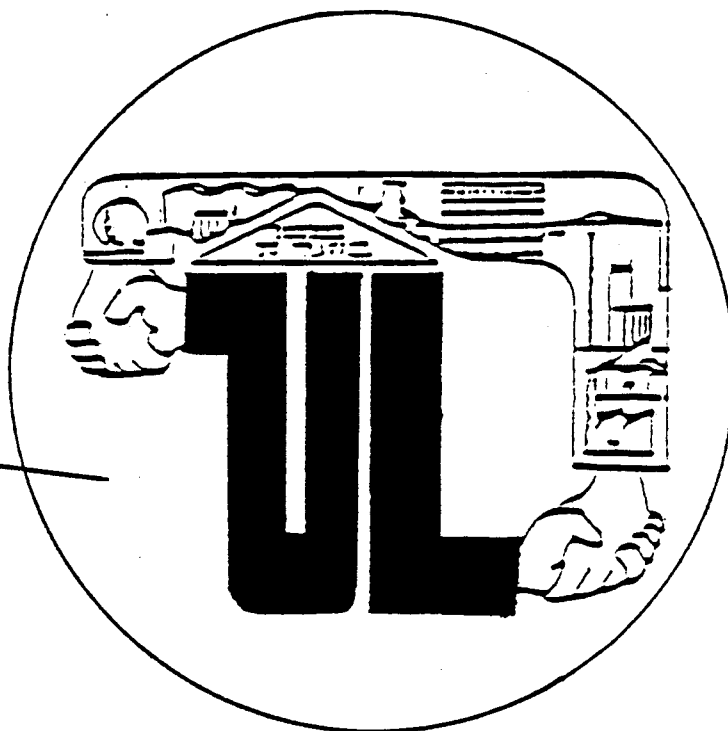


**EN DIRECT**  
**avec les**



**ET LES COLLECTIFS ÉLECTORAUX**

**SPECIAL**  
**ÉLECTIONS PRUD'HOMALES**

N° 4  
**VOTEZ GAGNANT**  
**CGT**  
**PRUD'HOMES**  
**CGT.**  
**HOMMES**

**sommaire**

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| • Edito                           | 1  |
| • Le parrainage                   | 2  |
| • Les collectifs électoraux       | 4  |
| • Propagande                      | 5  |
| • Bon d'action et de défense      | 6  |
| • Candidatures                    | 7  |
| • V.O. rentrée et exposition V.O. | 8  |
| • Vote des I.C.T.A.M.             | 9  |
| • Le coin des échos               | 10 |
| • La C.G.T., ça rapporte gros     | 10 |

Bulletin d'informations (Secteur confédéral organisation)

Directeur de la publication : Yannick Fremin

# *Pas une minute à perdre !*

*La période estivale n'a pas mis en sommeil l'offensive patronale et gouvernementale sur le front économique et social.*

*Le pouvoir d'achat et particulièrement le S.M.I.C. restent la cible n° 1 du C.N.P.F. et il s'emploie avec le gouvernement à lui porter de nouveaux coups.*

*Pour beaucoup de salariés cela fait mal.*

*La casse industrielle continue ses ravages et les suppressions d'emplois à l'ordre du jour se chiffrent par dizaines de milliers.*

*La durée du chômage s'allonge avec les difficultés et les drames qui en découlent pour les chômeurs.*

*Les conditions de travail se dégradent et les patrons poussent les feux pour flexibiliser à tout va : horaires, charge de travail, rémunérations, etc.*

*Les droits et les libertés syndicales sont attaqués avec une rare véhémence par tous ceux qui veulent bâillonner les travailleurs.*

*Le droit de grève est amputé, les tribunaux viennent conforter la volonté répressive du patronat et du gouvernement et prononcent des jugements scandaleux contre les militants, leurs organisations et s'arrogent le droit d'apprécier si les revendications sont raisonnables ou pas.*

*Et il se trouve des « syndicalistes » comme la C.F.D.T. et des hommes de « gauche » comme Rocard pour cautionner ces pratiques !*

*Et les terrains d'attaque ne se limitent pas là : loyers, rentrée scolaire, budget 88, etc.*

*Empêtré dans ses Etats généraux Séguin persiste et signe et annonce d'autres mesures rétrogrades pour la Sécu.*

*L'industrie est vendue à l'encan, le tissu économique se déchire, notre commerce extérieur bat en retraite et l'horizon se bouche de tous côtés.*

*Contester la réalité du déclin relève maintenant de la farce cynique devant une telle accumulation de faits.*

*Pour autant, les démolisseurs ne peuvent agir à leur guise et ils sont tenus en échec comme chez les aiguilleurs du ciel, au C.E.A., aux communaux de Brétigny et dans bien d'autres endroits.*

*Ce qui se confirme et devient de plus en plus visible pour tout le monde c'est qu'il n'y a aucune possibilité de faire céder pouvoir et patronat SANS LES LUTTES.*

*Partout où les travailleurs agissent on peut les mettre en difficulté et les faire reculer. C'est ce message qu'il faut faire passer de toute urgence partout dans nos organisations, chez nos militants, chez les travailleurs.*

*Le bouche à oreille, le corps à corps, le contact individuel doivent permettre, avec les assemblées et les réunions, de s'expliquer, de mettre tout le monde dans le coup pour une rentrée sur les chapeaux de roue et la préparation d'un 1<sup>er</sup> octobre à la mesure de la situation.*

*Mais pour cela il faut une C.G.T. toujours plus forte, plus implantée et plus influente.*

*La semaine de renforcement et d'adhésions du 14 au 20 septembre est un élément constitutif de notre bataille revendicative, une tâche parmi les plus vitales avec la diffusion de notre presse confédérale et notamment la « V.O. » et « Antoinette » spécial rentrée.*

*Sans perdre une minute mettons-nous à l'ouvrage !*

*Parce que la situation l'exige et qu'il n'y a pas d'autres voies pour faire la démonstration qu'à l'entreprise comme au tribunal des prud'hommes, c'est avec la C.G.T. que l'on peut gagner.*

LE PARRAINAGE :

# OBJECTIF 20 000 POUR GAGNER !

**Depuis plusieurs mois, un travail important a été réalisé par nos directions syndicales dans différents domaines pour la préparation des élections prud'homales.**

## • Poursuivre et amplifier ce travail

Le mois d'août doit être mis à profit pour organiser en grand le parrainage afin d'atteindre l'**objectif des 20 000 entreprises**, prise en charge par les directions syndicales à tous les niveaux. Ce chiffre est tout à fait réalisable comme en témoigne le parrainage effectué en 1982 et de surcroît **nécessaire pour gagner**. **Le mot d'ordre** : à chaque syndicat au minimum une entreprise à parrainer est à la portée de tous.

## Le parrainage décisif pour le renforcement de l'action

Chacun est à même de constater les efforts idéologiques importants et les moyens financiers et humains mis en œuvre par le pouvoir et le patronat pour faire passer leur politique d'austérité et affaiblir la Cgt.

La nocivité de cette politique mise en place par le précédent gouvernement se poursuit et s'accélère, d'autant que les organisations réformistes souscrivent pleinement à cette orientation. Même si parfois quelques clauses de style sont utilisées pour tenter de sauver la face, ne nous y trompons pas, sur le fond, l'accord est total.

Nous assistons à l'accélération du recul social dans tous les domaines. La diminution du pouvoir d'achat des salaires, des pensions et retraites, des prestations familiales et sociales. La casse des entreprises industrielles, les licenciements, l'augmentation du chômage, les atteintes aux libertés syndicales et individuelles, le démantèlement de la Sécurité sociale, etc.

Le budget 1988 est éloquent quant à la poursuite et l'accélération de cette politique.

Face à cette situation, seule la Cgt en tant qu'organisation syndicale appelle à lutter, et joue véritablement son rôle de défense des intérêts de l'ensemble des salariés. Il est donc indispensable pour porter l'action au niveau des nécessités, d'être plus nombreux, plus forts et mieux organisés et pour cela aller à la rencontre des salariés qui sont dans les milliers d'entreprises sans syndicat Cgt.

## • La lutte est nécessaire et ne peut attendre

Le 9 décembre, plus de 19 millions de salariés voteront pour élire leurs conseillers prud'hommes. Tous ne sont pas organisés loin s'en faut. Il sont une vue de la Cgt souvent édulcorée. Ils nous connaissent qu'à travers les médias, la presse dite "d'information". Cependant leur voix comptera. Le score que fera la Cgt sera décisif.

• **D'abord** : pour l'élection du plus grand nombre possible de conseillers prud'hommes.

• **Ensuite** : pour mesurer notre influence dans le pays. Plus elle sera importante, plus le pouvoir et le patronat seront en difficulté pour poursuivre leur politique de casse et d'austérité.

A contrario, pour les travailleurs les conditions seront meilleures pour se défendre, mener des luttes conscientes et de haut niveau pour obtenir des succès revendicatifs. Comme on le voit, le développement des luttes passe inévitablement par notre capacité à entraîner le plus grand nombre possible de travailleurs dans l'action sur les bases de classe, d'où la

nécessité d'atteindre l'objectif, de faire connaître et d'implanter la Cgt dans 20 000 entreprises. Il y va de l'intérêt de tous les salariés pour l'amélioration de leurs conditions de vie et de travail aujourd'hui, mais aussi pour préparer des succès plus fondamentaux demain.

**Dans cette optique LA SEMAINE DE RENFORCEMENT DU 14 AU 21 SEPTEMBRE 1987 décidée par le Bureau confédéral doit être un temps fort pour engager une bataille de longue haleine qui devra se poursuivre avec persévérance afin de mobiliser tous nos militant(es), les syndiqués et réaliser ainsi des milliers d'adhésions, créer dans le cadre des parrainages de nombreuses bases nouvelles. Pour y parvenir il est nécessaire de mettre toutes nos directions syndicales dans le coup notamment les syndicats à l'entreprise, d'exploiter les énormes possibilités, les potentialités existantes en s'appuyant résolument sur la combativité des salariés qui grandit chaque jour.**

**En prenant en compte les nombreuses revendications qui se posent au niveau de l'entreprise, ce sera la meilleure façon d'obtenir les succès et de préparer dans l'action la journée interprofessionnelle du 1<sup>er</sup> octobre afin qu'elle connaisse un succès sans précédent.**

## L'exemple du Rhône, 16 septembre : journée départementale de parrainage

Une campagne électorale branchée sur le vécu, le quotidien des salariés, c'est ainsi que la Cgt a décidé de mener les élections prud'homales.

DANS LE RHÔNE, nous avons décidé de systématiser la diffusion de tracts aux ENTREPRISES INORGANISÉES, lors de chaque action.

Cela a été le cas le 23 JUIN sur les salaires, le 8 juillet lors des Etats généraux départementaux de la Sécurité sociale.

**Cependant, un constat s'impose :**

Les parrainages effectués avant les congés restent l'affaire des directions d'unions locales, trop peu de syndicats s'investissent.

Rectifier et vite ce préjudice à la reconquête, tel est ce qui a guidé la direction de l'Union départementale pour que dans le cadre de la semaine de renforcement, on passe à un braquet supérieur dans le renforcement et la création de bases nouvelles.

## Le 16 septembre : tous les élus et mandatés sur le pont — Tous les syndicats dans le coup du parrainage.

### • OBJECTIF : 600 SYNDICATS SUR LE RHÔNE 600 ENTREPRISES PARRAINÉES

Dès à présent, chaque union locale affine son plan de parrainage, profite de la période de congés pour rencontrer les syndicats réticents.

Campagne prud'homale branchée sur la vie ? Le tract diffusé le 16 septembre sera celui appelant à l'action du 1<sup>er</sup> octobre.

**Pour les luttes, un point indispensable :  
LE PARRAINAGE**

## L'importance du parrainage des entreprises des industries textile - habillement - cuir dans la préparation des prud'homales et dans le plan de travail fédéral

Dans le cadre des attaques contre l'emploi, les salaires, la flexibilité du temps de travail, les atteintes aux libertés syndicales, le patronat des industries T.H.C. se place bien et même très bien.

Le patronat des groupes et des grandes entreprises est à l'initiative sur tous ces terrains : Rhône-Poulenc, Cligmann, Bata, C.B.S.F., Bidermann, Jourdan... sont à la tête de cette politique. La présence de la C.G.T., sa force dans ces groupes, ces grandes entreprises est donc fondamentale mais ne peut créer l'ensemble du rapport de force nécessaire.

Conséquences de la casse et des transferts à l'étranger, la grande masse de ces industries est maintenant essentiellement composée de P.M.E. Il reste seulement environ 60 établissements de plus de 500 salariés dont plus de 50 organisés à la C.G.T. La grande majorité des salariés se trouve donc concentrée dans les entreprises moyennes et petites.

Pourtant, c'est près de 550 000 salariés dont 65 % de femmes. Les industries T.H.C. représentent plus de 10 % de l'emploi industriel.

Le patronat tente de se servir à fond de la forte féminisation de ces industries.

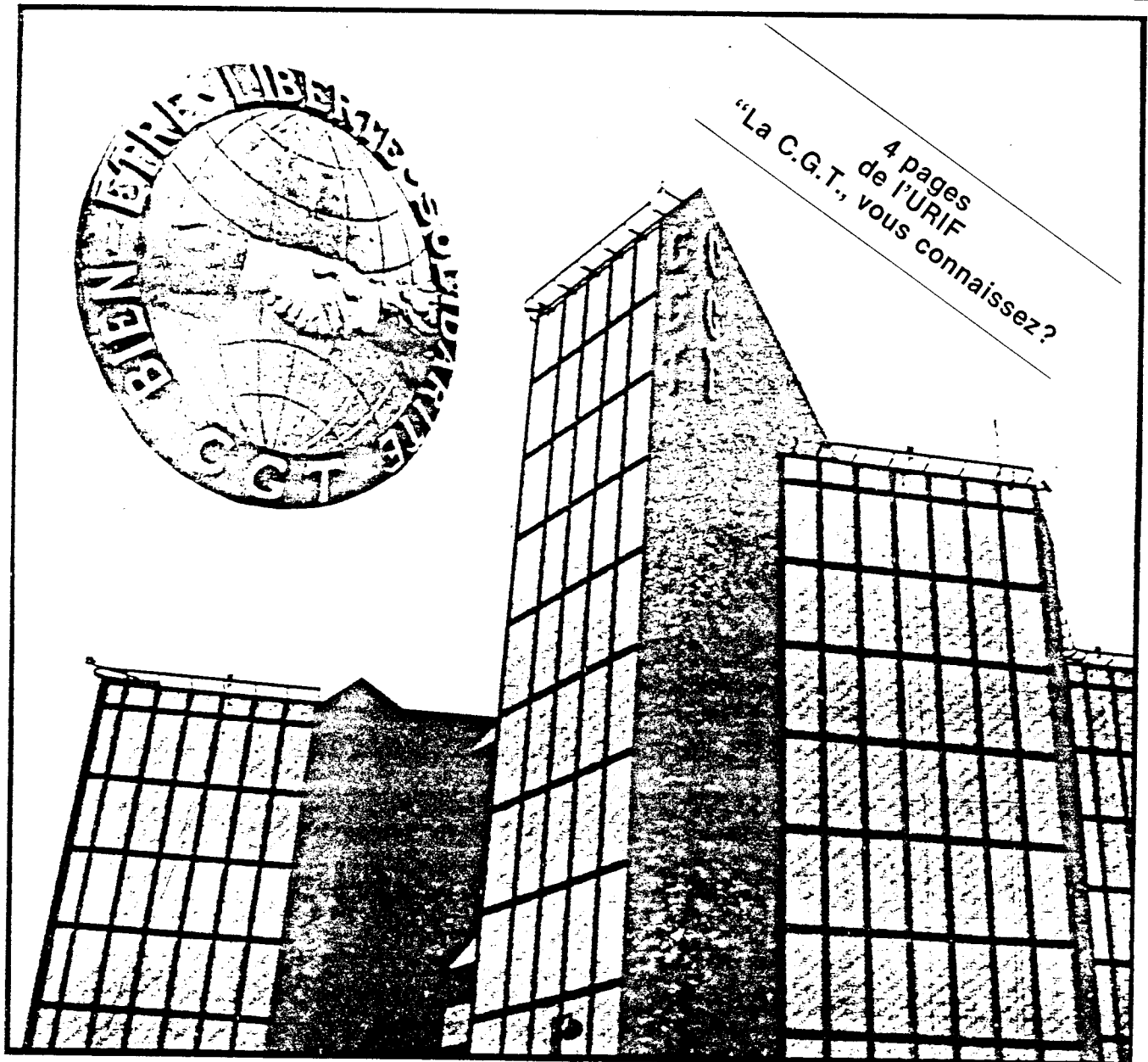
Ce sont les milliers de travailleurs et travailleuses isolés, inorganisés, dans les P.M.E., les ateliers campagnards, qui freinent le rapport de force. Ce sont ces salariés que le patronat utilise pour faire avancer ses objectifs anti-sociaux : les salaires en dessous du SMIC, les horaires, les conditions de travail, les libertés contraires à la convention collective, à la législation.

Aujourd'hui, l'implantation du syndicat dans les entreprises nous est posée en urgence. Le patronat ne s'y trompe pas. Dès les prémices d'implantations d'une organisation C.G.T., la répression, le chantage s'organisent.

La campagne de parrainage des prud'hommes est une occasion de renforcer, d'élargir le travail en direction des salariés inorganisés T.H.C. avec l'objectif : **la mise en place du syndicat :**

- et dans les P.M.E. et les ateliers campagnards;
- et dans les grandes concentrations de P.M.E. T.H.C. comme Paris, Lille, Rouen, Lyon, Marseille, Toulouse, Roubaix, Tourcoing, Roanne...

Le plan de travail fédéral, axé principalement sur l'engagement des membres de la C.E.F., aura sa pleine efficacité si cette démarche est intégrée dans les objectifs des collectifs électoraux.



# Des collectifs électoraux pour impulser le parrainage

*Au plan national nous constatons une modification importante du corps électoral dû à la politique menée depuis les dernières années qui s'est traduite par la casse industrielle, l'abandon de pans entiers de l'économie. Dans le même temps des mutations sociologiques sont intervenues et nous voyons l'arrivée massive d'employés et de fortes concentrations d'ingénieurs, cadres et techniciens.*

Il semble donc impératif de faire jouer tout leur rôle aux commissions municipales, afin d'établir la photographie exacte du corps électoral sur lequel agit chacun des collectifs. Ceci est décisif pour affiner les plans de travail et réaliser au mieux le parrainage des entreprises inorganisées.

Il y a tout lieu de profiter du mois d'août pour accélérer la mise en place de parrainages des entreprises inorganisées. Ces collectifs doivent être opérationnels rapidement afin de faire connaître la Cgt en diffusant le matériel de propagande, la presse confédérale, et tout ce qui a trait aux élections, afin d'assurer une permanence Cgt tout au long de la campagne. Créer toutes les conditions pour mettre en place des bases nouvelles, renforcer la Cgt pour conforter le vote Cgt le 9 décembre 1987.

## • Quelques axes prioritaires :

### **LES COLLECTIFS DE QUARTIERS**

Nous donnons au mot quartier une signification un peu différente que celle usitée couramment.

Nous entendons par quartier, un lieu de rassemblement d'entreprises du secteur public et privé qui regroupent une forte concentration d'employés et d'Ict (par exemple les cités administratives qui regroupent Edf, Ptt, SnCF, et l'ensemble de sièges sociaux d'entreprises privées).

Ceci est particulièrement vrai dans les 198 villes de plus de 30 000 habitants qui représentent 20 % du corps électoral et dans les 40 villes de plus de 100 000 habitants qui représentent 25 % du corps électoral.

### **LES COLLECTIFS DE ZONES INDUSTRIELLES**

Il y a 2 900 zones industrielles qui représentent 3 millions de salariés. Notre objectif est d'en parrainer 1 000 compte tenu de la diversité des travailleurs qui demande une étude précise des entreprises implantées dans celles-ci.

### **LES COLLECTIFS DE ZONES COMMERCIALES**

Dans chaque ville il existe un centre commercial, soit au centre, soit à la périphérie. L'implantation Cgt dans ceux-ci est très minime et il semble important que dans chaque union départementale il y ait la création d'un collectif de centre commercial.

La mise en place de collectifs électoraux pour impulser le parrainage est donc une question vitale pour assurer le succès de la Cgt le 9 décembre

1987. C'est un moyen essentiel pour renforcer la Cgt, aider au développement des luttes revendicatives en prenant appui sur les revendications locales et en ancrant toujours plus notre activité à l'entreprise.

Pour toutes ces raisons nous devons voir grand et réaliser les objectifs que nous nous sommes fixés avec confiance et détermination.

### **L'exemple de l'union locale de Nanterre (94), parmi tant d'autres, témoigne des possibilités existantes.**

A partir de l'expérience des campagnes électorales des prud'hommes en 1979 et 1982, le 14<sup>e</sup> Congrès de l'Union locale avait décidé une organisation de l'Union locale par zones : 6 au total.

Cette organisation est particulièrement positive pour le parrainage, la distribution ou la vente de masse dans les différents lieux publics et la prise en compte de revendications spécifiques de zones.

Le bureau de l'Union locale et l'Assemblée des syndicats ont décidé de la mise en place d'un **secrétariat de zone** pour animer les collectifs de zones qui sont constitués des syndicats et sections syndicales de la zone.

Une répartition des tâches a eu lieu lors des réunions des collectifs de zones.

### • **Voici où nous en sommes dans la mise en place des collectifs électoraux au vendredi 14 août 1987.**

Nous avons reçu les coordonnées de responsables de collectifs qui se répartiront ainsi :

96 collectifs d'unions départementales,  
32 collectifs, de fédérations,  
133 collectifs de circonscriptions,  
928 collectifs locaux,  
228 collectifs de zones industrielles,  
18 collectifs de zones commerciales,  
12 collectifs d'arrondissements,  
141 collectifs de quartiers.

**L'enjeu des élections demandent à améliorer ce dispositif, comme nous venons de le voir, à le rendre opérationnel en lui donnant une très grande qualité d'intervention.**

**Nous insistons pour que les coordonnées de tous les collectifs parviennent au Secrétaire Organisation dès leur création.**

## Point sur la campagne des autres

Au cours de la période d'inscription des affiches C.F.D.T. sont apparues dans un certain nombre de villes. Le thème en était : « C.F.D.T. : la certitude d'être bien défendus ».

Pendant la période des congés, une « campagne images C.F.D.T. » permettant de préparer la campagne des prud'hommes (dixit C.F.D.T.) a vu le jour. Elle a permis de développer un certain nombre de leurs thèmes en s'appuyant sur l'idée de gagner à l'entreprise et de défendre les droits de l'homme dans le travail, exemple : les trente-cinq heures, moderniser...

**F.O.** : affiche de la campagne a été présentée lors du C.C.N. de juin, le thème : « Prud'hommes 87 : notre devise, vos droits ». Une question de bon sens. Par ailleurs, une édition massive de cartes postales représentant des sportifs en plein effort a été adressée à l'ensemble de leurs organisations. Le thème en est : « La puissance d'action du syndicalisme gagnant ».

**C.F.T.C.** : elle le déclare elle-même à travers une campagne new-look, elle va réaffirmer sa fidélité aux origines du syndicalisme chrétien. Le thème retenu : « Le plus C.F.T.C. » qui se déclare au travers d'une série d'affiches, exemple : à l'écoute, le plus C.F.T.C., la qualité en plus...

**C.G.C.** : un angle d'attaque commun à ces trois organisations. La jeunesse : un thème commun se présente comme des syndicats défendant les droits des salariés à l'entreprise.

**C.N.P.F.** : leurs différentes associations se sont rassemblées au sein du comité de décisions économiques et soutiendront des listes communes intitulées « Entreprises plus ». Par ailleurs, le C.N.P.F. a souligné que le coût de cette élection était de l'ordre d'un milliard de francs. Qui va payer, pourrait-on ajouter ?

**Le ministère** : sa campagne médiatique d'appel au vote sera organisée comme suit : T.V., du 21 novembre au 8 décembre, un spot par jour; radio, du 4 au 8 décembre, couverture de toutes les tranches horaires; affichage urbain, quinze jours avant les élections dans le métro parisien et les villes de plus de 40 000 habitants, utilisation de 3 222 panneaux publicitaires. Publicité dans la presse syndicale et patronale.

*Refus catégorique du ministère d'un créneau à la télévision et aux radios pour les syndicats.*

*La C.F.D.T. a appuyé fortement cette démarche, les autres se sont tués. Seule la C.G.T. a élevé une protestation et continue de revendiquer des temps de passage.*

**Dans ce contexte, plus que jamais il nous revient de faire dans notre Propa émerger une image de la C.G.T. présente, combative, sans concession, sans abandon.**

**Une C.G.T. alliant défense individuelle et défense collective.**

**Une C.G.T. qui capitule sur aucune revendication, sur laquelle on peut compter en toutes occasions aux prud'hommes, comme à l'entreprise. Ce sera le thème de l'affiche confédérale (nous y reviendrons).**

*L'action tenace, persévérante est le garant des succès. La réintégration de Sylvie Plessis en est la démonstration.*

*Pour cet objectif, un besoin s'impose : mener de front la lutte, le renforcement, la bataille idéologique en se servant de tous les outils.*

### ANTOINETTE N° SEPTEMBRE

Au cœur : de la préparation de l'action du 1<sup>er</sup> octobre  
du renforcement  
des élections prud'homales

**Un numéro à diffuser en masse dans chaque Union locale et à commander sans tarder.**

#### BON DE COMMANDE Spécial U.L.

U.L. .... Département .....

Nombre d'exemplaires exceptionnels .....

A adresser .....

A retourner à Antoinette : 33, rue Bouret, 75019 Paris ou téléphonez (16.1) 42.00.11.39

# Plein phare sur la diffusion du bon d'action et de défense

La bataille des prud'hommes 1987 est maintenant entrée dans sa phase active, même si dans cette période de fin de congés, la « tension » n'est pas à son niveau nécessaire, il nous faut saisir ces derniers jours pour impulser *en grand* la diffusion des bons d'action et de défense sur chaque lieu de travail.

## **Toute la C.G.T. doit s'engager, sans plus attendre, dans la bataille du financement**

Chaque bon de soutien placé est une voix gagnée pour la C.G.T. Chaque voix compte pour permettre de faire élire un maximum de candidats C.G.T. Il y va de l'intérêt de l'ensemble des salariés. Le placement en priorité est aussi un moyen actif du renforcement de la C.G.T., et de contact de masse avec les travailleurs pour débattre de la situation, des revendications, de l'action.

L'objectif est de donner aux organisations C.G.T., en particulier à celles qui ont en charge l'opérationnel de la campagne : U.D., U.L., syndicats, les moyens nécessaires pour bien agir et gagner.

Les bons d'action sont depuis mars à disposition, il s'agit, rapidement, de veiller à leur ventilation *par les syndicats* auprès de chaque militant et syndiqué, dans chaque atelier, bureau, chantier ou service, de mettre au point les dernières dispositions de diffusion publique par les unions locales et collectifs.

### **Dès le 1<sup>er</sup> septembre :**

Chaque syndiqué(e) doit être le diffuseur de ces bons d'action, c'est le moyen pour eux de participer activement à cette campagne qui le concerne en tout premier lieu. Les résultats du 9 décembre, le nombre d'élus C.G.T., c'est sa force; le placement des bons pour gagner forces et moyens doit être au cœur de l'action C.G.T. à tous les moments et en tout lieu.

## **Organiser notre bataille**

Conduire, mener la bataille financière au niveau des nécessités engendre un certain nombre de mesures et de dispositions à mettre en place.

Tout d'abord, dans les collectifs U.D., U.L., ou de circonscription, la présence du trésorier ou du responsable à la politique financière est indispensable. Il doit être entouré d'un groupe qui aura à charge d'animer et d'impulser la bataille financière.

Ce groupe de travail doit être l'outil des directions syndicales pour mener plus particulièrement cette activité décisive. Il va de soi que, dès à présent, il faut que nos directions décident comment coordonner et animer cette action en prévoyant partout où cela s'avérera nécessaire le ou les détachements de camarades indispensables pour mener à bien cette tâche déterminante, qui est un élément du rapport de forces.

### **Deux directions doivent être envisagées :**

#### **1. Action interne :**

a) Pour le développement de la campagne, les directions de nos organisations, secrétariat, bureau, commission exécutive à tous les niveaux, devraient proposer à chaque syndiqué l'achat d'un certain nombre de bons de soutien. L'importance de celui-ci étant à examiner en réunion de direction. Les exemples et les résultats globaux étant à populariser dans les différents courriers de nos organisations.

b) Elles décideront un objectif de bons à diffuser par camarade.

#### **2. Action publique :**

Après avoir réparti les bons de soutien dans les organisations, U.L., syndicat, section syndicale, il est indispensable que chaque direction syndicale se réunisse pour :

- faire partager l'importance et l'enjeu de la bataille;
- fixer des objectifs;
- armer nos militants pour engager le débat auprès des travailleurs;
- prendre des mesures d'organisation pour quadriller l'atelier, le chantier, le bureau, le service afin de contacter chaque syndiqué pour lui proposer le bon de soutien et lui demander sa participation à la diffusion en direction de tous les travailleurs, étant donné que le vote et le résultat les concernent tous. Le contact, le corps-à-corps avec chaque salarié sont de nature à faire grandir l'influence de la C.G.T.;
- populariser largement les résultats et exemples de cette bataille financière.

## **Support de la bataille : une propagande intense**

### **Priorité à l'entreprise :**

- utiliser les publications C.G.T. : journaux, tracts, bulletins du syndicat;
- organiser des prises de parole avec sonos dans les entreprises ou à la porte de celles-ci;
- mettre les murs des localités aux couleurs de la C.G.T.;
- réunir les retraités, s'adresser à eux par l'intermédiaire du syndicat, de la section syndicale ou envoyer une lettre personnalisée expliquant l'importance de la bataille et la nécessité de souscrire;
- diffuser le bon de soutien sur les marchés, dans les gares, les H.L.M. et différents lieux publics;
- tenir des rendez-vous réguliers dans les U.L., circonscriptions, U.D., chaque semaine ou deux fois par mois afin de comptabiliser les fonds, d'impulser et de donner un contenu démocratique à la bataille financière.

Toutes ces initiatives ne peuvent se concevoir en dehors de la bataille générale de la C.G.T. pour le renforcement de celle-ci, la création de nouvelles bases, la mise à jour et le placement régulier des timbres syndicaux, le règlement aux différentes structures, la diffusion de la presse : Vie Ouvrière, Antoinette, Options, La Tribune, Vie Nouvelle, Le Peuple...

**Partant de ces quelques idées qui ne sont pas limitatives, nous sommes persuadés que nos organisations ne manqueront pas d'innover et qu'elles prendront de multiples initiatives.**

## Candidats, à vos marques !

15 000 hommes et femmes de tous âges et de toutes professions en campagne pour la C.G.T.

C'est un apport exceptionnel non seulement pour le vote du 9 décembre mais pour la riche période d'action qui s'ouvre avec le 1<sup>er</sup> octobre en premier point de mire.

Chacun a compris qu'en 1987, la campagne électorale a son propre visage, bien différent des précédents scrutins prud'homaux.

Vote et action C.G.T. sont unis comme les doigts de la main : la situation est suffisamment sérieuse pour amplifier la mobilisation des salariés, poursuivre les efforts de syndicalisation et faire ainsi du 9 décembre un autre moment fort contre la rigueur déchaînée du patronat et du gouvernement.

Ce qui distingue la C.G.T. de tous les autres, c'est bien sûr et d'abord son refus des solutions de faille de notre société : l'entretien du chômage, le démantèlement des droits et libertés, la gangrène des profits qui ruinent l'économie, etc. C'est la volonté, par l'action, de faire prévaloir une autre logique où le statut social des salariés redevient un moteur indispensable du redressement économique et culturel de notre pays.

Cette orientation fondamentale de lutte et de non-résignation se traduit évidemment dans l'action et le comportement C.G.T. vis-à-vis de la prud'homie considérée par elle et ses élus comme un maillon dans la chaîne des actions qui préservent, affirment, reconquièrent les droits : pouvoir d'achat des salariés, conditions de travail, emploi non précaire et qualifié, dignité, liberté, droit d'intervention et d'expression des salariés dans l'entreprise, etc.

C'est avec l'entreprise, les sections syndicales, les représentants du personnel que cette juridiction est en prise directe. Le conseil de prud'homme n'est pas un prétoire aveugle et fermé, une chambre silencieuse, une sorte de terrain neutre. Il est un lieu de confrontation, d'autant plus vif que le droit du travail est attaqué en gros et en détail, à l'entreprise d'abord mais aussi en d'autres lieux, dans toutes sortes de doctrines et de démonstrations juridiques sur sa prétendue nocivité pour l'économie, par la voix aussi de juges qui déclarent déraisonnables des revendications et illicites les grèves qui les soutiennent.

Les élus C.G.T. ont ainsi une conception et une pratique du droit qui ne doit pas seulement son efficacité aux connaissances juridiques acquises mais aussi à l'expérience syndicale tout entière.

Les candidats C.G.T. vont donc, dans cette période riche et exaltante, apporter partout dans le plus grand nombre d'entreprises ce message : **défendez vos droits, vous ne le pouvez pleinement qu'avec la C.G.T.**

Ils ne sont pas des figurants mais des acteurs au sein des collectifs. Ils doivent être présents non seulement dans leur propre entreprise mais dans toutes celles qui seront « parrainées ». Sachant

bien que parrainage ne signifie pas seulement un appel stéréotypé au vote du 9 décembre mais l'aide efficace pour l'action, pour conforter les revendications, faire naître des syndicats nouveaux, organiser la solidarité, obtenir des succès.

C'est pourquoi il est important de ne pas laisser tomber dans l'oubli les résultats concrets des conseils de prud'hommes. Ces millions gagnés, ces sanctions annulées, ces droits rétablis doivent aussi tenir la vedette. La Prud'homie, ça rapporte d'autant plus que les élus C.G.T. sont plus nombreux. Il faut, par tous les moyens écrits et parlés, mettre en valeur les bilans d'activité des conseils.

Il n'y a pas de modestie qui vaille en la matière. Ce serait au contraire porter un grand tort à la valeur d'une institution qui repose sur l'élection et rend donc le conseiller particulièrement comptable de son action vis-à-vis des salariés. Ce serait grand tort aussi à un moment où le démantèlement des droits, les habitudes d'illégalité galopantes des employeurs porteraient à la résignation si l'on ne montre qu'on peut résister.

**Enfin, la préformation des nouveaux candidats est une action aussi importante que le reste.** Elle n'est pas seulement nécessaire pour l'avenir, ceux qui seront élus ou risquent de remplacer des partants dans le nouveau mandat qui commence. Elle est nécessaire pour l'immédiat car elle donne des armes aux candidats pour s'expliquer sur le fonctionnement de la Prud'homie et, par conséquent, en prolongement, donner aux salariés la connaissance de ce pourquoi ils votent.

Dans tous les moyens collectifs qui vont être mis en œuvre pour l'action et la propagande, les candidats C.G.T. auront donc une place de choix, y compris avec leurs formes personnelles d'expression et les diversités qu'ils représentent. Il faut organiser ceci avec soin, programmer ce travail de présence sur le terrain ainsi que leur expression collective et/ou individuelle dans nos publications, auprès de la presse locale, etc.

15 000 acteurs d'une grande campagne de mobilisation des consciences et d'action pour les revendications !

P.-S. — Urgent. Retourner très rapidement au secteur L.D.A.J. les questionnaires individuels dûment remplis : « Elections prud'homales 1987, connaissance des candidats ».

# Exposition sur les prud'hommes

Destinée aux collectifs électoraux, mais aussi à toute organisation, avec la C.G.T., la V.O. a réalisé une exposition composée de 8 affiches de 40x60 cm.

Dans le but d'animer la campagne électorale, elle répond au souci de capter l'attention par son impact visuel et à faciliter les regroupements et donc les débats.

Disponible dès la mi-septembre, elle sera l'un des éléments du stand de la V.O. à la fête de « l'Humanité ».

Chaque affiche traite d'un thème par illustration, photos et arguments ou chiffres généraux mais aussi réserve un espace destiné à contenir les chiffres, exemples ou cas locaux à votre convenance.

Ces thèmes sont :

1. La C.G.T. et les prud'hommes vous concernent.
2. Face aux attaques contre vos droits et libertés.
3. Face à la délinquance patronale.
4. Un seul rempart : la C.G.T. qui lutte, agit et gagne...
5. Avec des conseillers incorruptibles.
6. Des milliards de francs récupérés dans la poche des patrons.
7. Un tribunal pas comme les autres.
8. Qu'il faut préserver et améliorer en votant C.G.T.

Nous devons occuper tous les terrains. Ce matériel simple, adaptable, ne nécessitant que de faibles moyens peut avoir un impact certain.

Il est à votre disposition.

Passez vos commandes à la V.O. !

## LA V.O. RENTRÉE, N° 2246 DU 14 SEPTEMBRE

### Élément de la qualité de la vie syndicale

En plus de la raison essentielle qui est de diffuser, de faire connaître les positions, analyses et propositions de la C.G.T., la diffusion militante en grand :

- favorise et enrichit les débats, en amenant les militants sur le terrain, en élargissant les possibilités de contact, en fournissant une qualité d'argumentations tirée du journal;
- aide et crédibilise la démarche du renforcement;
- participe à l'élaboration du cahier revendicatif;
- Augmente le potentiel de lecteurs pour la diffusion régulière.

### Trois motivations supplémentaires pour assurer une rentrée 87 à la hauteur

#### 1. Outil de lutte

Rien n'est plus urgent que l'action massive, déterminée, multiforme à partir des réalités de chaque entreprise, de chaque catégorie.

Cette V.O. rentrée, qui traitera de l'état de la France, aidera à faire saisir, au-delà du mécontentement naturel dû à la détérioration ressentie des conditions de vie, la profondeur et la gravité des attaques portées au monde du travail mais aussi et surtout les raisons et les possibilités de s'opposer à ce que l'on nous présente comme inéluctable!

#### 2. Outil de mobilisation

Quinze jours après la reprise du travail pour la grande majorité et quinze jours avant le 1<sup>er</sup> octobre, ce numéro permet tout à la fois d'accélérer la remise en route de l'activité syndicale et sera un outil essentiel pour donner à la journée d'actions et de manifestations du 1<sup>er</sup> octobre la dimension qu'il est nécessaire d'atteindre pour marquer clairement la détermination des salariés de voir prendre en compte leurs revendications!

#### 3. Nouvelle étape pour gagner les prud'hommes

L'échéance électorale est toute proche. Il ne faut perdre aucune occasion d'étendre l'influence de nos idées. Toute avancée dans l'entreprise, mais aussi en dehors avec le parrainage, facilitera une nouvelle étape pour la diffusion de la V.O. Prud'hommes début novembre.

L'action n'a pas connu de trêve pendant ces mois de congés, toutes les raisons existent pour la porter à un niveau inégalé.

*La V.O. rentrée  
y aide.  
Saisissez-vous en!*

# L'importance du vote des I.C.T.A.M.

• **Le vote des I.C.T.A.M. lors du scrutin du 9 décembre 1987 : une importance plus grande qu'en 82 sur les résultats d'ensemble de la C.G.T.**

• **Prendre des dispositions particulières dans les départements et localités est indispensable.**

## I. — L'ENJEU

Alors que le nombre total des salariés inscrits sur les listes électorales pour le scrutin de 87 risque d'être en baisse sensible par rapport à 82, en particulier dans la section de vote industrie, mais peut-être aussi dans les sections commerce, divers et agriculture (si l'on extrapole les chiffres que nous connaissons sur la région nord), la seule section de vote où les inscrits seront en progression sera « l'encadrement ».

C'est la conséquence directe de la politique de déclin industriel poursuivie et amplifiée depuis 82, qui a touché massivement dans un premier temps les ouvriers, des réductions d'emplois qui touchent aujourd'hui de plein fouet les secteurs tertiaires (notamment employés) dans le même temps où se poursuit un mouvement de modification de la composition sociologique du salariat (progression relative des fonctions encadrement, financières, commerciales).

En 1982, les I.C.T.A.M. représentaient près de 3 millions d'inscrits (dont 1,5 million dans la section de vote encadrement), soit 22 % du corps électoral. En 1987, il apparaît clairement qu'avec la baisse du poids relatif des sections industrie et peut-être commerce, les résultats que nous obtenons parmi les I.C.T.A.M. pèseront lourd, plus lourd qu'en 82, sur notre résultat C.G.T. global et sur nos possibilités de redressement.

## II. — DES POSSIBILITÉS NOUVELLES DE GAGNER EN AUDIENCE PARMIS EUX

Les mouvements sociaux du premier semestre 87 (S.N.C.F., E.D.F., R.A.T.P., 22 mars) ont marqué un renforcement net de la mobilisation de ces catégories à l'initiative de la C.G.T. et de son U.G.I.C.T.

C'est en s'appuyant sur cette réceptivité revendicative et d'action nouvelle, que nous pouvons, à partir de leurs préoccupations spécifiques (emploi, salaire, protection sociale, liberté, conditions de travail), les gagner au vote pour les candidats C.G.T.

Les résultats électoraux enregistrés par la C.G.T. depuis le début de cette année parmi eux (+ 1,8 % parmi les techniciens et agents de maîtrise, + 5 % chez les cadres) confirment ces possibilités.

## III. — LES MESURES A METTRE EN OEUVRE PAR LES COLLECTIFS ÉLECTORAUX C.G.T. :

Afin de mener une campagne électorale efficace parmi ces catégories, l'U.G.I.C.T., en accord avec la confédération, a décidé des mesures suivantes :

— dans chaque collectif départemental C.G.T., mise en place d'un responsable I.C.T., chargé d'animer, en lien avec la commission départementale U.G.I.C.T. (lorsqu'elle existe), la campagne ;

— désigner dans tous les collectifs locaux (en premier lieu ceux qui rayonnent sur des concentrations importantes d'I.C.T.), un camarade I.C.T. chargé de relayer les initiatives qui seront prises par l'U.D. vers ces catégories ;

— mettre en place dans toutes les grandes et moyennes entreprises un réseau de militants I.C.T. qui seront chargés de la réalisation concrète de notre campagne sur le terrain, là où va se gagner le résultat de la C.G.T.

Il s'agit concrètement de trouver, **dans** l'entreprise lorsque c'est possible, ou sous forme de **parrainage** U.G.I.C.T. dans le cas contraire, des camarades qui, jusqu'au 9 décembre,

permettrons à l'U.D. d'être en lien direct avec ces catégories dans le plus grand nombre d'entreprises et de donner à notre campagne un contenu adapté. Il faut bien entendu utiliser nos candidats I.C.T., mais élargir aussi à d'autres.

## IV. — LE MATÉRIEL SPÉCIFIQUE ÉLABORÉ PAR L'U.G.I.C.T.-C.G.T. POUR AIDER LES COLLECTIFS LOCAUX

1. **Un argumentaire U.G.I.C.T.** sur les thèmes principaux de la campagne parmi ces catégories qui paraîtra début septembre sous forme de Cadres-Infos, destiné à aider le contact, nos initiatives-débats avec la masse des I.C.T. dans les entreprises et zones.

2. **Un tract de masse** (200 000 exemplaires), dont les U.D. posséderont une maquette pour élargir éventuellement la diffusion, destiné à couvrir le maximum de terrain.

3. **Une affiche U.G.I.C.T.** (60x40) pour les panneaux syndicaux ; **une affiche** (120x80) pour la rue.

4. **Un badge U.G.I.C.T.-C.G.T.**

Ces matériels seront disponibles dans les U.D. à partir de septembre. Au-delà de ces matériels, qui ne pourront en aucun cas suffire, il est fortement recommandé aux U.D. et à leur commission départementale U.G.I.C.T. de réfléchir dans leur propre expression (journaux d'U.D., tracts), à l'élaboration de matériels adaptés aux préoccupations revendicatives de ces catégories.

## V. — LES CANDIDATURES I.C.T. DANS LES LISTES C.G.T.

— **Section d'encadrement** : il est évident que nous devons soigner la qualité de nos listes en même temps que réaliser des listes complètes.

Veiller à la représentation des cadres et ingénieurs qui constitueront l'essentiel du collège électoral de cette section.

Pour les candidats techniciens et maîtrises que nous présentons dans cette section, vérifier leur éligibilité (bien inscrit dans cette section).

— **Les section industrie, divers, commerce** : étant donné que plus de 50 % des techniciens et maîtrises seront inscrits dans ces sections (et non dans la section encadrement), veiller à la présence de techniciens et maîtrise dans toutes les listes C.G.T., dont certains en position d'être élus.

## VI. — DURANT LA CAMPAGNE ÉLECTORALE

L'ensemble de la direction de l'U.G.I.C.T., ses C.D. et U.F. seront mobilisées pour participer à des assemblées-débats vers les I.C.T. :

— dans tous les départements où nous disposons de C.D.-U.G.I.C.T. opérationnelle, nous leur proposons de centrer ces initiatives **dans les entreprises** et vers la masse des I.C.T. (pas seulement nos syndiqués et militants) ;

— dans tous les départements où nous ne disposons pas de C.D.-U.G.I.C.T. en mesure de le faire, nous proposons d'organiser au moins une initiative U.G.I.C.T. départementale destinée à mobiliser le plus grand nombre de militants et de syndiqués I.C.T. dans la campagne ;

— et, si possible, des initiatives U.G.I.C.T. locales ou de zones dans les concentrations les plus importantes d'I.C.T.

37 coopérants de la direction nationale de l'U.G.I.C.T. ont été mobilisés pour aider les départements à réaliser ces initiatives.

## Le coin des échos

### Ile-de-France

diffusion à un million d'exemplaires d'un 4 pages "La Cgt, vous connaissez ?" pour animer des initiatives sur l'adhésion.

### Union locale de Nancy

54 parrains de 45 syndicats parrainent 56 entreprises employant plus de 8 150 salariés.

Les jeunes d'Edf et de la SnCF parrainent 4 foyers de jeunes travailleurs. L'union locale a ciblé 39 lieux géographiques de la ville qui "parleront Cgt" pendant toute la campagne. Pour chaque lieu un responsable et un syndicat sont chargés de coller des affiches, bomber, etc.

### L'Union départementale d'Ille-et-Vilaine

45 collectifs électoraux, 208 entreprises parrainées. Lettre du secrétaire général et du trésorier à chaque syndiqué pour leur demander leur contribution active pour le parrainage et le placement des bons d'action et de défense.

### Paris : Union locale du 8<sup>e</sup> arrondissement

92 parrainages prévus sur 4 secteurs géographiques par 59 bases organisées.

### Paris : Union locale du 9<sup>e</sup> arrondissement

157 entreprises parrainées.

### Val-d'Oise

Circonscription de Montmorency : course cyclotouriste en septembre : "ROULER POUR LA CGT LE MEILLEUR MOYEN DE GAGNER".

### L'Union départementale du Val-de-Marne

Conférence de presse de l'UD sur la non inscription des chômeurs (90 000), seraient exclus du vote. Pour l'UD il est hors de question d'en rester là. Elle a décidé d'interpeller publiquement et solennellement le préfet du Val-de-Marne afin que les mesures soient prises pour permettre aux travailleurs du département privés d'emplois d'exercer librement leur droit de citoyen.

### L'Union départementale du Nord

Lettre du secrétaire général de l'UD à tous les syndiqués du département pour leur demander de s'engager activement dans le financement des élections en prenant en charge 4 bons d'action à 5 F.

## La C.G.T., ça rapporte gros

### Conseil de Lyon

— C'est la Cgt qui a le plus grand nombre d'élus.  
— De 1983 à 1986 les salariés ont récupéré près de **12 milliards** de centimes.

- en 1983 : 12 715 079 F,
- en 1984 : 20 350 295 F,
- en 1985 : 39 807 526 F,
- en 1986 : 46 184 818 F.

Ces chiffres éloquentes prouvent l'efficacité des élus Cgt.

### Conseil de Tours

Certains secteurs ou entreprises sont fréquemment cités devant le conseil : le bâtiment, les entreprises de nettoyage, de transport, de l'hôtellerie, du petit commerce.

Des entreprises font la "une" comme les sociétés : *Brodit, Estivin, Onet*.

Mais nul n'est à l'abri, quel que soit son statut, son employeur.

Les 13 élus du conseil défendent avec acharnement les salariés victimes d'injustice.

Le bilan des sommes restituées est significatif :

- En 1984 : 4 615 652 F.
- En 1985 : 5 687 971 F.
- En 1986 : 7 472 880 F.

A cela s'ajoutent les sommes obtenues en conciliation et en référé : près de 1 000 000 F en 1986 pour les réintégrations et annulations de sanctions.

### Conseil des Alpes-Maritimes

Nice, Grasse, Cannes et Menton : 58 élus Cgt.

En 1986, dans ces 4 conseils les patrons ont été condamnés à payer 22 784 211 F.

Mais l'activité des élus consiste aussi à défendre les libertés individuelles et collectives notamment en matière disciplinaire et répression contre les élus du personnel.

### Quelques exemples :

- *L'EDF : condamnée à lever les sanctions qu'elle avait prise contre les élus Cgt pour faits de grève.*
- *ADSEA : (enfance inadaptée) sanction levée pour le délégué syndical qui avait été mis à pied pour avoir distribué un tract. L'établissement au dû payer des dommages et intérêts.*
- *TRANSPORTS NIÇOIS : élu Cgt sanctionné par un blâme avec inscription au dossier, sanction annulée par le Conseil des prud'hommes, jugement confirmé en appel et condamnation des T.n. à 1 000 F de dommages et intérêts.*
- *GALERIES LAFAYETTE NICE : 5 élus Cgt, le Conseil des prud'hommes annule les sanctions, confirmation par la Cour d'appel.*
- *SFER-Nice : dont le chef du personnel est conseiller-patron condamné à payer 26 924 F pour un licenciement abusif.*