de la C.R.A.M., de se disperser dans les services et rassembler le personnel. « Nous avons nous-mêmes été surpris du résultat » disent les camarades, puisque 1 000 personnes sont venues, ce qui représente bien plus que l'influence C.G.T. aux élections.

A l'heure actuelle, les cahiers de revendications continuent à circuler. Le point sera fait à une prochaine C.E. Mais, déjà, démonstration est faite du style de travail à utiliser pour organiser l'action de masse dans une grande entreprise.

### **3. Les cahiers, au plus près des travailleurs, dans leur diversité, l'exemple de l'union locale d'Annonay**

« Cinquante cahiers de revendications ont été mis en place à R.V.I. Annonay. »

Cela traduit la volonté de la direction syndicale de tenir compte de toutes les diversités de situations aux niveaux :

- des ateliers, services, bureaux ;
- des catégories employés, ouvriers, techniciens.

Tous les cahiers n'ont pas encore été collectés, mais il ressort déjà une multitude de problèmes. Cela va de la baisse du pouvoir d'achat, qui nécessite une action énergique, souhaitée par les ouvriers concernés, au travail sous-traité qui inquiète les travailleurs de certains ateliers ou de bureaux.

### **Le rôle de l'union locale**

La richesse de la mise en pratique des cahiers de revendications, les effets multiples bénéfiques qu'ils produisent dans notre mode de vie syndical, doivent conduire les U.L. à prendre à « bras le corps » cette activité au plus haut niveau.

C'est ce qu'a entrepris l'U.L. d'Evry qui, s'inspirant de l'expérience de la recette principale des P.T.T., a pris un certain nombre de dispositions.

1. *L'objectif de l'U.L. est de parvenir à ce que chaque entreprise dispose d'au moins un cahier de revendications.*

2. *L'impulsion de cette démarche et le suivi seront réalisés par les membres de la C.E. de l'U.L.*

Pour limiter toutes les mesures et initiatives qui peuvent permettre de favoriser la multiplication des cahiers de revendications dans les entreprises nous devons insister toutefois **sur trois orientations indispensables :**

a) Faire en sorte qu'un camarade de la direction de l'U.L. (le responsable aux questions revendicatives lorsqu'il existe) soit désigné pour suivre, animer concrètement cette tâche en faisant le « tour » des entreprises organisées de l'U.L. régulièrement (soit téléphoniquement, soit au travers de visites systématiques).

b) Faire en sorte que les objectifs de cahiers de revendications soient déterminés de la même façon que pour les objectifs de renforcement. A arrêter avec les entreprises elles-mêmes.

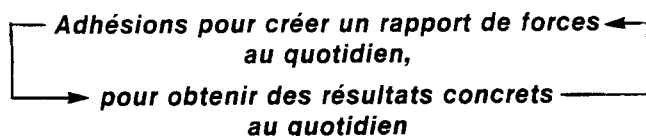
c) Que le « tableau de bord » de l'U.L. prenne en compte les cahiers de revendications pour que toute la direction de l'U.L. soit impliquée dans l'animation et le suivi de cette question, au même titre que pour les autres (ceci implique directement le secrétaire à l'organisation).

En outre, le responsable du cahier de revendications doit lui-même constituer son propre tableau de bord « spécial » cahiers de revendications pour que les objectifs soient fixés et qu'ils soient réalisés.

# L'union locale et l'organisation du renforcement à l'entreprise

Les premiers succès revendicatifs des Renault viennent, une nouvelle fois, faire la démonstration de ce qu'il est possible d'obtenir là où les forces de la C.G.T. le permettent.

170 adhésions réalisées durant le conflit témoignent qu'il ne s'agit pas d'une démarche ponctuelle, mais d'une ligne permanente dans le sens :



Mais il n'y a pas que chez les Renault qu'on lutte, qu'on gagne et qu'on se renforce. Les derniers « En Direct » (juin et août 84), des bulletins d'unions locales qui nous parviennent ne manquent pas d'exemples.

L'importante journée d'action des fonctionnaires du 25 octobre montre que là où des dispositions concrètes ont été prises, de nombreuses adhésions ont été faites, des bases nouvelles créées.

## Ainsi, dans le Loiret :

23 adhésions ont été réalisées à Orléans durant la manifestation grâce à une « équipe » de 15 militants mise en place par l'U.L. S'y ajoutent 15 adhésions faites dans le cadre de la préparation.

## En Seine-et-Marne :

2 bases nouvelles ont été créées ou en passe de l'être à la mairie d'Emerainville, à la mairie de Collégien et à la mairie de Champs-sur-Marne, 10 adhésions réalisées dans le cadre de la préparation. L'U.L. de Marne-la-Vallée s'est investie à fond dans le travail de mobilisation pour le 25 octobre.

Tout ceci confirme qu'un champ de possibilités immenses se présente au niveau du renforcement. On peut faire « fort » à condition de prendre les mesures qui conviennent.

## Pour l'union locale, la question est de savoir aujourd'hui comment elle peut favoriser l'organisation du renforcement à l'entreprise ?

Il apparaît que la mise en place d'objectifs de renforcement constitue pour l'U.L. un des moyens privilégiés d'y parvenir.

**L'exemple de l'U.L. de Vénissieux**, dont le congrès s'est déroulé en avril dernier, mérite intérêt, d'autant que d'autres expériences du même style s'amorcent dans d'autres U.L. de l'Hérault, du Nord, etc.

1. Dans le cadre du plan de visites des syndicats, les membres du bureau de l'U.L. ont un certain

nombre d'entreprises à suivre, où seront recensés les objectifs d'adhésions que le syndicat se sera lui-même fixés, en tenant compte des réalités de l'entreprise et des possibilités qui existent.

2. Une réunion du bureau de l'U.L. aura lieu pour faire le point des visites réalisées et collationnent les objectifs d'adhésions fixés par entreprise, qui deviendront l'objectif de renforcement de l'U.L. pour une période donnée.

Nous pensons que c'est une bonne méthode qui, sans laisser libre cours au « volontarisme », ne cède en rien pour autant à la spontanéité.

## Qu'est-ce qui a conduit l'U.L. à s'y prendre ainsi ?

- L'existence réelle des possibilités en matière d'adhésions ;
- La nécessité de fixer des objectifs.

Tout cela est apparu nettement à l'U.L. dans le cadre des visites de ses bases organisées.

1. C'est ainsi qu'à Chimio-Technique, où nous étions en difficulté, où des délégués y compris ne cotisaient plus, 56 adhésions ont été faites par la direction de l'U.L. à partir d'une réunion du personnel sur les problèmes revendicatifs les plus sensibles à l'entreprise. Six nouvelles adhésions ont été réalisées la semaine dernière.

2. Autre initiative à Rhône-Poulenc où l'objectif d'une section I.C.T. avait été envisagée, les camarades ont réalisé 20 abonnements à « Options » qui leur permet de créer les conditions d'une future organisation structurée chez les ingénieurs, cadres et techniciens.

N'y a-t-il pas là la traduction concrète du troisième point du plan de travail confédéral ?

## « Améliorer plus nettement notre activité vers toutes les catégories de salariés. »

Aurait-on pu avancer dans ce sens si l'union locale ne s'était pas « accrochée » à la réalisation de section I.C.T. de travail et ne s'était fixé ses propres objectifs.

Oui ! la question des objectifs de renforcement est une affaire à prendre en compte et à suivre... nous y reviendrons prochainement.

Faites-nous parvenir toutes vos expériences au secteur organisation confédéral.

Ces objectifs trouveront d'autant d'effets concrets et durables qu'ils appuieront sur trois démarches constantes à notre pratique :

- a) En valorisant les résultats revendicatifs, les adhésions réalisées dans la localité, dans la Z.I. ;
- b) En continuant à placer la carte 84 ;
- c) En poursuivant la mise en place des secrétaires à l'organisation.

# Un plan de parrainage pour l'union locale, qu'est-ce que ça peut être ?

Un effort important est entrepris dans toute la C.G.T. pour que la visite des syndicats devienne un mode de vie dans toutes nos organisations. Cet effort s'inscrit dans le cadre de la reconquête de nos forces, ce qui suppose en même temps **d'organiser et d'intensifier la pratique des parrainages** pour élargir le champ de nos syndicats et sections syndicales d'entreprise.

Cela ne s'improvise pas. Comme pour les visites de syndicats l'U.L. a à concevoir son plan de parrainage. Il doit prendre en compte les éléments suivants :

## 1. Une bonne connaissance du terrain

Une connaissance affinée du terrain s'impose pour déterminer les priorités, à savoir :

a) L'importance dans la localité des différentes catégories de salariés : ouvriers, employés, techniciens, jeunes, femmes, etc. ;

b) Les concentrations de salariés, leur poids en regard du nombre de salariés de la localité (les Z.I., les grandes entreprises, etc.).

Cet examen est indispensable si l'on veut viser juste, être efficace.

## 2. Une bonne connaissance de nos forces militantes

L'U.L. ne vit et n'existe que par ses syndicats et sections syndicales. L'orientation des visites systématiques conduit à diriger l'U.L. vers ce qui constitue sa charnière, les militants des entreprises.

Du même coup, par le contact, s'acquiert la connaissance de nos forces réelles sur le terrain. Quand on y regarde de près, ses forces sont considérables, ce sont **les syndiqués, les militants, les élus**. Il faut les solliciter avec audace en ne perdant pas de vue qu'il ne s'agit pas d'une aide à sens unique, que le parrainage est une aide pour le syndicat lui-même, un élément formateur pour ses militants.

La connaissance du terrain et de nos forces permet de dégager les entreprises sur lesquelles le parrainage peut être entrepris et l'organisation qui en aura la charge, à savoir : le syndicat ou la direction de l'union locale.

## 3. Les choix : entreprises et zones industrielles

1. Le choix de l'entreprise qu'un syndicat peut parrainer dépend des besoins de l'U.L., mais aussi des possibilités du syndicat qui a accepté de parrainer (proximité de l'entreprise, moyens militants, etc.).

2. La direction de l'U.L., en plus des visites de syndicats, doit avoir UNE ou DEUX ENTREPRISES à parrainer au maximum, parmi les plus importantes, pour créer l'élément moteur du plan de parrainage et être plus efficace.

3. **Pour qu'ils soient efficaces ces choix ne peuvent s'établir** qu'en coopération avec les unions professionnelles et les syndicats départementaux. Le parrainage permet de renforcer et de faire vivre sur le terrain la **complémentarité indispensable entre structures**.

La communication entre structures des plans de parrainage respectifs est un bon moyen d'y contribuer et de mettre en commun nos efforts pour créer les bases organisées et renforcer la C.G.T.

4. **Une fois le choix fait**, ne pas lâcher l'entreprise parrainée avant la mise en place du syndicat. La conception du parrainage nécessite la persévérance, la continuité dans l'effort entrepris et la qualité.

## 5. Parrainage d'une zone industrielle.

On ne redira jamais assez l'importance des Z.I. dans la vie économique de notre pays, le nombre de salariés qu'elles comportent dans les localités et le poids qu'elles y pèsent.

Créer des U.L., des antennes de zones, des bases organisées dans les Z.I. constituent la priorité des priorités des plans de parrainage d'une U.L.

a) La direction de l'U.L. doit s'y inscrire en priorité ;

b) Parfois le concours de plusieurs U.L. peut être recherché pour déboucher sur une U.L. de zone. C'est le cas pour la Z.I. de Corbas, dans le Rhône (4 000 salariés), parrainée par les U.L. de Vénissieux et de Saint-Priest ;

c) La contribution de plusieurs syndicats et sections syndicales d'entreprises environnantes s'avère indispensable ;

d) Voir comment les unions syndicales, les syndicats locaux et départementaux peuvent contribuer à « quadriller » la Z.I.

## 4. Le tableau de bord : plan de parrainage

### I. Plan de parrainage des entreprises

Il peut comprendre :

- la liste des entreprises retenues ;
- le ou la camarade de la direction de l'U.L. ou le syndicat qui parraine ;
- les dates visites ou initiatives prises ;
- les résultats : adhésions, diffusion de la V.O., d'Antoinette, Options, réunions du personnel, de syndiqués ;
- les observations.

Ces éléments de mesure, pris dans leur évolution, permettent d'établir le moment où la base nouvelle est créée, où le syndicat est en mesure de fonctionner de façon autonome et peut figurer cette fois dans le **plan de visite des syndicats**.

## **II. Plan de parrainage, zones industrielles**

Il peut comprendre :

- la liste des entreprises de la Z.I. ;
- la liste des bases organisées ;
- le nombre de salariés ;
- le nombre de syndiqués ;
- les organisations (U.L., syndicats, U.S. qui parrainent) ;

- les dates de visites ou d'initiatives ;
- les résultats : adhésions, bases nouvelles créées, diffusion de la V.O., d'Antoinette, d'Options, réunions du personnel, de syndiqués, de syndicats, de militants de la zone ;
- les observations.

L'objectif étant d'avoir sur les zones industrielles un instrument de mesure susceptible de suivre l'évolution du travail entrepris, par l'animation d'une activité C.G.T. sur la zone, de nature à déboucher sur une antenne, voire sur une union locale de Z.I.

# Les élections professionnelles

Une élection professionnelle demeure toujours un instrument de mesure précieux pour le syndicat et toutes les autres structures sur la qualité des rapports entre la C.G.T. et les salariés concernés.

A quelque niveau que ce soit, l'élection c'est un peu le miroir qui réfléchit l'activité revendicative de la C.G.T., de ses élus, sa capacité à plonger ses racines dans le plus petit recoin de l'atelier, du bureau, du service, d'une ville ou d'un village.

C'est pourquoi l'analyse fouillée de chaque élection, collège par collège, bureau par bureau, pour les entreprises les plus importantes — quels que soient les résultats obtenus — ne peut que déboucher sur une amélioration de la pratique syndicale, à condition d'en tirer tous les enseignements qu'elle révèle sans surestimation, ni sous-estimation.

Toutefois, nous l'avons déjà mesuré depuis longtemps, chaque élection est un combat. Elle constitue une période plus ou moins longue, selon le type d'élection, où les travailleurs sont sollicités par toutes les organisations syndicales en présence, dont c'est un fait établi, plusieurs d'entre elles bénéficient du soutien — parfois ouvert — du patronat. C'est bel et bien un moment fort de l'action syndicale pour les revendications, pour créer les conditions de syndicats forts qui se mesurent en fonction de leur influence et de leur nombre d'adhérents.

Le syndicat, avec l'aide de l'U.L. et de l'U.D. a trois phases à prendre en compte pour mener cette action avec succès, que constitue une élection.

## 1. LA PRÉPARATION

Un résultat n'est jamais gagné d'avance. S'il est vrai que les travailleurs se déterminent sur la base du travail syndical fait au fil des mois et des années, on ne peut se dispenser d'une véritable campagne électorale.

**Au cours de celle-ci doit apparaître tout ce qui fait la différence entre la C.G.T. et tous les autres :** bilan d'activité, total des revendications satisfaites, propositions formulées, opinion de la C.G.T. sur les conditions de travail, les productions faites, les salaires, etc.

Le lien entre l'activité C.G.T. à l'entreprise et l'activité C.G.T. au niveau de la localité ou la Z.I. doit être fait.

**La consultation des syndiqués, comme la recherche et la désignation des candidatures demandent beaucoup de travail et ne peut s'improviser.**

Cette désignation démocratique des candidatures doit donner lieu à l'organisation de consultations préalables, avec le souci de couvrir les différents secteurs de l'entreprise ou établissement. Une fois désignés, le syndicat doit déterminer et organiser avec les candidats la campagne qu'ils vont mener.

Mais c'est la bonne manière pour que les syndiqués soient associés à la campagne électorale dans leur lieu de travail.

## 2. L'ANALYSE DES RÉSULTATS

Les résultats obtenus ne sont pas toujours en rapport avec l'activité déployée mais ils sont toujours révélateurs de quelque chose qui peut ou demande à être amélioré en poussant le plus loin possible l'analyse.

Ils constituent un coup de projecteur sur l'évolution des différentes catégories dans l'entreprise et l'importance que certaines prennent sur d'autres, comme les I.C.T., les employés.

L'examen, collège par collège, doit amener le syndicat à préciser, voire renforcer son activité en leur direction.

## 3. LA COMMUNICATION DES RÉSULTATS PRIORAIREMENT A LA CONFÉDÉRATION (Service central élections)

Si chaque organisation de la C.G.T. peut dire et écrire que nationalement, la C.G.T. maintient ses positions avec un léger mieux, que le recul de la C.F.D.T. est net et que F.O. et la C.G.C. enregistrent des progrès, c'est grâce au « Service central élections » de la confédération.

Chacun mesure, pour sa propre activité, l'intérêt d'être en possession, à tout instant, d'un tel instrument de mesure de notre influence nationale.

C'est le reflet positif du comportement d'une masse non négligeable de travailleurs face à la crise, et la perception du degré de pénétration de nos idées et solutions pour en sortir.

Ne gardez pas pour vous les résultats. Adressez-les immédiatement à la confédération. N'attendez pas à cumuler les procès-verbaux pour faire un envoi groupé, c'est inefficace.

Et savez-vous que sur votre demande le secteur organisation peut vous faire parvenir les résultats de toutes les entreprises de votre localité, ainsi que ceux d'une même entreprise sur plusieurs années ?

Quel outil de travail !